



Aline Lourenço de Oliveira

**BASTIDORES DA INDÚSTRIA DA MODA CARIOCA:
expressões da precarização do trabalho**

Tese de Doutorado

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Serviço Social, do Departamento de Serviço Social da PUC-Rio.

Orientadora: Profa. Inez Terezinha Stampa

Rio de Janeiro
Outubro de 2023



Aline Lourenço de Oliveira

**BASTIDORES DA INDÚSTRIA DA MODA CARIOCA:
expressões da precarização do trabalho**

Tese apresentada como requisito parcial para
obtenção do grau de Doutor pelo Programa de
Pós-Graduação em Serviço Social da PUC-Rio.
Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo:

Profa. Inez Terezinha Stampa

Orientadora

Departamento de Serviço Social – PUC-Rio

Profa. Ana Elizabeth Lole dos Santos

Departamento de Serviço Social – PUC-Rio

Prof. Rafael Soares Gonçalves

Departamento de Serviço Social – PUC-Rio

Profa. Ana Inês Simões Cardoso de Melo

Faculdade de Serviço Social – UERJ

Prof. Moacyr Salles Ramos

Universidade Federal Fluminense - UFF

Rio de Janeiro, 6 de outubro de 2023

Todos os direitos reservados. A reprodução, total ou parcial do trabalho, é proibida sem a autorização da universidade, da autora e do orientador.

Aline Lourenço de Oliveira

Graduada em Serviço Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), em 2008. Especialista em Política e Planejamento Urbano IPPUR-UFRJ, em 2010. Mestre em Serviço Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro em 2018. Membro do Grupo de Estudos e Pesquisas Trabalho, Políticas Públicas e Serviço Social (TRAPPUS), do Departamento de Serviço Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio).

Ficha Catalográfica

Oliveira, Aline Lourenço de

Bastidores da indústria da moda carioca: expressões da precarização do trabalho / Aline Lourenço de Oliveira; orientadora: Inez Terezinha Stampa. – 2023.
159 f. : il. color. ; 30 cm

Tese (doutorado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Serviço Social, 2023.

Inclui bibliografia.

1. Serviço Social – Teses. 2. Capitalismo. 3. Indústria da moda. 4. Precarização do trabalho. 5. Trabalhadores/as. I. Stampa, Inez Terezinha. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Serviço Social. III. Título.

CDD: 361

Agradecimentos

O doutorado sempre foi algo impossível para mim. Jamais pensei em chegar onde estou hoje, finalizando um processo de grandes dificuldades, mas de grandes conquistas. Agradeço imensamente aos meus guias e protetores que iluminaram meu caminhar. Obrigada a quem me ouviu reclamar por quase quatro anos sobre a pandemia e o quanto ela me afastou do espaço acadêmico.

Às minhas amigas Lorena e Priscila que, diferentes de mim, acreditaram na chegada e viram no meu olhar que eu teria condições de vencer essa etapa. São minhas amigas eternas. Agradeço aos amigos e colegas que estão no mesmo processo, onde trocamos lamúrias, especialmente às minhas amigas Morango e Maria.

Às professoras e aos professores do Departamento de Serviço Social da PUC-Rio, que sempre se empolgaram com o tema da tese, apesar de eu considerar que ele poderia render muito mais em outras mãos. Incluo aos meus agradecimentos um muito obrigada especial à equipe da secretaria, sempre gentise dispostos comigo.

Ao meu companheiro, minha enorme gratidão por ter estado firme ao meu lado, apesar de todas as mudanças.

À professora Ana Lole meu obrigada com um abraço apertado, pois desde o mestrado esteve presente no processo de construção da pesquisa e sempre muito empolgada e contribuindo com seus conhecimentos.

À professora Inez Stampa, entrego meu coração. Não teria conseguido sem seu acolhimento e escuta no momento certo. É um privilégio tê-la como minha orientadora. Agradeço toda a sua delicadeza e compreensão, mesmo eu chorando e enviando mil figurinhas no WhatsApp ao mesmo tempo.

À jornalista e pesquisadora inglesa Tansy Hoskins, que disponibilizou seu tempo para participar da construção da tese, ao responder o questionário que contribuiu profundamente com a discussão do tema.

A todas as trabalhadoras da cidade do Rio de Janeiro e região metropolitana que participaram da pesquisa, disponibilizando relatos e informações extremamente relevantes para o estudo. Somos resistência, somos lutas. Obrigada!

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pela bolsa concedida, pois com esse financiamento foi possível reorganizar a vida para estar mais perto do campus da PUC Rio.

O presente trabalho foi também realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

Obrigada!

Resumo

Oliveira, Aline Lourenço de; Stampa, Inez Terezinha. **Bastidores da indústria da moda carioca: expressões da precarização do trabalho.** Rio de Janeiro, 2023. 159p. Tese de Doutorado – Departamento de Serviço Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

A presente tese tem como principal objetivo analisar as expressões da precarização do trabalho na indústria da moda, na cidade do Rio de Janeiro. Partimos da premissa de que as estratégias adotadas pelo capitalismo, de forma geral, e pela indústria da moda, que parecem estar desconectadas, afetam profundamente a classe trabalhadora e se desdobram em importantes alterações nas relações de trabalho. Nos bastidores do “mundo da moda” há enormes contradições, ações e práticas que não possuem a aparência glamourosa e fantasiosa que a moda geralmente costuma ter e dar às peças que comercializa, a exemplo da exploração da força de trabalho, mercadoria fundamental para sua sustentação e desconsiderada como tal pela indústria da moda. Desta forma, nos aproximar de alguns dos elementos importantes que compõem a forma do “mundo da moda”, mas que, antes de tudo, fazem parte do desenvolvimento capitalista, como a organização e a divisão do trabalho, juntamente com todas as suas consequências na indústria, na tecnologia, no território e nas relações sociais, é de grande importância para compreendermos melhor a ponta do “iceberg”, que são as expressões da precarização do trabalho no interior da moda, em especial a moda carioca, objeto desta investigação. Para tanto, como procedimento metodológico foram realizadas: pesquisa bibliográfica, entrevista com pesquisadora sobre o tema e também foi divulgado, em uma rede social, um *survey online* voltado para as costureiras que fazem parte de *grupos online* de busca de trabalho. O caminho trilhado nos possibilitou conferir informações que contribuem para reforçar a ideia de que a indústria da moda traz com ela o traço de precarização do trabalho e sua inevitável e profunda articulação com o capitalismo.

Palavras-chave

Capitalismo; Indústria da moda; Precarização do trabalho; Trabalhadores/as.

Abstract

Oliveira, Aline Lourenço de; Stampa, Inez Terezinha (Advisor). **Behind the scenes of Rio's fashion industry: expressions of precarious work**. Rio de Janeiro, 2023. 159p. Tese de Doutorado – Departamento de Serviço Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The main objective of this thesis is to analyze the expressions of precarious work in the fashion industry in the city of Rio de Janeiro, Brazil. It's basic premise is that strategies adopted by capitalism in general and by the the fashion industry in particular deeply affects the working class and brings important changes in work relations. In despite of the glamorous facade the “fashion world” there is a less fanciful side to this industry: the exploitation of the workforce as a fundamental practice. In this way, we will get closer to some of the important elements that make up the “fashion world” but which above all are part of capitalist development, such as the organization and division of labor together with all their consequences in industry, technology, territory and social relations. This “tip of the iceberg” revealed some deep expressions of the precariousness of work in the fashion industry. To this end, bibliographical research was carried out, interviews with researchers on the topic were carried out and an online survey was also published on a social network aimed at seamstresses who are part of online job search groups, which allowed us to check information that contributes to reinforce the idea that the fashion industry brings with it the trait of precarious work and its inevitable and deep articulation with capitalism.

Keywords

Capitalism; Fashion industry; Precarization of work; Workers.

Sumário

1 Introdução	13
2 Moda	20
2.1 Moda: de onde vem a indústria da moda?	21
2.2 Capitalismo, moda e pandemia: uma relação intrincada e <i>out of fashion</i>	28
2.3 Breve correlação entre moda e território	42
2.4 A moda da Moda em ser sustentável	49
3 Dinâmicas entre fetiche da mercadoria e a moda	58
3.1 Mercadoria: a peça desejo para o capitalismo	60
3.1.1 Fetiche da mercadoria	65
3.1.2 Mercadoria força de trabalho	70
3.2 As “novas” mercadorias	74
3.2.1 Notas sobre consumo	77
4 Trabalho e moda no capitalismo contemporâneo	84
4.1 O trabalho, origem de todas as coisas	84
4.2 Mudanças no mundo do trabalho contemporâneo, na ordem do capital	94
4.3 A força de trabalho feminina está em <i>outlet</i>	104
4.4 O “ <i>softpower</i> ” carioca	112
5 Considerações finais	135
6 Referências bibliográficas	142
Apêndice 1 – <i>Survey online</i> (Google formulário)	156
Apêndice 2 – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	158

Lista de siglas

ACRJ - Associação Comercial do Rio de Janeiro

AP - Área de Planejamento

CAPES - Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CLT - Consolidação das Leis do Trabalho

CMMAD - Relatório da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento

CNAE - Classificação Nacional de Atividades Econômicas

CNPQ - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

CVL - Secretaria Municipal de Casa Civil - CVL

FECORMÉRCIO - Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio de Janeiro

FIRJAN - Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro

GBP - Gabinete do Prefeito

H&M - Hennes & Mauritz

IA – Inteligência Artificial

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

INVEST RIO - Agência de Fomento do Município do Rio de Janeiro

MEI - Microempreendedor Individual

NTPA - *National Tripartite Plan of Action*

OIT - Organização Internacional do Trabalho

OMS - Organização Mundial de Saúde

ONU - Organização das Nações Unidas

PEA - População Economicamente Ativa

PUC-RIO - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

RA – Realidade Aumentada

RAIS - Relação Anual de Informações Sociais

RIOTUR - Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro

RV - Realidade Virtual

SAARA - Sociedade de Amigos das Adjacências da Rua da Alfândega

SCIELO - *Scientific Electronic Library Online*

SEBRAE - Serviço de Apoio à Micro e Pequenas Empresas

SMDEIS - Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Simplificação do Rio de Janeiro

SMF - Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico

SMTE - Secretaria Municipal de Trabalho e Renda

TRAPPUS - Grupo de Pesquisa Trabalho, Políticas Públicas e Serviço Social

UOL - Universo Online

UPP - Unidade de Polícia Pacificadora

Lista de ilustrações

Figuras

Figura 1	Desabamento do Rana Plaza, Bangladesh, abril de 2013	31
Figura 2	Divulgação de trabalho 1	128
Figura 3	Divulgação de trabalho 2	129
Figura 4	Divulgação de trabalho 3	129
Figura 5	Acúmulos de funções	131
Figura 5.1	Acúmulos de funções (comentários)	131
Figura 6	Valor do trabalho 1	133
Figura 6.1	Valor do trabalho 2	133

Gráficos

Gráfico 1	Ocupação das trabalhadoras	124
Gráfico 2	Relação de trabalho	125
Gráfico 3	Ambiente de trabalho	125
Gráfico 4	Horas de trabalho/ dia	126
Gráfico 5	Autodeclaração etnia- raça	127
Gráfico 6	Região/ local de residência	127

Quadro

Quadro 1	Dados / Trabalhadoras	18
----------	-----------------------	----

Tabela

Tabela 1	Moda (CNAE): MEI por município e sexo/ 2023	122
----------	---	-----

[...] a moda é a “filha preferida do capitalismo”.
(Tansy Hoskins, 2023, tradução nossa)

1 Introdução

A presente tese **Bastidores da indústria da moda carioca: expressões da precarização do trabalho**, traz resultados do estudo desenvolvido durante o curso de Doutorado Acadêmico, no âmbito do Grupo de Pesquisa Trabalho, Políticas Públicas e Serviço Social (Trappus), componente da linha de pesquisa Trabalho, Políticas Sociais, Sujeitos Coletivos, do Programa de Pós-Graduação em Serviço Social do Departamento de Serviço Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio).

A tese tem o objetivo de apresentar a pesquisa acerca das expressões da precarização do trabalho na indústria da moda na cidade do Rio de Janeiro, no tempo presente, partindo do pressuposto de que as estratégias adotadas pelo capitalismo, de forma geral, e pela indústria da moda, em particular, parecem desconectadas, porém, se desdobram em importantes alterações nas relações e condições de trabalho e afetam profundamente a classe trabalhadora que, neste estudo, é representada pelas trabalhadoras *da ponta* do processo produtivo, aqui constituída pelas costureiras.

A moda possui características que são fundamentais para a dissimulação de suas relações capitalistas profundamente desiguais e contraditórias, em especial as de trabalho, buscando dar aparência glamourosa, mística e simbólica a tudo com que se associa externamente. Em seus bastidores, contudo, há enormes contradições, ações e práticas que não possuem esse glamour, a exemplo da exploração da força de trabalho, mercadoria fundamental para sua sustentação e desconsiderada como tal pela indústria da moda.

Desta maneira, nos aproximamos de alguns dos elementos importantes que compõem o “mundo da moda”, mas que, antes de tudo, fazem parte do desenvolvimento capitalista, como a organização e a divisão do trabalho, juntamente com todas as suas consequências na indústria, na tecnologia, no território e nas relações sociais, é de grande importância para compreendermos melhor a ponta do *iceberg*, que são as expressões da precarização do trabalho e da força de trabalho no interior da moda, em especial a moda carioca, objeto desta investigação.

Há uma dissociação aparente no mundo da moda, no que se refere ao modo de produção e reprodução capitalista, o que garante a ela a possibilidade de

permanecer em uma esfera mais mística e fantasiosa. Essas características são expressas na ocultação de formas precárias de uso da força de trabalho feminina, que é muito utilizada, na produção das peças, que não são representadas como simples mercadorias produzidas por trabalhadoras, mas sim como peças de uma determinada marca.

Mover a indústria da moda para dentro da dinâmica do capital, no contexto de acumulação flexível e de mudanças recentes no mundo do trabalho, nos possibilita conhecer mais detidamente sua relação com o capitalismo. Para isto, fizemos o esforço de trazer para o debate categorias importantes para entender os fundamentos do capitalismo e de que forma essas categorias possuem expressões na indústria da moda.

O trabalho, aqui, é considerado enquanto componente fundamental e estruturante da sociabilidade humana, como categoria central para compreensão das relações sociais e históricas, portanto, essencial para os objetivos desta tese. Consideramos, também, suas mudanças contemporâneas, no que se refere à reorganização do processo produtivo e as medidas impostas pelo neoliberalismo¹, que afetam diretamente a classe trabalhadora através do desmonte dos direitos e das conquistas trabalhistas.

No que se refere ao Brasil, podemos observar tais mudanças através do crescimento do trabalho precário, da informalidade, da feminização da força de trabalho entre outras características que se associam aos processos de precarização da força de trabalho. Especialmente essas condições e relações de trabalho precárias que foram legalizadas nos últimos anos e aprofundadas pelos governos de Michel Temer (2016-2018) e Jair Bolsonaro (2019-2022), bem como pela pandemia de covid-19² decretada em março de 2020.

As inúmeras estratégias adotadas pelo capitalismo para garantir o aumento da produtividade e a ampliação de lucro geram implicações, tais como a desterritorialização da produção e dos serviços, a subcontratação, bem como a precarização do trabalho, tendo como um dos seus efeitos a subcontratação e a

¹ Para Harvey, o neoliberalismo é “[...] uma teoria das práticas político-econômicas que propõe que o bem-estar humano pode ser melhor promovido liberando-se as liberdades e capacidades empreendedoras individuais no âmbito de uma estrutura institucional caracterizada por sólidos direitos à propriedade privada, livres mercados e livre comércio” (Harvey, 2014, p. 12).

² Em 11 de março de 2020, a covid-19 foi caracterizada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como uma pandemia. O termo “pandemia” se refere à distribuição geográfica de uma doença e não à sua gravidade. A designação reconhece que, no momento, existem surtos de Covid-19 em vários países e regiões do mundo. Conforme dados disponíveis em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em: 13 jun. 2023. A OMS declarou no dia 05 de maio de 2023 em Genebra, na Suíça, o fim da Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII) referente à Covid-19. Conforme dados disponíveis em: <https://www.paho.org/pt/noticias/5-5-2023-oms-declara-fim-da-emergencia-saude-publica-importancia-internacional-referente>. Acesso em: 13 jun. 2023.

terceirização. Essas implicações são evidenciadas na indústria da moda e em sua relação com as trabalhadoras prestadoras de serviço, em especial na moda carioca.

A escolha do tema de investigação decorre do desejo de continuidade do estudo realizado no período de mestrado, mas, também, parte da experiência como vendedora de loja de roupa feminina por quatro anos e, em seguida, como assistente de recursos humanos e, por fim, gerente, ambos em loja ou fábrica de vestuário e acessórios femininos, na cidade do Rio de Janeiro, o que proporcionou o acesso direto às relações e condições estabelecidas no interior desta indústria. A formação anterior em Serviço Social permitiu um olhar distinto sobre as relações de trabalho no mundo da moda, inclusive quanto a relação na qual estava inserida, somado ao acúmulo teórico proporcionado pelo período de pesquisa, a partir de categorias e conceitos fundamentais na pós-graduação e na formação acadêmica-científica.

A relevância social deste estudo consiste no fato do tema da indústria da moda, a partir desta perspectiva, ser pouco estudado. Na área de Serviço Social a pesquisa se torna ainda mais escassa, apesar de tratarmos de categorias importantes à profissão. Dessa forma, a relevância do estudo proposto está em trazer para o debate as dimensões econômicas e socioculturais em que a indústria da moda está inserida e as múltiplas dimensões dessas relações no âmbito do sistema capitalista. Mais precisamente, no que se refere às alterações no mundo do trabalho, no intuito de desvelar questões que permeiam as relações de trabalho das trabalhadoras que desenvolvem atividades consideradas de menor *glamour* neste universo (como costureiras), trazendo para o debate o fato de que a indústria da moda produz mercadoria e cria um imaginário simbólico em torno das peças, o que as diferem das condições nas quais elas foram criadas e da vida de quem as produzem, no caso, as trabalhadoras. Este é o quadro social do objeto desta pesquisa.

O objetivo geral do estudo é analisar as expressões da precarização do trabalho e da força de trabalho na indústria da moda, na cidade do Rio de Janeiro. Já os objetivos específicos estão voltados para identificar quais as relações de trabalho predominantes entre as marcas da moda e as trabalhadoras, identificar o perfil das trabalhadoras, bem como o local de moradia, avaliar quais os mecanismos usados pelas marcas para a criação da identidade carioca voltados para a mercadoria, observando de que forma a “identidade” carioca é impressa nas peças, além de examinar as características do capitalismo na indústria da moda, com o objetivo de desconstruir a dissociação antes mencionada.

A pesquisa realizada para a elaboração da tese foi de natureza teórica e empírica, procurando analisar criticamente os bastidores da moda no Rio de Janeiro, costurando a precarização do trabalho que envolve o mundo da moda. Para isso, utilizou-se de ampla pesquisa bibliográfica, a qual permite “ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente” (Gil, 2008, p. 50). Acredita-se, desta forma, que as publicações consultadas contribuíram para a melhor definição do quadro conceitual do nosso objeto de estudo, ou seja, das expressões da precarização do trabalho na indústria da moda. O levantamento bibliográfico foi realizado através de consultas a portais como: *Scielo*, Google Acadêmico, Portal Capes, entre outros. Realizamos, também, uma entrevista com a jornalista e pesquisadora inglesa Tansy Hoskins, o que nos permitiu dialogar com diferentes formas de análise sobre o tema.

Tansy Hoskins é uma jornalista e autora premiada. Seu terceiro livro *The Anti-Capitalist Book Of Fashion* foi lançado em agosto de 2022. Seu livro anterior, *Foot Work - What Your Shoes Tell You About Globalization*, de 2020, é uma exposição das origens sombrias dos sapatos em nossos pés. A primeira obra autoral intitulada *Stitched Up* é de 2014. Seus livros foram traduzidos para oito idiomas. Em junho de 2021, ganhou o prêmio *Freelance Fashion & Beauty Writer Award* no primeiro *Freelance Writing Awards*. A jornalista mora e trabalha em Londres e tem formação em Relações Internacionais e mestrado em Difusão Jornalística. Ministra palestras sobre a política da indústria da moda em universidades, museus, eventos culturais e reuniões políticas. Também faz aparições regulares no rádio e na televisão em discussões sobre o funcionamento da indústria da moda global.

No que se refere ao material empírico, foram percorridos dois caminhos metodológicos de pesquisa. O primeiro está no uso da captura de telas de diálogos na rede social *Facebook*, onde encontramos alguns grupos compostos por costureiras, representantes de facções e confecções, modelistas, cortadores, fornecedores (aviamentos, tecidos), que trocam informações sobre oferta e procura de trabalho, preços de serviços, dúvidas e, até mesmo, desabafos sobre o cotidiano de trabalho. Neste material coletamos informações sobre negociação de valores, trabalho e relatos sobre as relações de trabalho no setor da moda.

No segundo momento foi feita a divulgação, na mesma rede social, de pesquisa tipo *survey online* (roteiro disponível no apêndice 1 desta tese), voltada para as costureiras que fazem parte destes mesmos grupos de busca de trabalho, com questões que abordam dados pessoais, sexo, cor, local de moradia,

informações sobre o trabalho, as marcas de vestuário para as quais trabalharam e um espaço aberto para depoimentos.

O questionário esteve disponível na rede social em 12 (doze) grupos de divulgação de vagas para costureiras e outras ocupações dentro do setor da moda na cidade do Rio de Janeiro e região metropolitana. Ficou disponível para preenchimento por dois meses (fevereiro e março de 2023), sendo necessário republicá-lo durante este período para que ficasse em evidência dentro dos grupos, devido à alta movimentação da rede social *Facebook*.

Sobre as respostas ao questionário, contamos, ao fim do período, com a participação de 33 (trinta e três) trabalhadoras que se identificaram como costureira, modelista e cortadora. Não houve participação masculina, todas as respostas eram de mulheres trabalhadoras do ramo da moda.

O material das respostas foi sistematizado em quadros e em gráficos, e foram analisados à luz das categorias e autores estudados.

Também realizamos pesquisa em sítios da internet, sobretudo para conhecer mais sobre determinadas marcas da indústria da moda, utilizando *blogs*, imagens, notícias, entrevistas, bem como dados secundários de organizações nacionais e internacionais que tratam sobre aspectos relacionados ao mundo do trabalho, em geral, e ao mundo da moda, em particular.

Para melhor organização, o quadro abaixo traz a relação das trabalhadoras que participaram preenchendo o formulário online, fornecendo dados que contribuíram para a qualificação da pesquisa. Os nomes das trabalhadoras foram substituídos por números para manter o sigilo das trabalhadoras, procurando garantir aspectos éticos da pesquisa com seres humanos e o acordado no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que foi incluído no corpo do formulário online e está em anexo nesta tese. Assim, o quadro informa ao leitor, a idade, sexo, cor/etnia, região e bairro, profissão, vínculo e o ambiente de trabalho de cada trabalhadora.

Quadro 1 – Dados/Trabalhadoras

Nº	Idade:	Sexo:	Qual sua cor/etnia:	Região que mora:	Bairro:	É comunidade ?	Profissão:	Vínculo de trabalho:	Em qual espaço trabalha:
1	35	F	Parda	Zona Norte	Vista Alegre, rj	Não	Modelista	Informal	Em casa
2	37	F	Parda	Baixada Fluminense	Barbuda	Não	Costureira	Informal	Em casa
3	27	F	Preta	Zona Norte	Inhauma	Sim	Costureira	Informal	Em casa
4	53	F	Preta	Zona Oeste	Santa Cruz	Não	Costureira	Informal	Em casa
5	49	F	Parda	Zona Oeste	Realengo	Sim	, Modelista	Informal	Em casa
6	27	F	Parda	Baixada Fluminense	Belford Roxo, Vila Pauline	Sim	Costureira, Modelista	Informal	Em casa
7	49	F	Preta	Baixada Fluminense	Jardim bom retiro	Sim	Costureira	CLT	
8	42	F	Branca	Baixada Fluminense	Vilar dos teles	Não	Costureira	Informal	Em casa
9	34	F	Preta	Zona Norte	Engenheiro leal	Não	Costureira	Informal	Em casa
10	56	F	Parda	Zona Norte	Irajá	Sim	Costureira	Informal	Em casa
11	52	F	Parda	Baixada Fluminense	Anchieta	Não	Costureira	CLT	Fábrica de marca
12	55	F	Parda	Zona Oeste	Bangu	Sim	Costureira	Informal	Em casa
13	50	F	Parda	Zona Oeste	Cidade de Deus	Sim	Costureira	CLT	Ateliê de costura e reformas de roupas
14	35	F	Parda	Zona Oeste	Guaratiba	Não	Costureira	Informal	Em casa
15	47	F	Parda	Zona Norte	Anchieta	Não	Costureira	Informal	Em casa
16	57	F	Preta	Baixada Fluminense	Vila santo	Não	Costureira	Informal	Em casa
17	55	F	Parda	Baixada Fluminense	Jardim 25 de Agosto	Não	Modelista	Informal	Em espaço próprio
18	52	F	Parda	Baixada Fluminense	Jardim Olavo bilac	Não	Costureira	Informal	Em casa,
19	58	F	Parda	Baixada Fluminense	Vila São João	Não	Costureira	Informal	Ateliê
20	53	F	Branca	Zona Norte	Osvaldo Cruz	Não	Modelista	Informal	Free lance
21	42	F	Parda	Baixada Fluminense	Gramacho	Não	Costureira, Cortador /Revisor de corte, Modelista	Informal	Em espaço próprio
22	48	F	Amarela	Baixada Fluminense	Parada morabi	Não	Costureira	Informal	Em casa
23	59	F	Branca	Zona Norte	Piedade	Sim	Costureira	CLT	Atelier
24	43	F	Preta	Zona Oeste	Taquara	Não	Costureira	Informal	Em espaço próprio
25	61	F	Parda	Baixada Fluminense	Jacarepaguá	Não	Costureira	Informal	Em casa
26	43	F	Parda	Baixada Fluminense	Austin	Não	Costureira	Informal	Em casa
27	61	F	Preta	Zona Sul	São João de meriti	Sim	Costureira	CLT	Fábrica da marca
28	43	F	Branca	Zona Oeste	Centro	Não	Costureira	Informal	Em casa
29	23	F	Preta	Baixada Fluminense	Paciência	Sim	Costureira	Informal	Em casa
30	59	F	Parda	Zona Norte	Saracuruna	Sim	Costureira	Informal	facção
31	56	F	Branca	Baixada Fluminense	Pavuna	Não	Costureira	Informal	Em casa
32	33	F	Branca	Zona Sul	Santo Elias	Não	Costureira	Informal	Em casa
33	47	F	Parda	Zona Norte	Jardim Catarina Penha RJ	Sim	Costureira	Informal	Em casa

Fonte: Pesquisa via Formulário Google. Elaboração própria, 2023.

Os resultados da pesquisa são apresentados na presente tese, que se encontra organizada em três capítulos além desta introdução e das considerações finais, embora os mesmos não contenham a ordem do conteúdo estudado, e sim a sistematização da reflexão e dos dados coletados.

O primeiro capítulo, intitulado “Moda”, apresenta informações importantes sobre o mundo e a indústria da moda. Tem como alvo os elementos que a moda faz questão de desconsiderar por não constituírem aspectos glamorosos, mas que são fundamentais para sua expansão, já que a indústria da moda sempre busca cultivar a capacidade de atração, sedução e encantamento (*glamour*).

Já o segundo capítulo, “Dinâmicas entre fetiche da mercadoria e a moda”, tem por objetivo refletir sobre as categorias mercadoria, fetiche e consumo a partir da teoria marxista e sua análise sobre o capitalismo, pois entendemos que assim podemos chegar às suas determinações reais e compreender como tais categorias se manifestam na indústria da moda. Logo, iremos pensá-las para além dos seus conceitos aparentes, pois estamos nos referindo, sobretudo, ao modo de produção e reprodução capitalista.

No terceiro capítulo, “Trabalho e moda no capitalismo contemporâneo”, busca-se apresentar o cenário onde o trabalho contemporâneo precário e desregulamentado é ocupado, em sua maioria, por um grupo específico de trabalhadores/as e que tais condições são consequências do desenvolvimento histórico do trabalho no país, onde o avanço capitalista aprofunda tais características. Buscamos mostrar que a indústria da moda tem como principal fonte de sua expansão o uso da força de trabalho feminina e que a cidade do Rio de Janeiro tem papel importante neste cenário.

As considerações finais têm a proposta de trazer um panorama do processo de pesquisa realizado, apresentando a morfologia das relações de trabalho encontradas nos bastidores da moda, entrelaçando aos dados e características encontradas no decorrer da construção do estudo.

Portanto, é preciso pensar a moda indissociável do capitalismo e, neste sentido, a indústria da moda possui os mesmos moldes e contradições de outras indústrias capitalistas, e é fundada, antes de tudo, na produção de mercadorias e na exploração da força de trabalho de um grupo específico de trabalhadores/as, as mulheres.

2 Moda

Você não pode entender a moda até compreender o capitalismo (Hoskins, 2022, p.4, tradução nossa).

O objetivo deste capítulo não é traçar o caminho da moda através dos séculos, não é sobre o desenvolvimento das peças de vestuário e, muito menos, tem desígnio de tomar como foco o estudo da indução de identidade que a roupa pode ter sobre o ser humano³. A proposta se constitui em nos aproximar de alguns dos elementos importantes que compõem a forma do “mundo da moda”.

Em seus bastidores há enormes contradições, ações e práticas que não possuem a aparência fantasiosa que a moda geralmente costuma ter, incluindo a produção de mercadorias, por exemplo, e, por consequência, a exploração da força de trabalho de mulheres e homens. Mas esses elementos só tomam forma porque a moda se utiliza da organização e da divisão do trabalho já postas pelo modo de produção capitalista com todas as suas consequências na indústria, na tecnologia, no território, nas relações sociais e no mundo do trabalho⁴.

Todas essas situações afetam diretamente a classe trabalhadora. Nesse caso, nosso principal objetivo é conhecer mais detidamente a relação da moda com o mundo do trabalho. E essa relação se manifesta na indústria da moda, junto com todos os seus desdobramentos. Neste capítulo, portanto, o alvo se volta para elementos que a moda faz questão de desconsiderar por não constituírem aspectos glamorosos, mas que são fundamentais para sua expansão, já que a indústria da moda sempre busca cultivar a capacidade de atração, sedução e encantamento (*glamour*⁵).

³ Segundo Diane Crane (2006, p.22), “[...] artefatos não tecnológicos vêm influenciando o comportamento humano por séculos. As roupas, como artefatos, ‘criam’ comportamentos por sua capacidade de impor identidades sociais e permitir que as pessoas afirmem identidades sociais latentes. Por um lado, os estilos de roupa podem ser uma camisa-de-força, restringindo (literalmente) os movimentos e gestos do indivíduo, como foi o caso do vestuário feminino durante a era vitoriana”.

⁴ De acordo com Stampa (2012, p. 36), “a expressão ‘mundo do trabalho’ se refere aos processos sociais que vêm levando às mais diversas formas sociais e técnicas de organização do trabalho, desde o fim do século XX até este início do século XXI. Pauta-se na submissão cada vez maior do processo de trabalho e da produção aos movimentos do capital em todo o mundo, compreendendo a questão social e o movimento da classe trabalhadora”.

⁵ Termo da língua francesa que se refere ao charme sofisticado (no *show business*, na moda).

2.1

Moda: de onde vem a indústria da moda?

Definir a moda é uma tarefa difícil. Existem variadas concepções que buscam caracterizar a moda, tal como expressão de modos e estilos protagonizados pelo ocidente ou como tendências de estilo de vestimenta, consumo, decoração e até mesmo comportamento.

Ainda que nossa pesquisa esteja diretamente vinculada à moda, especialmente à indústria da moda no que se refere ao vestuário, não há como negar que a moda hoje ultrapassa a questão das roupas. É importante pensar sua extensão para outras áreas. Neste sentido, a moda “invade os limites de todas as outras áreas do consumo e, se pensarmos que sua lógica também penetra a arte e, até mesmo, a ciência, fica claro que estamos falando sobre algo que reside praticamente no centro do mundo moderno” (Svendsen, 2010, p. 10).

Alguns autores, como Lars Svendsen (2010), Gilles Lipovetsky (2009) e Tansy Hoskins (2014; 2022; 2023) trazem discussões importantes sobre o conceito e o surgimento da moda. Buscamos levantar alguns pontos relevantes sobre este conceito, na tentativa de dar corpo à imagem “mística” da moda.

A origem da moda, segundo o filósofo norueguês Svendsen, é associada ao nascimento do capitalismo mercantil no período medieval tardio⁶, mas ganhou força no século XVIII com a burguesia que utilizava a roupa para indicar seu *status* social. O autor indica que o desenvolvimento da moda foi um dos eventos mais decisivos da história mundial, pois “há na moda um traço vital da modernidade: a abolição de tradições” (Svendsen, 2010, p. 25).

Para o filósofo, o ponto de partida da moda é tornar um objeto supérfluo o mais rápido possível, para, assim, abrir espaço para o novo. Sendo o novo, algo que não requer referência a um conceito de progresso ou aperfeiçoamento do objeto. A moda busca a mudança pela mudança (Svendsen, 2010).

Lipovetsky (2009), filósofo francês, traz uma reflexão sobre a moda a partir de uma perspectiva pós-moderna, onde a moda é emancipadora, passageira e agente soberana da dinâmica individualista em suas diversas manifestações. O autor acredita que pensar a moda pelo viés de distinção de classe, tanto na esfera do vestuário quanto na dos objetos e da cultura moderna, não é capaz de esclarecer a moda no seu principal ponto que, segundo ele, centra-se na “lógica

⁶ A Baixa Idade Média, ou período medieval tardio, foi o período da história europeia que durou de 1300 a 1500 D.C. A Baixa Idade Média seguiu a Alta Idade Média e precedeu o início do período moderno.

da inconstância, as grandes mutações organizacionais e estéticas da moda” (Lipovetsky, 2009, p. 11). Vejamos:

[...] a Moda não encontra seu modelo adequado nem nas teorias de alienação, nem nas de qualquer ‘mão invisível’ otimizada; não institui nem o reino da espoliação subjetiva nem o da razão clara e firme (Lipovetsky, 2009, p. 19).

A partir disto, nos parece que, se o ponto de partida da moda é a mudança, a troca e o passageiro do que é produzido por ela, não há melhor referência para tais características do que a condição que um produto, que é a objetivação do trabalho humano, assume na sociedade capitalista. É preciso que a mercadoria dentro da indústria da moda crie desejo, construa um mundo fantasioso para seus consumidores e que seja possível, sempre que desejado, substituí-la. Logo, não nos parece que a moda seja descolada das formas em que se constroem as relações sociais, dentro do sistema capitalista de produção.

Tansy Hoskins, escritora e jornalista inglesa, traz a crítica ao conceito de moda ligado ao ocidente, onde os outros grupos demográficos são desconsiderados e o ocidente é a única referência cultural, levando ao pensamento de que o que: “[...] Paris/Milão/Londres/Nova York produzem é moda, mas o que todo o mundo produz é apenas roupas ou vestuário. Todos os outros – a grande maioria do mundo – foram relegados a ser ‘pessoas sem moda’, o que se traduz em ‘pessoas sem história’” (Hoskins, 2022, p.7).

A autora usa uma definição de moda objetiva que converge com a proposta do estudo aqui desenvolvido. Foca na face da moda voltada para o vestuário, sendo “uma definição simples e viável de moda: ‘mudar estilos de vestimenta e aparência adotados por grupos de pessoas’” (Hoskins, 2022, p. 7).

Essa mudança de estilos é impulsionada pela criação de novas necessidades, é o estímulo para a substituição de algo, fator importante para a circulação de mercadorias dentro de qualquer indústria na sociedade capitalista, não somente a da moda. Este processo é, antes de tudo, parte do modo de desenvolvimento do sistema capitalista. Marx afirma que:

[...] cada homem especula sobre como criar no outro uma nova carência, a fim de forçá-lo a um novo sacrifício, colocá-lo em nova sujeição e induzi-lo a um novo modo de fruição e, por isso, de ruína econômica, [onde a] [...] propriedade privada não sabe fazer da carência rude [uma] carência humana; seu idealismo é a ilusão, a arbitrariedade, o capricho [...] (Marx, 2004, p. 139).

Desta forma, corroboramos com a leitura que Hoskins (2014) traz sobre a moda e sua indústria, a partir de uma análise que a classifica como parte do

capitalismo, onde a moda é uma produção social, pelo fato de seus produtos serem produzidos socialmente, e ressalta que ignorar tal questão contribui para a mistificação da moda. A autora reforça que a moda é indistinguível do capitalismo e, por isso, não há como pensá-la sem remeter aos impactos de suas fábricas para o meio ambiente e para os/as trabalhadores/as, como também não há como ignorar suas posições racistas e sexistas, bem como as relações de poder que quase sempre são reforçadas no mundo da moda.

É importante pensar todo esse processo como algo inerente ao sistema capitalista de produção e circulação de mercadorias, tendo origem antes da “indústria da moda” como é vista hoje e, que na verdade, é uma indústria com moldes idênticos ou similares a outras indústrias (por conter vários outros processos de produção e consumo de equipamentos, produtos e distribuição de mercadorias). Portanto, carrega consigo as bases dos padrões de exploração do trabalho, tendo na moda seu lado efêmero e místico, com a função de criar a ambientação quase religiosa para justificar o consumo e, contudo, em seus “bastidores” invisíveis, permitir as mais precárias relações de trabalho.

Jinkings e Amorim (2006), ao desenvolverem reflexões sobre a situação da indústria têxtil e da confecção de Santa Catarina, destrincham parte do processo produtivo da cadeia produtiva têxtil, pois existem inúmeros processos de produção e de consumo anteriores à chegada na última fase, que é a costura das peças. Este último momento do processo é acompanhado, quase sempre, de trabalho humano e poucas tecnologias avançadas. Vejamos:

O complexo produtivo da cadeia têxtil envolve o beneficiamento de fibras, a fiação, a tecelagem e malharia, o acabamento de fios e tecidos e a confecção. Cada etapa tem como resultado o principal insumo da etapa seguinte. As fibras podem ser químicas (sintéticas ou artificiais) ou naturais. A principal distinção que podemos fazer em relação às fibras sintéticas e artificiais é que as segundas são produzidas a partir da celulose, por isso são conhecidas também como fibras celulósicas. Exemplo de fibras artificiais são a viscose e o acetato. Já as fibras sintéticas são originárias de indústria petroquímica. As principais fibras sintéticas são o poliéster, o acrílico e o polipropileno. Portanto, o setor têxtil tem sua base na pecuária (produção de lã) e na agricultura (produção de fibras naturais como algodão, linho, juta) estando interligado também com a fabricação de fibras e produtos químicos (corantes, amaciantes, botões plásticos, embalagens) e metalúrgicos (zíperes, alfinetes, botões de metal) e, finalmente, com a indústria de bens de capital (Jinkings; Amorim, 2006, p.338).

Essa cadeia industrial, onde a indústria da moda está inserida, nos permite compreender que o processo de produção também inclui o consumo. Em Marx (2004) podemos ver que o valor de uso de uma mercadoria (produtos que tem função de satisfazer necessidades) produzida pelo trabalho, pode se transformar

em meio de trabalho para a produção de outros valores de uso, como, por exemplo, as máquinas de costura, tecidos e outros. Desta forma, “produto de consumo individual é, por isso, o próprio consumidor, o resultado do consumo produtivo um produto distinto do consumidor” (Marx, 2004, p.37).

Dentro deste processo existem várias formas de relações de trabalho, tanto formais precarizadas, informais, terceirizações, contratos temporários. Todas com o intuito de acelerar a produção e o consumo.

Ao citar o exemplo da reestruturação⁷ na indústria têxtil de Santa Catarina, situação que é presente em outras indústrias do país⁸, as já referenciadas autoras Jinkings e Amorim (2006) trazem relatos sobre a reorganização nas fábricas com consequências para a classe trabalhadora, com a pressão pela maior velocidade na produção, o controle sobre os/as trabalhadores/as, a imposição de que os/as trabalhadores/as reproduzam o discurso da empresa, a flexibilização da contratação da força de trabalho. As autoras trazem relatos de trabalhadores/as que passaram, por exemplo, a trabalhar sob o esquema de banco de horas⁹, vejamos:

Eu sempre me opus [ao banco de horas], acho que é uma maneira errada de conduzir o trabalho dentro da empresa, principalmente porque tira a liberdade do fim de semana. Eu sou muito a favor da convivência com a família, quando possível sair, apreciar os finais de semana. Dentro da empresa a revolta é geral, porque chega o fim de semana e está lá, você preso. Você é um prisioneiro do seu trabalho. Trabalha a semana inteira, chega no final de semana e enfrenta mais dois dias. Lá na frente não nos traz resultado nenhum. Porque se você trabalha em banco de horas, você não tem retorno financeiro. E quem trabalha, vende a sua força bruta, é a força de trabalho a troco de salário. Essa é a desvantagem do banco de horas: você dá seu trabalho, vende seu serviço a troco de uma folga, quando possível, a critério da empresa (Entrevista concedida às autoras em 11/03/1999) (Jinkings; Amorim, 2006, p.351).

É evidente a maior inserção de trabalho feminino na indústria da moda, seja na indústria têxtil ou na sua última face de produção, no caso, nas confecções de

⁷ Harvey define esse processo como *acumulação flexível*, que é “marcada por um confronto direto com a rigidez do fordismo, e se apoia na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo” (Harvey, 2012, p. 140). Esse padrão organizacional desenvolve-se em uma estrutura produtiva mais flexível, onde a produção é diretamente ligada à demanda, o trabalhador possui multiatividades de funções, operam simultaneamente várias máquinas, a produção deve ser feita em menor tempo, com controle na reposição e no estoque de peças, é inserido um círculo de controle de qualidade (CCQ) e a terceirização e a subcontratação são centrais nas relações de trabalho.

⁸ Fábrica Guararapes encerra atividades e demite 2 mil funcionários em Fortaleza. Fonte: <https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2023/01/10/fabrica-guararapes-encerra-atividades-e-demite-2-mil-funcionarios-em-fortaleza.ghtml>; Fabricante das Havaianas anuncia demissão em massa no Nordeste: <https://asbraf.com/economia-mercado/fabricante-das-havaianas-anuncia-demissao-em-massa-no-nordeste/>. Acesso em: 04 jun. 2023.

⁹ Banco de horas é um modelo de compensação de jornada de trabalho. Nessa modalidade, o pagamento adicional de horas extras é substituído por folgas e/ou redução na jornada, quando for favorável à empresa que contrata a força de trabalho.

costura, onde o trabalho feminino precarizado “deriva das formas ‘flexíveis’ de contratação. Nota-se que o setor mais terceirizado na linha de produção é a confecção, que utiliza o trabalho feminino de modo amplamente dominante” (Jinkings; Amorim, 2006, p. 355).

Em Friedrich Engels¹⁰ (2010), na obra *A situação da classe trabalhadora na Inglaterra*, escrita em 1845, o fiel companheiro de Karl Marx demonstra, de forma precisa, a evolução das indústrias e das máquinas utilizadas para a fiação de seda, algodão e linho, juntamente com as consequências desse desenvolvimento para a classe trabalhadora, composta inclusive por crianças. Será que já existia uma indústria da moda em plena Revolução Industrial?

Certamente já havia um enorme contingente de trabalhadores/as no chão de fábrica, produzindo tecidos, porém, sem acesso ao consumo dos mesmos produtos e em péssimas condições de trabalho. Nesse contexto histórico da Revolução Industrial, a indústria têxtil é uma das protagonistas, e vemos em Engels a descrição de como algumas indústrias, deste ramo, se desenvolveram:

O segundo centro têxtil, situado no distrito algodoeiro da Escócia (Lanarkshire e Renfrewshire), é Glasgow, cuja população, **desde a instalação dessa indústria, passou de 30 mil para 300 mil habitantes**. Igualmente, a fabricação de artigos de algodão em Nottingham e Derby recebeu um primeiro impulso com a redução do preço do fio e um segundo **com o aperfeiçoamento da máquina de tricotar, que permite a confecção simultânea de duas meias com um só tear**. Também a fabricação de rendas se tornou um ramo importante desde 1777, quando foi inventada a *lace machine*; pouco depois, Lindley inventou a *point-net machine* e, em 1809, Heathcote criou a *bobin-net machine*, que simplificaram muito o fabrico de rendas e paralelamente **augmentaram seu consumo, graças à redução dos preços** – hoje, pelo menos 200 mil pessoas vivem dessa indústria, cujos centros principais são Nottingham, Leicester e o oeste da Inglaterra (Wiltshire, Devonshire etc.). [...] Vários ramos dependentes da indústria do algodão experimentaram uma evolução similar, como o alvejamento, a tinturaria e a estamperia: o alvejamento, com a utilização do cloro em lugar do oxigênio, a tinturaria e a estamperia graças ao rápido desenvolvimento da química **(e a estamperia, ademais, mediante uma série de brilhantes invenções mecânicas)**. Todos esses ramos conheceram um florescimento que – juntamente com o crescimento da indústria do algodão – assegurou-lhes uma prosperidade até então desconhecida. [...] A mesma

¹⁰ Friedrich Engels foi um escritor, jornalista, economista, filósofo e teórico político alemão. Engels escreveu, em parceria com Karl Marx, o *Manifesto Comunista* (1848), e desenvolveu o materialismo histórico-dialético também em parceria com Marx. Foi um dos grandes teóricos do socialismo do século XIX e teve como motivação para o estudo e contribuição a essa área a observação da condição dos operários em uma fábrica de sua família, em Manchester, Inglaterra. Em 1842, aos 22 anos de idade, Engels foi para Manchester para assumir um posto de chefia em uma das fábricas têxteis do pai (produzia linhas de costura). Assumiu por alguns anos a direção de uma das fábricas e ficou impressionado com a miséria em que viviam os/as trabalhadores/as das fábricas de sua família. Fruto dessa indignação, Engels desenvolveu um detalhado estudo sobre a situação da classe operária na Inglaterra, que se tornou a base de uma de suas obras principais: *A situação da classe trabalhadora na Inglaterra*, publicada em 1845. Aí se iniciou o seu trabalho intelectual de oposição ao capitalismo que resultou, mais tarde, em uma profícua parceria com Karl Marx. Em 1844, Engels retornou à Alemanha e, passando por Paris, conheceu pessoalmente Marx. No fim de 1844, Marx e Engels escreveram o livro *A sagrada família*. Manteve-se produtivo até o final da vida (1895) e publicou várias outras obras.

operosidade verificou-se no tratamento da lã. Este já constituía então o setor principal da indústria inglesa, mas a produção daqueles anos é nada em comparação com o que se fabrica atualmente. Em 1782, toda a produção de lã (tosquia) dos três anos precedentes continuava em estado bruto por falta de operários, e assim permaneceria se as novas invenções mecânicas não houvessem tornado possível a sua fiação. A adaptação das máquinas para a fiação da lã se efetivou com êxito. Também nos distritos lanígeros verificou-se o mesmo rápido desenvolvimento que constatamos nos distritos algodoeiros. Em 1738, no West Riding de Yorkshire, produziram-se 75 mil peças de tecido de lã e em 1817, 490 mil – e o crescimento da indústria da lã foi tal que, em 1834, a produção de peças de lã ultrapassou em 450 mil peças o que se produziu em 1825. Em 1801, processaram-se 101 milhões de libras de lã (das quais 7 milhões importadas); em 1835, 180 milhões (das quais 42 milhões importadas) (Engels, 2010, p.51-52, grifo nosso).

Fica claro, com a descrição de Engels, como as máquinas mudaram o cenário da produção têxtil na Inglaterra, ao ampliar a população urbana com a migração para as cidades industriais, aumentando da produção, devido ao aperfeiçoamento das máquinas, por consequência, criando maior variedade de mercadorias e também, maior consumo. Outra questão descrita pelo filósofo inglês são as condições às quais foram submetidos/as os/as trabalhadores/as (homens, mulheres e crianças) nas grandes fábricas, em especial, o relato da fabricação de renda:

De qualquer forma, nesse setor, o trabalho mais nocivo é o dos *runners*, que são, em sua maioria, crianças pequenas, de sete anos, quando não de cinco ou quatro – o inspetor Grainger chegou a encontrar um menino de dois anos ocupado nesse trabalho. Seguir com os olhos um longo fio que, com a ajuda de uma agulha, que deve ser retirado da trama logo que o desenho estiver concluído, é um trabalho muito fatigante para a vista, especialmente quando, como é comum, a jornada é de catorze a dezesseis horas. Na melhor das hipóteses, o resultado é uma grave forma de miopia; na pior, e a mais frequente, uma cegueira incurável que deriva da amaurose [...]. O trabalho, em si mesmo, é insalubre: crianças e jovens laboram em pequenos cômodos mal arejados, sempre sentados e curvados sobre os bilros. Para manter o corpo nessa posição fatigante, as meninas usam um corpete de madeira, o que, dada a sua pouca idade, numa altura em que os ossos não estão inteiramente formados, e aliado à postura curvada, deforma-lhes o esterno e as costelas, provocando o atrofiamento do tórax. A maior parte delas morre tuberculosa, depois de sofrer durante certo tempo com diversos distúrbios digestivos ocasionados pelo sedentarismo numa atmosfera asfíxica [...]. É esse o preço que a sociedade paga para oferecer às belas damas da burguesia o prazer de usar rendas – e não é razoável? Somente alguns milhares de operários cegos, somente algumas filhas de operários tuberculosas, somente uma geração doente e raquítica que transmitirá suas enfermidades aos seus descendentes – mas o que isso importa? Nada, absolutamente nada: nossa burguesia, indiferente, afastará de seus olhos o relatório da comissão governamental e suas mulheres e filhas continuarão normalmente a enfeitar-se com rendas. De fato, é admirável, na Inglaterra, a serenidade da burguesia! (Engels, 2010, p.226-228).

Apesar dos avanços tecnológicos e industriais de que hoje a indústria da moda se beneficia e, considerando a luta da classe trabalhadora por redução de horas de trabalho e a conquista na criação de leis que regulamentam o trabalho,

a produção de mercadoria dentro deste ramo, passados dois séculos, ainda faz uso de relações e condições de trabalho muito similares às relatadas por Friedrich Engels em 1845. Alguns exemplos a seguir, demonstram esse cenário permanente, agora espalhado pelo mundo.

Segundo a organização não governamental Repórter Brasil¹¹, as fábricas que produzem para as principais marcas esportivas, patrocinadoras da Copa do Mundo de Futebol de 2022, realizada no Brasil, contaram com relatos de horas exaustivas de trabalho e valores de salários diferentes por regiões do país, para a execução do mesmo serviço. Vejamos:

Para manter os níveis altos de produtividade, os intervalos para descanso e para uso do banheiro são controlados com rigor pelos encarregados dos pátios das fábricas. Trancados e com a chave sob cuidado desses supervisores, os sanitários podem ser acessados um número pré-estabelecido de vezes, durante um tempo monitorado. ‘Queremos poder ir ao banheiro quando sentirmos vontade’, desabafa Delírio Ferreira Borges, operário da Ramarim na cidade gaúcha de Nova Hartz, licenciada para fabricar tênis e chuteiras esportivas para a Adidas. Nesse cenário de restrição, quem sofre mais constrangimento são as mulheres, por razões que podem variar entre uma gestação ou o próprio período menstrual – fatores que exigem idas ao banheiro mais frequentes [...]. Para comprar o modelo ‘canarinho’ usado como uniforme principal pela seleção brasileira no site da Nike é preciso desembolsar quase R\$ 700 – preço que praticamente inviabiliza que trabalhadores das fábricas da marca possam adquirir o item.[...]. O maior salário do setor é pago pela Ramarim, em Sapiranga, Rio Grande do Sul, licenciada para fabricar tênis e chuteiras esportivas para a Adidas: R\$ 1.742. O pior salário está no Nordeste, onde há fábricas que confeccionam para as três marcas, e os entrevistados afirmam receber remuneração de R\$ 1.240. Empresas que possuem unidades em mais de um estado pagam salários diferentes em cada região, caso da Dass, que fabrica para Adidas, Nike e Puma (Repórter Brasil, 2022).

A terceirização, neste cenário, torna possível a não vinculação direta das marcas ao processo de produção de mercadorias realizados pelas empresas fornecedoras (terceirizadas e/ou quarteirizadas). As grandes marcas sempre recorrerão aos seus códigos de conduta, aos certificados¹² e acordos para demonstrar que sua cadeia de produção está dentro dos padrões de produção que, a princípio, não ferem as leis e nem os direitos humanos. Mas será que as peças produzidas em espaços privados, como as casas das costureiras, estão nesta linha de produção rastreável?

¹¹ Trabalhadores denunciam salários baixos e adoecimento em fábricas de Adidas, Nike e Puma no Brasil. Disponível em: <https://repoterbrasil.org.br/2022/12/salarios-baixos-adoecimento-e-banheiro-controlado-assim-nascem-os-produtos-adidas-nike-e-puma-no-brasil/>. Acesso em: 02 jan. 2023.

¹² Código de conduta para parceiros da Brookfield. Fonte: <https://www.brookfield.com/sites/default/files/2020-11/Codigo%20de%20Conduta%20%C3%89tica%20para%20Fornecedores%20-%20Brookfield%20Properties.pdf>. Acesso em: 01 mai. 2023.

A não vinculação das marcas com as empresas terceirizadas e/ou quarteirizadas, fica clara na resposta, por exemplo, da marca Brookfield, ao ser questionada sobre quais ações adotaram após as autuações de trabalho escravo contemporâneo, no qual a marca foi alvo em 2016. A marca afirma:

Aqui é importante retomar a premissa fundamental: não houve caso de trabalho escravo em 2016 na Brookfield. A própria Justiça do Trabalho e o Ministério Público do Trabalho já reconheceram que os trabalhadores fiscalizados pelo Ministério do Trabalho eram empregados da Confecção MDS – o que já revela que não houve trabalho escravo na Brookfield [...] (Repórter Brasil¹³, 2022).

Já em nossa pesquisa com as costureiras, a partir do *survey online* disponibilizado na rede social Facebook, das 33 respostas recebidas, 30 trabalhadoras estavam com vínculo informal de trabalho e prestavam serviços para grandes marcas de vestuário feminino cariocas, em caráter de terceirização. Algumas das costureiras entrevistadas relataram produzir de 30 a 40 ou até 100 peças por dia. Em um dos relatos, uma trabalhadora menciona sobre a desvalorização do trabalho, onde afirma: “É uma profissão muito cansativa e mal remunerada”. Outra trabalhadora reclama: “Pouco dinheiro para muito trabalho”.

Visualizamos até aqui que a indústria da moda, representada por parte da indústria têxtil, está presente em diversos momentos importantes da reorganização do trabalho e faz parte do processo de movimentação do capital, pois toda a sua cadeia produtiva está estreitamente articulada aos processos de reorganização do trabalho, seja no chão de fábrica ou em outros espaços de trabalho. E apesar dos avanços tecnológicos, retoma às formas de trabalho precárias, com objetivo de aumento de produção, lucro e de sua expansão, parte importante na constituição da produção e reprodução social do capitalismo.

2.2

Capitalismo, moda e pandemia: uma relação intrincada e *out of fashion*¹⁴

Sobre a indústria da moda, por estar inserida no contexto de produção capitalista e ter o consumo de mercadorias como seu pilar, sabe-se, a princípio, que se apropria de qualquer condição ou situação que se revele útil para a

¹³ Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/2022/12/integra-dos-esclarecimentos-de-brookfield-e-grupo-soma/>. Acesso em: 01 mai. 2023.

¹⁴ Fora de moda.

abertura do seu *mercado* no intuito de maximizar os lucros, em especial a de produção *fast fashion*¹⁵, mas não somente nele, usando de mais exploração do trabalho, com variados exemplos de desrespeito às leis trabalhistas, apropriação cultural, trabalho escravo contemporâneo, em nome da busca de uma “identidade” oferecida aos seus consumidores.

Um dos maiores exemplos dentro da indústria da moda, na produção de vestuário fragmentada, com várias empresas espalhadas por dezenas de países, é a espanhola Inditex, um importante conglomerado de empresas têxteis, tendo a Zara¹⁶ como uma das suas principais marcas.

A Zara tem seu fundador, Amâncio Ortega, na lista das pessoas mais ricas do mundo. A Inditex é dona de outras marcas que vão do vestuário a itens de casa, exemplo de uma nova tendência das marcas de vestuário, pois assim, o consumidor passa a ter dentro do seu espaço privado, mercadorias com referências específicas como aromatizantes e símbolos que remetem ao estilo da marca. Anualmente são mais de 20 coleções produzidas pela Zara em todo mundo.

Porém, existem várias outras empresas no ramo do vestuário que podem servir como exemplo de reorganização produtiva, de aumento dos lucros e, também, de exploração de mão de obra barata em países periféricos. E no contexto de pandemia de covid-19 houve uma reorganização e essa condição de exploração foi intensificada.

Tal como demonstrado nos estudos de Engels (2010), sobre a produção de renda na Inglaterra e sobre a condição da classe trabalhadora deste ramo, se observarmos os dias de hoje encontramos condições de vida e de trabalho muito hostis para os/as trabalhadores/as da indústria da moda. O que pode ser registrado como mudança é a transferência de grande parte da produção para outros países com força de trabalho precarizada e de baixo custo para as empresas, marcas e fábricas, pois o uso da força de trabalho feminina e infantil ainda persiste. De acordo com a Organização Internacional do Trabalho (OIT), aproximadamente 260 milhões de crianças no mundo trabalham e muitas estão

¹⁵ A expressão se refere à moda rápida, ou seja, às roupas baratas produzidas rapidamente por varejistas do mercado de massa em resposta às últimas tendências da moda. Compreende um padrão de produção e consumo no qual os produtos são fabricados, consumidos e descartados – literalmente – rápido. Este modelo de negócios depende da eficiência em fornecimento e produção em termos de custo e tempo de comercialização dos produtos ao mercado, que são a essência para orientar e atender a demanda de consumo por novos estilos a baixo custo.

¹⁶ Zara é uma rede de lojas de roupas e acessórios para o público feminino, masculino e infantil com sede na Espanha. Pertence ao grupo Inditex e possui lojas em várias partes do mundo, com seguimentos voltados para vestuário (Zara), utensílio e decoração de casa (Zara Home) e calçados e acessório (Zara Tempe) .

diretamente ligadas a trabalhos de setores de suprimento da moda, como tecidos e calçados¹⁷.

É possível indicar muitos exemplos de acidentes de trabalho e de exploração de trabalhadores/as na indústria da moda no mundo, ou melhor dizendo, de trabalhadoras, pois as mulheres são maioria neste ramo. Para citar algumas situações de precariedade das trabalhadoras, e também de sua resistência, destacamos a grande greve na Zona Industrial Delta do Rio das Pérolas¹⁸, em 2014, na cidade de Donggua, uma das maiores produtoras de sapatos na China. A greve tinha como objetivo a reivindicação de melhores salários, pois produzia calçados para marcas como Nike, Adidas e Reebok. No Camboja, em 2014, o salário dos/as trabalhadores/as era de US\$ 61,00 (sessenta e um dólares) por mês¹⁹, e as greves contavam com resposta violenta por parte do Estado, com prisão e morte de trabalhadores/as. Além desses acontecimentos, também pode ser citado o fatídico desastre do Rana Plaza²⁰, em Bangladesh, que matou 1138 trabalhadores/as, em sua maioria mulheres, em 2013 revelando as formas de relação e de condições de trabalho da cadeia da moda, antes, nos bastidores da indústria da moda. A figura nº 1 a seguir mostra a dimensão da tragédia:

¹⁷ Fonte: *Child labour in the fashion supply chain*. Disponível em: <https://labs.theguardian.com/unicef-child-labour/>. Acesso em: 30 mai. 2022.

¹⁸ O Delta do Rio das Pérolas é uma das regiões mais desenvolvidas da China continental, com uma forte indústria de exportação. Fonte: HOSKINS, Tansy. *“Fashion” is just an excuse for the rich to exploit the poor*. Disponível em: <https://www.newstatesman.com/culture/2014/05/fashion-just-excuse-rich-exploit-poor>. Acesso em: 30 mai. 2022.

¹⁹ Para termos uma noção do valor do salário pago, no Brasil em 2014 um 1 dólar, em média, custava em moeda brasileira R\$ 2,40 (dois reais e quarenta centavos).

²⁰ Localizado em Dacca, capital de Bangladesh, o Rana Plaza abrigava fábricas independentes, com cerca de 5.000 trabalhadores/as, em sua maioria mulheres, que produziam para marcas como Zara, H&M, Primark, Benneton, Walmart, Carrefour, The Children's Place e outras. As funcionárias viviam em péssimas condições, tinham horas de trabalho contínuo e salários baixíssimos. O edifício desabou em 24 de abril de 2013. As buscas foram concluídas em 13 de maio e o balanço final totalizou 1138 mortos. O incidente já é apontado como uma das maiores tragédias deste século. Fonte: APP-Sindicato dos Professores das Redes Públicas Estadual e Municipais no Paraná. Disponível em: <https://appsindicato.org.br/tragedia-rana-plaza/>. Acesso em: 15 mai. 2022.

Figura nº 1 - Desabamento do Rana Plaza, Bangladesh, abril de 2013



Foto: elDiario.es.

Segundo Veiga e Galhera (2017) alguns acordos e ações foram realizados após o desastre do Rana Plaza. A OIT, enviou comissões de fiscalização e criou o *National Tripartite Plan of Action*²¹ – acordo nacional tripartite entre o Ministério do Trabalho bengali, trabalhadores e empregadores. Outros acordos foram firmados como o *Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh*²² e a *Alliance for Bangladesh Workers' Safety*²³, que, segundo os referidos pesquisadores, proporcionou “[...] um novo arranjo institucional local que criou novas formas de cooperação e governança e produziu um novo marco regulatório para saúde e segurança no trabalho” (Veiga; Galhera, 2017, p.164). Houve também a criação de um fundo internacional – *Rana Plaza Donors Trust Fund*²⁴ – com participação

²¹ *National Tripartite Plan of Action*: Plano de Ação Nacional Tripartido sobre Segurança Contra Incêndio e Integridade Estrutural no Vestuário Setor de Bangladesh (NTPA), foi formulado em 2013, com o objetivo de abordar as deficiências em regras e regulamentos, capacidade institucional, segurança e saúde ocupacional (SST) e preocupações relacionadas com as relações laborais e condições de trabalho mais seguras. Fonte: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-dhaka/documents/publication/wcms_761054.pdf. Acesso em: 04 jun. 2023.

²² *Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh*: Acordo sobre Incêndio e segurança predial em Bangladesh. Com objetivo de as indústrias de roupas prontas (“RMG”) sejam seguras e sustentáveis em Bangladesh, na qual nenhum trabalhador precisa temer incêndios, desabamentos de prédios ou outros acidentes que poderiam ser evitados com medidas razoáveis de saúde e segurança. Fonte: http://mneguidelines.oecd.org/global-forum/2013_S1_1.pdf. Acesso em: 04 jun. 2023.

²³ *Alliance for Bangladesh Workers' Safety*: marcos essenciais que incluem o lançamento da lista de fábricas membros da Alliance, a adoção de padrões de segurança contra incêndio e construção e investimentos em conhecimento técnico da organização e pessoal local em Bangladesh. Fonte: <https://fdra.org/latest-news/alliance-for-bangladesh-worker-safety-update/>. Acesso em: 04 jun. 2023.

²⁴ *Rana Plaza Donors Trust Fund*: Fundo de Doadores do Rana Plaza, foi criado em janeiro de 2014 pela Organização Internacional do Trabalho (OIT) para coletar contribuições e mantê-las em custódia sob os termos e condições especificados. Fonte: <https://ranaplaza-arrangement.org/trustfund/>. Acesso em: 04 jun. 2023.

voluntaria, porém, nem todas as empresas que exploravam a mão de obra do Rana Plaza contribuíram.

Este desastre nos lembra da lógica existente de desvalorização e exploração do trabalho e da vida das mulheres. A terceirização das trabalhadoras é um processo que mascara o trabalho escravo contemporâneo e foi mundialmente denunciado. Trata-se da ganância das marcas que exploram para extrair lucro sobre o trabalho de uma única vida e, em geral, são as vidas das mulheres que estão submetidas a isso em o todo mundo.

O desastre completou uma década este ano e várias reivindicações dos trabalhadores não foram consideradas. Apesar da melhora na participação dos sindicatos nos acordos realizados, das novas políticas de prevenção de acidentes e incêndios, segundo o jornal *Prothom Alo*²⁵ em matéria publicada em 24 de abril de 2023²⁶, algumas práticas de desrespeito ao trabalhador permaneceram:

Mas, mesmo após 10 anos desse incidente, as condições seguras de trabalho não foram garantidas nas fábricas. O sistema de combate a incêndios nos edifícios e fábricas não são nada confiáveis. Há algumas outras coisas a dizer sobre condições de trabalho seguras para os trabalhadores. Nas fábricas de roupas prontas, os trabalhadores ainda são abusados em linguagem não falada. Especialmente quando as trabalhadoras são despedidas a pretexto de trapacear, são apresentados casos falsos com acusações infundadas, a assiduidade é cortada, o trabalho é feito até à meia-noite, os fins-de-semana não são regularmente pagos, são feitas horas extras forçadas, 30-40 horas extras são cortadas sob vários pretextos, as férias não são dadas mesmo que solicitem licença depois de ficarem doentes, etc. Os trabalhadores estão sendo assediados e assediados de muitas outras maneiras. Não se pode dizer que essa situação tenha garantido um ambiente de trabalho seguro em nenhum sentido (Mishu, 2023, tradução nossa.)

Soma-se a este relato, o fato de que o governo de Bangladesh pressionou para o fim do acordo de Segurança contra Incêndios em edifícios e, as indenizações reivindicadas pelos/as trabalhadores/as eram de 71 milhões de dólares, porém, receberam apenas 30 milhões²⁷.

Esses exemplos ilustram a escolha das grandes corporações por países e fábricas com salários baixos e com pouca ou sem regulamentação, excluindo a responsabilidade da marca pela manutenção desses/as trabalhadores/as.

Com a pandemia de covid-19 ficou ainda mais evidente a natureza predatória do capitalismo e suas expressões na indústria da moda. No Sri Lanka, na Zona de Livre Comércio de Katunayake, que possui 82 fábricas de vestuário,

²⁵ *The Daily Prothom Alo* é um jornal diário em Bangladesh, publicado em Dhaka no idioma bengali. É o jornal de maior circulação em Bangladesh.

²⁶ *The Daily Prothom Alo*: 10 anos do colapso do Rana Plaza, por que os trabalhadores não receberam indenização até hoje. Matéria de Moshraf Mishu, publicada em 24 de abril de 2023. Fonte: <https://www.prothomalo.com/opinion/column/bnuwkzvgp3>. Acesso em: 20 mai. 2023.

²⁷ *Ibidem*, 2023.

houve um surto de covid-19 entre os/as trabalhadores/as. O complexo industrial foi fechado em 16 de março de 2020, e as leis criadas para combate e prevenção à covid-19 foram utilizadas para evitar mobilização dos/as trabalhadores/as e dos sindicatos²⁸.

Já na Guatemala, as fábricas que produziam máscaras de proteção à covid-19, exportadas para os Estados Unidos, passaram por um surto da doença e ao menos um trabalhador morreu²⁹. Em Mianmar, as leis de combate à covid-19 também foram utilizadas para criminalizar o trabalhador e os sindicatos, intensificando os ataques e protegendo as marcas³⁰.

Como buscamos demonstrar, as Zonas de Livre Comércio³¹ atuam com o conjunto de fábricas, com impostos e salários baixos para atrair investimentos de grandes empresas. No caso da moda, das grandes marcas de vestuário, calçados e acessórios a maioria, está instalada no Oriente.

Para que essas marcas se reorganizem e tenham êxito e maior lucro, é necessário que se utilizem da estrutura já montada para a circulação do capital, ou seja, se beneficiam de toda conjuntura de apoio que é dada pelo Estado neoliberal, através de alterações nas políticas sociais, econômicas e/ou territoriais, no caso do planejamento e da gestão urbana (que iremos desenvolver no item 4.4 desta tese), as quais eliminam as “barreiras” que impedem o livre mercado, aplicam ações de reajustes fiscais, sucateiam políticas e realizam alterações nas legislações trabalhistas e sociais. O neoliberalismo cria condições ainda mais favoráveis à aplicação dessas medidas, seguindo o exemplo da acumulação flexível no Ocidente.

Seguindo este mesmo processo, nova concorrente da Zara em nível de produção é a marca chinesa de moda *online* Shein. Referência em moda digital,

²⁸ *Fast fashion hasn't stopped putting profits over people. The Coronavirus fallout.* Fonte: <https://www.huckmag.com/art-and-culture/style/covid-19-poses-an-existential-threat-to-fast-fashion-industry/>. Acesso em: 03 mai. 2022.

²⁹ *Covid outbreak exposes dire conditions at Guatemala factory making US brands.* Fonte: <https://www.theguardian.com/global-development/2020/aug/06/covid-outbreak-exposes-dire-conditions-at-guatemala-factory-making-us-brands>. Acesso em: 03 mai. 2022.

³⁰ *Thrown to the wolves: how Covid-19 laws are being used to silence garment workers.* Fonte: <https://www.theguardian.com/global-development/2020/oct/26/thrown-to-the-wolves-how-covid-19-laws-are-being-used-to-silence-garment-workers>. Acesso em: 03 mai. 2022.

³¹ Uma zona de livre comércio é a área que abrange países signatários de um tratado de livre comércio. Além do impacto nas taxas de importação em si, o estabelecimento dessa organização pode prever também a queda de outras barreiras alfandegárias, como cotas máximas de importação ou restrições de outras naturezas. Idealmente, uma área de livre comércio pode ser feita entre pelo menos dois países. A instalação de uma zona de livre comércio estimula a abertura de negócios e a geração de empregos, ainda que precários. Isso porque a redução das taxas alfandegárias aumenta a margem de lucro das empresas. Com margem maior, há incentivo para aumento de produção e, conseqüentemente, mais postos de trabalho e empreendimento. Ou seja, bastante liberdade para que as empresas possam explorar o local e os/as trabalhadores/as, com implicação na produção e na circulação de mercadorias.

a Shein estava com previsão de receita, em 2021, em plena pandemia de covid-19, de 20 bilhões de dólares, prevista por corretores financeiros chineses, pois a empresa não divulga seus lucros. Em um dia a marca é capaz de disponibilizar, em seu site e aplicativo, mais de seis mil novas peças, mas não divulga seus fornecedores. Alguns pesquisadores³² foram em busca de informações sobre a cadeia de produção e encontraram empresas fornecedoras, na já citada zona industrial Delta do Rio das Pérolas, com trabalhadores/as prestando serviço com mais de 70 horas semanais e em três turnos diários e, sem surpresa, com vínculos informais de trabalho. Vejamos:

Os pesquisadores localizaram 17 das 1.000 empresas que produzem para a Shein, incluindo inúmeras oficinas informais sem saídas de emergência e com janelas gradeadas que teriam implicações fatais em caso de incêndio. Os empregados, que sem exceção vêm das províncias, trabalham de 11 a 12 horas por dia e têm apenas um dia de folga por mês. Isso resulta em 75 horas de trabalho por semana, o que viola não apenas o Código de Conduta do Fornecedor da Shein, mas também a lei trabalhista chinesa, em vários aspectos. Quem estiver disposto a trabalhar na prática em dois empregos – e ainda por cima sem contrato ou prêmio por horas extras – não ganhará mais de 10.000 Yuan (CHF 1.400), mesmo em meses bons (Kollbrunner, 2021).

A Shein divulga seus critérios para fornecedores em algumas plataformas, como por exemplo:

[...] plataforma chinesa WeChat, onde a empresa publica requisitos de produção para os quais os fabricantes podem concorrer. As empresas de manufatura então compram elas mesmas o tecido para o desenho desejado, mais uma vez de fornecedores que Shein as indica. Isso permite que a empresa controle toda a cadeia de suprimentos sem ter que assumir a responsabilidade pelas condições de trabalho (Kollbrunner, 2021).

A internet e a tecnologia informacional são processos incluídos na cadeia produtiva, que possibilita a produção e a circulação de mercadorias, dispondo de um número exorbitante de mercadorias para venda, que se movimentam via compras online e percorrem o mundo, e a Shein faz uso por completo dessas estratégias. O que possibilita todo esse movimento é o trabalho de homens e mulheres, quase sempre precário, em várias oficinas de roupas espalhadas pelo planeta e, ao comprar por aplicativo, esse processo se perde aos olhos do consumidor, devido a rapidez da produção e circulação das mercadorias.

Antunes (2018) afirma que estamos em uma nova fase da crise estrutural do capitalismo que amplia a precarização do trabalho em escala global. Uma nova

³²Disponível em: <https://stories.publiceye.ch/en/shein/index.html>; <https://www.publiceye.ch/en/media-corner/press-releases/detail/75-hour-weeks-for-shein-public-eye-looks-behind-the-chinese-online-fashion-giants-glitzy-front>. Acesso em: 18 fev. 2023.

fase de desconstrução do trabalho regulado, com aumento as várias formas de trabalho precário e informal e, ao mesmo tempo, há a ampliação do contingente de trabalhadores/as e a diminuição dos empregos. Aqueles que ainda estão inseridos no mundo do trabalho formal, assistem a corrosão dos seus direitos sociais, consequência da dinâmica do capital. Uma nova era de “precarização estrutural do trabalho”, que é claramente visualizado na indústria da moda, à exemplo:

1. a erosão do trabalho contratado e regulamentado, dominante no século XX, e sua substituição pelas diversas formas de trabalho atípico, precarizado e “voluntário”;
2. a criação das “falsas” cooperativas, visando dilapidar ainda mais as condições de remuneração dos trabalhadores, solapando os seus direitos e aumentando os níveis de exploração da sua força de trabalho;
3. o “empreendedorismo”, que cada vez mais se configura como forma oculta de trabalho assalariado, fazendo proliferar as distintas formas de flexibilização salarial, de horário, funcional ou organizativa;
4. a degradação ainda mais intensa do trabalho imigrante em escala global (Antunes, 2018, p.76).

Todos esses elementos citados pelo autor, são claramente visualizados nas relações de trabalho no setor da moda, desde as estilistas *freelancer*, ao grupo de costureiras prestadoras de serviço e todo uso da força de trabalho de imigrantes, como exemplo, os flagrantes de trabalho escravo contemporâneo em São Paulo.

Desse modo, é no campo da flexibilização que as condições precárias de trabalho se configuram, uma vez que a precariedade³³ é própria ao processo de mercantilização do trabalho (Jordão; Stampa, 2015). No caso do Brasil, essas relações precárias são legalizadas via reforma trabalhista³⁴ e regulamentação da terceirização³⁵, e ambas partilham do receituário neoliberal e tiveram seus efeitos intensificados com a pandemia de covid-19.

A indústria da moda, inserida no contexto de externalização da produção³⁶, mesmo antes das últimas alterações trabalhistas, já vinha ampliando para toda a

³³ Para Giovanni Alves (2007, p. 113) a precariedade é “[...] uma condição sócio-estrutural que caracteriza o trabalho vivo e a força de trabalho como mercadoria, atingindo aqueles que são despossuídos do controle dos meios de produção das condições objetivas e subjetivas da vida social. A precariedade do mundo do trabalho é uma condição histórico-ontológica da força de trabalho como mercadoria. Desde que a força de trabalho se constitui como mercadoria, o trabalho vivo carrega o estigma da precariedade social”.

³⁴ Lei nº 13.467, de 13 de julho de 2017. A reforma trabalhista diz respeito à reformulação da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). Ela ocorreu a partir da alteração de uma série de direitos do trabalhador brasileiro, assim como de deveres das empresas, com o objetivo de tornar as diretrizes mais flexíveis.

³⁵ A Lei nº 13.429, de 31 de março de 2017, também conhecida como Lei da Terceirização, é uma lei que altera dispositivos da Lei nº 6.019, de 3 de janeiro de 1974, que dispõe sobre o trabalho temporário, e permite a terceirização ilimitada, irrestrita, inclusive para atividades finalísticas e para o serviço público.

³⁶ A externalização pode ser entendida como uma abordagem de gestão que permite delegar a um agente externo a responsabilidade por processos, atividades ou serviços até então realizados pela empresa, configurando um relacionamento colaborativo e interdependente entre contratante e contratado. Na linguagem empresarial brasileira, tem-se conhecimento de que o termo terceirização

cadeia produtiva os moldes de flexibilização e individualização do trabalho, isto é, a subcontratação seguida de terceirização em diferentes escalas de níveis de subcontratação, precarização e, até mesmo, condições de trabalho que se aproximam a condições que vem sendo denominado como trabalho escravo contemporâneo. A conjuntura atual parece se estender, agora, para trabalhadores/as que possuíam alguma estabilidade dentro das empresas, transformando-se em trabalhador/a “plataformizado/a”³⁷, por vezes trabalhando em *home office*, e custeando a estrutura necessária para desenvolver suas atividades laborativas, que antes era de responsabilidade das empresas.

No caso da indústria da moda, com o crescente processo de informatização do trabalho³⁸ (Wolff, 2006), temos como exemplo o *e-commerce*³⁹, que já era uma das formas de venda de grandes marcas e que assume parte do mercado, impulsionado pelo processo que a pandemia de covid-19 evidenciou, tanto para a economia, quanto, mais severamente, para a classe trabalhadora. É importante destacar que o *e-commerce* faz parte do processo de “uberização do trabalho” (Antunes, 2020c), pois visibiliza os meios tecnológicos das marcas, como o uso de redes sociais como canal direto para vendas e propagandas a partir do acesso irrestrito aos dados dos consumidores. Quanto mais vendas via *e-commerce*, mais trabalhadores/as entram em regime de trabalho flexível e mais trabalhadores/as precarizados/as são necessários/as nas ruas para realizar as entregas.

Considerando o que Antunes (2020c) define por uberização, como as relações de trabalho que assumem a aparência de atividade “colaborativa”, de

ou externalização foi integrado na década de 1980, quando o processo de transferência de serviços que eram realizados pelas próprias empresas foi ganhando espaço nas organizações. Adota-se como definição abrangente para a externalização o processo de contratação de trabalhadores/as por empresa interposta, ou seja, a relação em que o trabalho é realizado por uma empresa, mas contratado por outra (Marcelino, 2007).

³⁷ Antunes (2020c) define trabalho uberizado ou em plataformas como aquele que se desenvolve nas plataformas das grandes corporações, onde médicos/as, professores/as, arquitetos/as, advogados/as, enfermeiros/as, trabalhadores/as domésticos/as, homens e mulheres de todas as profissões, ao perderem seus respectivos trabalhos, aceitam trabalhar – porque não têm outra perspectiva – sob condições que remetem ao século XIX, à acumulação primitiva. O capitalismo de plataforma tem algo em comum com as protoformas do capitalismo, aquela forma em que o capitalismo aviltava a classe trabalhadora com jornadas de 10, 12, 14, 16 horas ou mais, com ritmos intensos de trabalho e sem nenhum direito para o/a trabalhador/a.

³⁸ Refere-se ao papel da tecnologia da informação que articula informática e telecomunicações e se alia ao processo de liberalização e desregulamentação do trabalho, com respaldo neoliberal, que vem caracterizando a mundialização do capital e permitindo aos grandes grupos econômicos remodelar sua estrutura produtiva.

³⁹ O termo *e-commerce* (ou comércio eletrônico em português) é a comercialização de produtos e serviços pela internet, onde as transações são realizadas via dispositivos eletrônicos, como computadores e *smartphones*. Esse tipo de comércio pode contar com diversos canais de vendas. O **mais conhecido é a loja virtual, mas existem** outros, como vendas nas redes sociais e até vendas por *e-mail marketing*. Embora seja uma ferramenta popular nos dias de hoje, o **termo e-commerce costuma ser usado como sinônimo de loja virtual, mas se diferencia**, pois, loja virtual se refere ao *website* (ou plataforma de *e-commerce*) em que os clientes adquirem os produtos, ou seja, é um dos canais do *e-commerce*.

“parceria” ou de empreendedorismo, perdendo o/a trabalhador/a a posição de emprego assalariado, passando a ser considerado, aparentemente, como “aliado⁴⁰”, é possível afirmar que a indústria da moda também se expande na uberização, ao criar aplicativos de venda e ao voltar seu foco comercial para o mercado digital e de entregas, muitas vezes com prazos mínimos. Isso levou a queda na produção e fechamento de várias fábricas de vestuários, levando a crise para toda a cadeia de produção, sendo que a parte mais afetada, neste processo, claramente, é a classe trabalhadora. Outra prática impulsionada pela pandemia, são as vendedoras online, onde as trabalhadoras possuem um código de identificação para vendas no site ou no aplicativo da loja e usam as redes sociais para divulgação das peças, mas esta trabalhadora não está vinculada a nenhuma loja física, portanto, não tem vínculo formal com a marca.

No Brasil, o Grupo Soma, referência em *house of brands*⁴¹, ao qual pertencem as marcas Hering, Farm, Foxton, Animale e outras, parece não ter passado pela crise intensificada pela pandemia, pois teve o recorde de receita no *e-commerce* (123%) e o lucro líquido de 39,9 milhões de reais no quarto trimestre do ano de 2020⁴². Se existe aumento nas vendas, existe produção e existem entregas. No entanto, diante do grave quadro que vivenciamos no país, cabe perguntar: quem produziu e como foram produzidas as peças, no período de pandemia?

É no âmbito dessa problemática que as relações de trabalho na indústria da moda, em especial das trabalhadoras de chão de fábrica ou as que podem ser denominadas como situadas na ponta do processo produtivo, estão inseridas. As marcas mais consolidadas e, até mesmo, as de menor porte, tendem a descentralizar suas atividades de produção (processo de externalização), estimulando a criação de pequenas empresas especializadas e transferindo grande parte de sua produção para confecções terceirizadas que, por sua vez, repassam parte deste trabalho para fações e/ou trabalhadoras em domicílio, tornando o rendimento baixíssimo para o último grupo de trabalhadoras (Abreu, 1986).

No período da pandemia, com a necessidade de cumprir isolamento social, a possibilidade de contaminação pela doença levou algumas empresas a fecharem e as trabalhadoras a buscarem alternativas para a sua sobrevivência.

⁴⁰ Definição encontrada no aplicativo do Rappi (serviço de entrega de restaurantes, supermercados, farmácias, entre outros). Disponível em: <https://www.rappi.com.br/>. Acesso em: 12 mai. 2022.

⁴¹ Em português, casa das marcas, é a estrutura de uma única marca que abrange todos os produtos e serviços da empresa “mãe”.

⁴² Disponível em: <https://api.mzig.com/mzfilemanager/v2/d/dd835c95-0412-4284-82db-dae5784acebc/f41e0675-6400-16c4-2783-61cdeb3f67e5?origin=1>. Acesso em: 09 mai. 2022.

Como exemplo, pode ser citada a crise no Polo de Confeções do Agreste Pernambucano, com casos de costureiras cobrando R\$ 0,30 (trinta centavos de real) por peça produzida em domicílio⁴³.

O Polo de Confeções do Agreste Pernambucano é composto por mais de 10 municípios, mas se destacam as cidades de Toritama, Caruaru e Santa Cruz do Capibaribe. Vejamos:

O Polo de Confeções do Agreste de Pernambuco é um aglomerado de iniciativas produtivas e comerciais relacionadas ao setor de confeções, com foco em roupa casual (masculina e feminina), brim (jeans, bermudas, saias, shorts e camisas), malharia (camisetas, tops, blusas, vestidos), outras vestimentas (calças, saias, camisas e blusas), moda infantil e lingerie. Se estabeleceu, a partir dos anos 1950/1960, em torno das 'Feiras da Sulanca', em Santa Cruz do Capibaribe, Caruaru e Toritama, mas hoje seu raio de influência se estende por dezenas de municípios do Agreste de Pernambuco e repercute na Região e no país. As unidades produtivas são na sua maioria constituídas de 'fabricos' e 'facções', mas, com a consolidação do Polo, já vêm se estabelecendo algumas 'fábricas'. As atividades comerciais ocorrem nas 'Feiras da Sulanca' e, agora também, nos agigantados Centros Comerciais, para onde acorrem comerciantes (revendedores) e consumidores de diversos estados do país [...] (Oliveira, 2011, p.1).

Antes mesmo do início da pandemia de covid-19, já era evidente que as relações de trabalho preponderantes no Polo eram marcadas por trabalho precário e informal, pois a região do Polo não é tradicionalmente industrial e possui carência de serviços públicos. Com a chegada do Polo, houve um estímulo ao "empreendedorismo informal", somado à informalidade nas relações de trabalho e o predomínio do trabalho feminino, domiciliar e familiar (Rangel; Corteletti, 2022, p.3)

A exemplo, temos a cidade de Toritama⁴⁴, situada no agreste do estado, com cerca de 47.088 habitantes⁴⁵ e especializada na produção de jeans⁴⁶. Antes de se tornar a capital do jeans produzia calçados em couro, mas foi perdendo espaço no mercado devido ao crescimento dos calçados produzidos em outros

⁴³ Pandemia agrava condições de trabalho no polo de confeções do Agreste pernambucano. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2021/04/04/pandemia-agrava-condicoes-de-trabalho-no-polo-de-confecoes-do-agreste-pernambucano>. Acesso em: 03 mai. 2022.

⁴⁴ *Estou me guardando para quando o carnaval chegar* é um filme brasileiro, do gênero documentário, de 2019, dirigido e roteirizado por Marcelo Gomes.

⁴⁵ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Coordenação de População e Indicadores Sociais. Estimativas da população residente. 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pe/toritama.html>. Acesso em: 05 jun. 2023.

⁴⁶ O jeans é uma das peças mais poluentes do vestuário. "Apesar da sua popularidade, o jeans, da confecção ao descarte, muitas vezes inadequado, apresenta diversos impactos para o meio ambiente. Em relatório do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma), divulgado em 2020, consta a informação de que a produção de uma calça jeans consome 3.789 litros de água, sem contar o tingimento com produtos químicos poluentes". Fonte: FOGAÇA, Ana Beatriz. Do guarda-roupa ao meio ambiente: qual o impacto ambiental do jeans? **Jornal da USP**, Campus Ribeirão Preto, 03/11/2022. Disponível em: <https://jornal.usp.br/campus-ribeirao-preto/do-guarda-roupa-ao-meio-ambiente-qual-o-impacto-ambiental-do-jeans/>. Acesso em: 13 jun. 2023.

materiais. Hoje é responsável por aproximadamente 16% da produção de jeans do Brasil. As relações e condições de trabalho na capital do jeans não fogem à regra do Polo. Em estudo realizado por Silva (2021), com o objetivo de entender, em Toritama, qual o lugar das mulheres nas relações de trabalho nas facções de jeans, e quais os motivos da evasão escolar destas mulheres, ficou evidente na pesquisa que o trabalho na costura é iniciado ainda na infância por grande parte das famílias, que a dupla jornada das mulheres trabalhadoras de facções em Toritama é um dos grandes causadores da não permanência das mesmas na escola, pois, segundo a pesquisa, há grande [...] dedicação e horários de trabalho excessivos, com duração de até mais de doze horas por dia (Silva, 2021, p.47). E acrescenta que:

A migração da cidade para o sistema de produção de jeans, foi identificado por esta pesquisa como perpetuador dos contextos de vulnerabilidade sociais vivenciados pelas famílias toritamenses, uma vez que, este apoia-se na contratação de mão de obra barata, na informalidade dos empregos, terceirização e flexibilização, além da exploração do trabalho de crianças e adolescentes e mulheres[...]nota-se que as decisões das mulheres costureiras, a opção pela facção em casa, passa pela sua condição de mulher e seu papel social histórico de cuidadora da casa e da família. Burlar essa lógica é tarefa quase que impossível, pois, essas mulheres são advindas de contextos precários familiares, adentram muito cedo no segmento da costura de jeans e são levadas pelas circunstâncias do modelo de trabalho a evadirem da escola, seja por exigência dos patrões (Empresários), seja para poderem aumentar a renda, uma vez que o rendimento monetário depende da produção (Silva, 2021, p. 47-48).

Em matéria publicada pela UOL⁴⁷ sobre as mudanças na vida dos/as trabalhadores/as de Toritama durante a pandemia, foi revelado que a renda das famílias foi reduzida pela metade, tendo menos de 20% das facções em funcionamento no período, sendo necessário o fechamento do Polo de vendas. Algumas costureiras trabalharam na produção de máscaras, porém, recebiam em torno de R\$ 0,15 (quinze centavos de real). A alternativa encontrada por alguns/as trabalhadores/as foi o uso da internet, com as vendas online em plataformas ou via rede social.

Esse processo é acompanhado de mais informalidade, insegurança e desproteção social, além das relações hierárquicas estabelecidas via intensificação do controle do trabalho para o cumprimento de prazos, valor pago por peça produzida definida pela tomadora do serviço, mesmo em

⁴⁷ Como a pandemia mudou a vida dos trabalhadores de Toritama. Fonte: <https://12ft.io/proxy?q=https%3A%2F%2Ftab.uol.com.br%2Feducacao%2Ftoritama%2F%23page1>. Acesso em: 05 jun. 2023. O UOL (Universo Online) é uma das empresas pioneiras da internet no Brasil, e surgiu em 1996 como o primeiro portal de conteúdo no país.

confeccões/facções, com multas em caso de atraso na entrega, acúmulos de funções, como a retirada e a entrega da produção, custeio dos aviamentos, passadoria, embalagens e etiquetagem. Atividades que, muitas vezes, não são incluídas no valor acordado.

É importante ressaltar que o modo de produção capitalista marginaliza certos setores da população do sistema produtivo. No caso da mulher, o fator sexo é condição para a sua inferiorização nessas relações, onde sua situação periférica neste modo de produção conta com dimensões que contribuem para sua desvantagem social. Com isso, para entender a questão de gênero e de classe no setor é necessário compreender a importância da relação entre trabalho produtivo e trabalho reprodutivo, jogando luz à dupla inserção da mulher no mundo do trabalho, pois não há uma homogeneidade de classe trabalhadora e nem separação das relações sociais e das relações de produção (Lobo, 1991).

Existe uma subvalorização das capacidades femininas e a marginalização de suas funções produtivas. Essas desvantagens permitiram ao capital a extração do máximo de mais-valia absoluta, com a intensificação do trabalho, extensão da jornada de trabalho e dos baixos salários das mulheres se comparados aos dos homens (Saffioti, 2013).

O lugar da mulher na família também determina sua condição, pois existe uma “ideologia sobre o lugar da mulher na família que não só força a mulher a aceitar certos empregos que a permitem carregar seu duplo fardo, mas também perpetua a situação” (Lobo, 1991. p.130).

Segundo Toledo (2017, p. 56) “a dupla condição da mulher – de reprodutora do capital e de força de trabalho – foi agravada com o neoliberalismo, a globalização da economia e a reestruturação produtiva”, onde a exploração da classe trabalhadora é acentuada nos setores mais oprimidos, no caso das mulheres, em especial nos países periféricos. E podemos acrescentar que a pandemia de covid-19 intensificou essa dupla condição.

O aumento do emprego feminino a partir dos anos 1990, conforme indica Hirata (2011, p. 16), “[...] é acompanhado do crescimento simultâneo do emprego vulnerável e precário, uma das características principais da globalização numa perspectiva de gênero”. Nota-se, de acordo com a autora, uma bipolarização de empregos femininos, onde, de um lado, estão mulheres executivas exercendo profissões intelectuais e, de outro, mulheres em ocupações consideradas como tradicionalmente femininas. Observa-se o agravamento das desigualdades sociais entre as próprias mulheres. Tema este reforçado pelos estudos de Bruschini e Lombardi (2000), que apontam que a inserção da mulher no mercado de trabalho

é marcada por uma continuidade e mudança, uma vez que a continuidade se caracteriza pelo grande número de mulheres que se inserem num polo de trabalho com posições menos favoráveis e precárias e, do outro, um polo com expansão de ocupações em profissões de nível superior de prestígio. Cenário facilmente visualizado nas relações que se estabelecem nas marcas de roupas, quando nos referimos às estilistas e costureiras, por exemplo.

Dentro da indústria têxtil, da indústria da confecção, nas facções ou células de produção, em geral, ou seja, em parte do mundo da moda, as mulheres estão em maioria, ocupando postos nos setores de costura, ou outras atividades “[...] os quais, principalmente costura e embalagem, empregam mais força de trabalho, por serem setores com menos possibilidade de implantação tecnológica redutora de força de trabalho [...]” (Jinkings; Amorim, 2006, p. 355).

O mundo da moda, em seus setores de produção, ao entronizar novas formas de acumulação flexível, possibilitou a relação de dois processos, onde:

[...] ao mesmo tempo que houve o desencadeamento de uma modernização industrial no setor [...], nos referimos aqui ao setor têxtil e de confecção [...] ocorreu também a revitalização de formas pretéritas de trabalho, como é o caso da terceirização via trabalho domiciliar ou sob forma de cooperativa (Jinkings; Amorim, 2006, p. 365).

Nogueira (2010, p. 206), afirma que o capital se apropria com mais intensidade da mulher, pois, “quando o trabalho produtivo é realizado no espaço doméstico, o capital, ao explorar a mulher enquanto força de trabalho, apropria-se com maior intensidade dos seus ‘atributos’ desenvolvidos nas suas atividades reprodutivas”.

Dessa forma, a atenção ao recorte de gênero foi fundamental para o desenvolvimento deste estudo, já que é expressivo o número de trabalhadoras na indústria da moda, ainda mais porque algumas marcas criam um “perfil” para as consumidoras e vendem a ideia de “empoderamento” feminino. Porém, a indústria da moda traz o traço de precarização do trabalho feminino e de intensificação do ritmo e exploração do trabalho, em especial no caso do trabalho em domicílio (Abreu, 1986), não havendo correspondência entre o “perfil” destinado às consumidoras e o “perfil” de suas trabalhadoras.

2.3

Breve correlação entre moda e território

Quando atingirmos nossa meta de lucro lá fora, vamos investir em um endereço próprio nos EUA”, antecipa. É, a marca é mesmo uma garota tipicamente carioca: solar e cheia de energia para brilhar pelo mundo⁴⁸ (Pedroso, 2020).

Quando as marcas associam suas peças ao estilo de vida de um determinado lugar, elas estão agregando à peça, ao seu produto, a imagem ou identidade criada anteriormente deste lugar. Essa imagem é construída a partir de um processo histórico que é permeado por ações políticas, econômicas e sociais.

Os termos modos de vida e estilo de vida se confundem ao tentarmos defini-los, mas eles podem nos ajudar a entender parte desse processo de uso da imagem da cidade. De acordo com Braga, Fiuza e Remoaldo (2017) existe uma grande imprecisão teórica e a tradução de grandes pensadores como Bourdieu, Wirth, Rimbaud, Lefebvre, que desenvolveram estudos sobre os modos de vida, esbarram em traduções que dificultam a compreensão real de seus significados. Em Gonçalves (2004) encontramos a separação teórica entre condições de vida e estilo de vida, que vai ao encontro do que tratamos aqui:

As necessidades básicas para a subsistência, tais como habitação, saneamento e outros fatores ambientais, garantidas diretamente mediante o nível dos rendimentos das pessoas e indiretamente por políticas públicas que asseguram a distribuição de serviços coletivos entre a população, constituem seu **modo de vida** (Dutz; Rocha, 2002). Assim posta, a expressão se articula com outras duas, **condições de vida** e **estilo de vida**, igualmente referentes a decorrências sociais da dinâmica da produção, circulação e consumo de bens. A primeira delas corresponde aos numerosos determinantes e condicionantes gerais da vida da sociedade como um todo, enquanto os processos particulares dos diferentes grupos e suas relações com os outros constituem as **condições de vida** e, por último, as singularidades inerentes à pessoa e a pequenos grupos, como a família e a roda de amigos, a habitação e seu entorno, o local de trabalho, seus hábitos, normas e valores, correspondem ao **estilo de vida** [...]. (Gonçalves, 2004, p.18, grifos nossos).

No caso da cidade do Rio de Janeiro, as marcas que fazem uso do “modo de vida” da zona sul e do “estilo de vida carioca”, não as fazem por apenas se encantarem com o jeito leve, praiano e jovem de seus habitantes⁴⁹, mas, sim,

⁴⁸ Matéria publicada pela Revista Cláudia, em 17 de janeiro de 2020. Fonte: <https://claudia.abril.com.br/moda/cor-leveza-e-brasilidade-conheca-a-historia-da-carioca-farm/>. Acesso em: 21 fev. 2022.

⁴⁹ Habitantes representados pelos residentes da zona sul da cidade, onde se localiza a maioria dos pontos turísticos e concentra a maior parte de serviços e aparelhos urbanos. Segundo os dados do Sebrae a zona sul possui cerca de 1,3 milhões de habitantes. Já a zona norte passa de 2,6 milhões. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RJ/Anexos/Sebrae_INFREG_2014_CapitalRJ.pdf. Acesso em: 26 mar. 2023.

porque essa identificação gera lucro e cria uma ambientação que vende mercadorias, dentro e fora da cidade:

O cachorro-quente tem gosto de Maracanã, o mate, sabor de praia e o perfume carrega o frescor da brisa que corta a Pedra Bonita. Uma cidade mundialmente vista como um enorme cartão-postal pode ser extremamente vendável. [...] marcas e franquias que são a cara da cidade mostram como o estilo carioca de ser tem potencial para se tornar ótimo negócio (O Globo, 28/02/2016)⁵⁰.

O estilo de vida carioca, criado pelas marcas, é bem representado na entrevista concedida para Eduardo Vanini, do jornal O Globo, pelo empresário Marc Hoffman⁵¹:

Se o carioca tem um jeito próprio de se vestir, nada mais providencial do que um cheiro para chamar de seu. A partir dessa inquietação, o empresário Marc Hoffman viu uma oportunidade. Ele criou a perfumaria L'eau de Riô, com fragrâncias leves e frescas, adaptadas ao clima e estilo de vida da cidade. – O Rio é referência em moda, música e cultura, mas não tinha uma marca relevante de perfumaria. Ficava incomodado em entrar num elevador ou num carro e sentir o cheiro de um perfume forte, que não está adaptado ao calor – conta Hoffman. [...] Para preencher esse espaço, ele firmou parceria com uma empresa suíça para desenvolver fragrâncias especiais. Lançada em 2012, a coleção Eau de Toilette trouxe perfumes como o Jardim Botânico, com aroma floral e frutal, Ipanema, com uma base de lavanda leve e fresca, e Pedra Bonita, uma substância cítrica e leve, pensada para quem gosta de viver ao ar livre. Há cerca de dois meses, a marca lançou sua mais nova linha Eau Cologne, inspirou nas diversas “tribos” que criaram a cultura de praia carioca nos postos tradicionais 6, 9, 10 e 12, os quais dão nome aos produtos.

Como é feita essa associação de algumas marcas ao “estilo de vida carioca”, que parece não incluir toda a cidade, nem parte de seus habitantes, em especial os dos bairros periféricos? Pergunta que aqui buscaremos responder.

Partimos do ponto de entendimento que as cidades atualmente se mostram como “[...] arenas privilegiadas e estratégicas na produção capitalista do espaço urbano e regional, mas seus atores não conseguem se apropriar devidamente dos frutos desse crescimento econômico” (Almeida; Engel, 2017, p. 90). O Rio de Janeiro já passou por diversas *reorganizações* urbanas que interferiram e interferem na vida social, na reprodução da força de trabalho, no acesso dos/as trabalhadores/as a bens e serviços básicos e, especialmente, na imagem da cidade dentro e fora do país.

⁵⁰ Marcas mostram como o estilo carioca pode ser um bom negócio. Franquias chegam a faturamentos de R\$ 130 milhões com produtos que são a cara da cidade. Matéria de Eduardo Vanini, em O Globo, de 28/02/2016. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/marcas-mostram-como-estilo-carioca-pode-ser-um-bom-negocio-18756617>. Acesso em: 22 mai. 2023.

⁵¹ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/marcas-mostram-como-estilo-carioca-pode-ser-um-bom-negocio-18756617>. Acesso em: 22 mai. 2023.

Mauricio de Abreu (2011) em seu estudo sobre a transformação da cidade do Rio de Janeiro, antes colonial, para uma cidade capitalista, afirma que no início do século XX a cidade passou por enormes transformações que tinham como objetivo adequar a estrutura urbana às necessidades do capital, sendo necessário criar uma capital que fosse símbolo da importância do país. A reforma de Pereira Passos, segundo o autor, é um dos primeiros exemplos de intervenção urbana realizada pelo Estado na cidade, com obras de embelezamento e de valorização dos bairros do centro e da zona sul, com a retirada massiva da população pobre de determinadas áreas e com o desenvolvimento dos bairros do subúrbio carioca.

Importante lembrar o que motivou a reforma e como foi realizada. No começo do século XX, o Rio de Janeiro, apesar de sua deslumbrante paisagem natural, era, em muitos aspectos, um lugar difícil para se viver. Fruto de uma urbanização acelerada e sem planejamento, o centro do Rio era uma região tão interessante quanto caótica. Suas vielas estreitas e sinuosas, úmidas, sujas e mal iluminadas eram foco permanente de doenças. As epidemias eram frequentes; o trânsito, uma grande confusão.

Os pobres moravam em habitações coletivas sem as possibilidades mínimas de higiene. Pelas ruas do centro da cidade uma profusão de gente, carroças e carruagens disputava o já reduzido espaço com os bondes e com os primeiros automóveis – signo maior de nossa modernidade tropical. Para muitos higienistas, sanear era construir avenidas; era alargar as ruas para melhor aproveitamento do sol e dos ventos; era mudar os costumes; era demolir o velho e insalubre casario.

Sucessor de Campos Sales na presidência da República (1898-1902), Rodrigues Alves (1902-1906) fez de seu programa de governo um compromisso com essas ideias. Saneamento e modernização foram as suas promessas. Para tocar a reforma urbana, Rodrigues Alves convidou o engenheiro Francisco Pereira Passos, nomeado prefeito da capital com poderes discricionários. A saúde pública – cujo comando foi entregue a Oswaldo Cruz – e as obras de maior vulto, como a modernização do porto e a construção das avenidas Central (hoje avenida Rio Branco) e do Mangue (hoje avenida Francisco Bicalho), ficaram sob a responsabilidade do governo federal. Inaugurada em 1905, a avenida Central tornou-se o grande símbolo da reforma.

Inspirada no plano de remodelação de Paris executado ainda no século XIX, a Reforma Pereira Passos transformou radicalmente a fisionomia do centro do Rio. Em poucos anos, uma nova metrópole nasceria dos escombros da velha cidade. Edifícios suntuosos e de arquitetura variada surgiram para ornamentar as novas avenidas; hábitos considerados incompatíveis com os preceitos da higiene

pública foram proibidos; novas redes de esgoto e de abastecimento de água foram construídas, assim como novas linhas de bonde, agora eletrificadas; a iluminação pública, antes fornecida pelos lampiões a gás, começou a ser substituída por postes de eletricidade. Com a remodelação do traçado urbano do centro, o tráfego desafogou; a cidade se expandia em todas as direções.

Mas, apesar de todas essas melhorias, a reforma teve também o seu lado sombrio e excludente. Centenas de casebres e cortiços foram demolidos por motivos de higiene ou para dar passagem às novas vias que surgiam em ritmo vertiginoso. Com as demolições, a população que tinha alguma fonte de renda deslocou-se do centro para o subúrbio, enquanto os mais pobres foram habitar as encostas dos morros, engrossando o contingente populacional das favelas que começavam a surgir. Razão pela qual a reforma recebeu da população o apelido de “Bota-Abaixo” (Abreu, 2011).

Havia uma maior preocupação, que era a de referenciar a cidade a outras grandes metrópoles e de “acabar com a noção de que o Rio era sinônimo de febre amarela e de condições anti-higiênicas, e transformá-la num verdadeiro símbolo de ‘novo Brasil’” (Abreu, 2011, p. 60).

Inicia-se assim, o protagonismo da cidade do Rio de Janeiro em grandes reformas urbanas, que modificam seu espaço territorial, na busca de recuperar a imagem da cidade em âmbito internacional para, assim, se inserir na dinâmica do capital.

Já no século XXI, outro exemplo de *reorganização* urbana se verifica a partir da escolha da cidade do Rio de Janeiro para sediar grandes eventos de jogos esportivos, como a Copa do Mundo (2014), as Olimpíadas e as Paraolimpíadas (2016)⁵². Assim como se observou na reforma de Pereira Passos, essa *reorganização*, disposta através do referenciamento de um determinado modelo externo de planejamento urbano⁵³, estava inserida em uma lógica capitalista onde as cidades são “submetidas às mesmas condições e desafios que as empresas” (Vainer, 2002). Vejamos:

Nessa perspectiva de produção capitalista dos espaços urbanos, as cidades entram em intensa pressão, que impõe um constante ciclo de produtividade e

⁵² Brandão Vazquez (2018) afirma que, já em 1990, com o governo de Cesar Maia, o modelo de intervenção urbana catalão já era referência para a prefeitura do Rio de Janeiro.

⁵³ É importante comentar que o conjunto de intervenções no espaço urbano na cidade de Barcelona, em preparação para sediar os Jogos Olímpicos de 1992, tornou-se um *modelo* para os especialistas em planejamento urbano. Na ânsia de integrar a cidade à esfera da *globalização*, esse modelo de gestão submete a cidade a uma lógica empresarial, a fim de torná-la competitiva para o mercado. Sendo assim, as cidades disputam entre si o investimento de capital, tornando-se flexíveis às suas exigências, em detrimento do seu uso social por parte de seus habitantes (Brandão Vazquez, 2018, p. 225).

competitividade. Isto é, as cidades passam a competir umas com as outras em atrair novos investimentos, novos moradores, mais turistas, mais poder econômico. Se antes o debate era sobre crescimento desordenado e movimentos sociais urbanos, na contemporaneidade surge uma nova problemática: a da competitividade urbana (tanto de espaços quanto de cidades), tendo o marketing urbano um papel estratégico nas territorialidades adjacentes a este processo (Almeida; Engel, 2017, p. 90).

Mais uma vez as ações e consequências dessas intervenções andaram na mesma direção das que foram realizadas no início do século XX. Ocorreram entre 2009 e 2015 remoções de mais de 20 mil famílias⁵⁴ para a construção dos equipamentos urbanos voltados os megaeventos⁵⁵, bem como foram inseridas, placas nas vias expressas que ligam o aeroporto internacional ao restante da cidade, ou, à *cidade maravilhosa*, com o objetivo de esconder as favelas do percurso, e até mesmo foi retirado o termo *favela* de algumas localizações no *Google Maps*⁵⁶, além de:

Comandada pela Secretaria de Ordem Pública, a Operação Choque de Ordem combinava ações, como a repressão ao trabalho informal de camelôs, o recolhimento da população em situação de rua, a internação compulsória de usuários de drogas, em especial o crack, a demolição de imóveis “irregulares”, a construção de “eco limites”, com o intuito de impedir o crescimento das favelas etc. (Brandão Vazquez, 2018, p. 230).

Em 2011, a Revista Exame publicou a matéria *O resgate da marca Rio*⁵⁷, onde afirma que a eterna “cidade maravilhosa” havia perdido parte do seu deslumbramento e, que devido às mudanças, que incluem a infraestrutura, a cidade voltaria a ter a imagem paradisíaca de antes. E reforça:

Esse resgate tenta apagar estereótipos do passado, como o malandro boa-praça e a mulata seminua. As novas campanhas publicitárias que têm o Rio de Janeiro como cenário, agora, passam ao consumidor a imagem de uma metrópole moderna e pujante, capaz de retomar o momento do Brasil, um dos mercados mais ambicionados pelas grandes empresas mundiais de bens de consumo [...]. A manutenção da publicidade do Rio de Janeiro como cenário preferencial da publicidade global depende sobretudo da capacidade do poder público de manter e ampliar a sensação de maior segurança e de controle social. Não há beleza, prazer ou humor na violência e nenhuma beleza natural é capaz de conter a repulsa que ela gera no público (Vettorazzo, 2011).

⁵⁴ Fonte: https://brasil.elpais.com/brasil/2015/06/20/politica/1434753946_363539.html. Acesso em: 25 fev. 2023.

⁵⁵ Para uma radiografia crítica dos megaeventos sediados no Brasil, ver o livro “Brasil em Jogo: o que fica da Copa e das Olimpíadas?” de Jennings et al. (2014).

⁵⁶ Fonte: Remoção virtual: Google reduzirá presença de favelas no mapa do Rio. Cidades Possíveis. Disponível em: [Cidades Possíveis - Remoção virtual: Google reduzirá presença de... \(tumblr.com\)](https://www.tumblr.com/cidades-possiveis/1234567890/remocao-virtual-google-reduzira-presenca-de-favelas-no-mapa-do-rio). Acesso em: 25 fev. 2023.

⁵⁷ Fonte: <https://12ft.io/proxy?q=https%3A%2F%2Fexame.com%2Frevista-exame%2Fo-resgate-da-marca-rio%2F>. Acesso em: 25 fev. 2023.

Essa ampliação da *sensação de segurança* foi realizada, por exemplo, pelo projeto das Unidades de Polícia Pacificadora (UPP)⁵⁸ – com inúmeras denúncias de violação dos direitos humanos nas favelas – e o controle social era representado por todas as modificações ocorridas, como as já citadas: as remoções e ações que parecem de *reorganização* da cidade, mas que modificam e segregam, dificultando a circulação da população, como, por exemplo, o corte de linhas de ônibus⁵⁹ que ligavam o subúrbio até as praias cariocas.

Quando afirmam que “Estamos vivendo o resgate da marca Rio, uma das mais poderosas dentre todas as cidades do mundo”⁶⁰, ou “Escolhemos o Rio de Janeiro não só como cartão-postal, mas também como ícone da retomada do país”⁶¹, significa que as marcas *compraram* a ideia de cidade que foi vendida e construída sobre um cenário criado às custas de gentrificação, especulação imobiliária e violação de direitos humanos.

Outro ponto importante, desenhado a partir do desenvolvimento do território, dentro de uma lógica capitalista, é a divisão da cidade em dois circuitos urbanos que se relacionam dialeticamente e que representam os *circuitos espaciais de produção*. Este conceito, do geógrafo Milton Santos e María Laura Silveira (2006, p. 144), possibilita compreender “[...] o uso diferenciado de cada território por parte das empresas, das instituições, dos indivíduos e permite compreender a hierarquia dos lugares desde a escala regional até a escala mundial”. De acordo com Silvana Silva:

Em função da existência de trabalho perene e bem pago de um lado, surge o circuito superior; por outro, a existência de trabalho com baixa remuneração e intermitente, demanda a criação de formas de sobrevivência por grande parte da população. Então, surge o circuito inferior. Os dois subsistemas urbanos são formas de produzir, distribuir, comercializar e consumir que geram materialidades distintas, visíveis na paisagem urbana. No entanto, esses dois circuitos se relacionam dialeticamente a partir da complementaridade, subordinação e concorrência. As cidades expressam esses dois circuitos a partir dos lugares opacos e dos lugares luminosos, que são polaridades, mas não dualismos (Silva, 2012, p.1).

Nesse caso, o circuito superior é resultado direto da modernização com progresso tecnológico, que serve à população da qual faz parte. O circuito inferior

⁵⁸ Fonte: <http://www.global.org.br/blog/sobre-violacoes-de-direitos-em-favelas-com-upp/>. Acesso em: 25 fev. 2023.

⁵⁹ Fonte: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2015/09/18/corte-em-linhas-de-onibus-e-criticado-por-moradores-do-suburbio-do-rio.htm>. Acesso em: 25 fev. 2023.

⁶⁰ Nizan Guanaes, sócio do grupo ABC em entrevista para Revista Exame. Fonte: <https://exame.com/colunistas/opiniao/nelson-rocha-rio-de-janeiro-e-o-resgate-do-mercado-financeiro/>. Acesso em: 25 fev. 2023.

⁶¹ Leonardo Medeiros, diretor de marketing da Johnnie Walker, em entrevista para Revista Exame. Fonte: <https://exame.com/colunistas/opiniao/nelson-rocha-rio-de-janeiro-e-o-resgate-do-mercado-financeiro/>. Acesso em: 25 fev. 2023.

também participa da modernização, porém, de forma indireta, visto que seus indivíduos se beneficiam parcialmente, ou não, do atual progresso técnico e dos direitos a ele ligados (Santos, 1977, p.37). Ou seja:

A presença de uma massa populacional com salários muito baixos, dependendo de trabalho ocasional para viver, ao lado de uma minoria com altos salários, cria na sociedade urbana uma distinção entre os que têm permanente acesso aos bens e serviços oferecidos e os que, mesmo apresentando necessidades similares, não podem satisfazê-las. Isto cria ao mesmo tempo diferenças qualitativas e quantitativas de consumo. Estas diferenças são, ambas, causa e efeito da existência, isto é, da criação ou manutenção, nestas cidades, de dois sistemas de fluxo que afetam a fabricação, a distribuição e o consumo de bens e serviços (Santos, 1977, p.37).

Essa leitura da cidade em dois circuitos, possibilita entender a clara divisão que existe entre os espaços onde se localizam marcas de vestuário carioca e o seu perfil alvo e, onde se encontram os/as trabalhadores/as que produzem as peças comercializadas por essas marcas.

De acordo com Vainer (2002), quando a marca se identifica como *genuinamente carioca*, ela está se referindo a “imagem de uma metrópole moderna e pujante” e não dos territórios que carregam as consequências negativas da criação deste imaginário. Portanto, “[...] a cidade não é apenas uma mercadoria, mas também, e sobretudo, uma mercadoria de luxo, destinada a um grupo de elite de potenciais compradores: capital internacional, visitantes e usuários solváveis” (Vainer, 2002, p. 83).

Como dito na introdução desta tese, em pesquisa realizada na rede social Facebook, foi lançado um formulário online em 12 grupos⁶² que possuem como objetivo a divulgação de serviços, vagas de empregos e oferta de mão de obra, todos relacionados à indústria da moda. Fazem parte dos grupos vários tipos de trabalhadoras/es, proprietários/as de facções, empresas de venda de maquinários, entre outros. Dentre as perguntas realizadas, a de localização demonstra que dos 33 formulários respondidos, 37% dos/as respondentes residem na Baixada Fluminense e 31% residem na zona norte da cidade, ou seja, mais de 60% desses/as trabalhadores/as não residem nos bairros sedes das marcas para quem prestam serviços. O que corrobora com o debate sobre os *circuitos espaciais de produção*.

Portanto, cabe perguntar: quais indícios a indústria da moda traz sobre esta questão? Temos uma aproximação deste processo, que fica evidente ao

⁶² Grupos/comunidades privadas, onde é necessário solicitar participação dentro da rede social Facebook.

pensarmos sobre onde se localizam algumas marcas mais expressivas e suas principais lojas e onde se localiza quem trabalha nos seus bastidores. O mesmo raciocínio se repete ao pensar quais destes grupos conseguem acessar os aparelhos urbanos e todas as *modernidades* que acompanham a *reorganização* urbana.

Quando falamos em “estilo de vida carioca”, não estamos nos referindo à classe trabalhadora que faz uso do transporte público municipal/intermunicipal, que consome em média três horas do seu dia para chegar ao local de trabalho, ou daquele/a trabalhador/a que reside no subúrbio e usa seu espaço privado – sua casa – para produzir informalmente para marcas que possuem, por exemplo, lojas no Shopping Leblon⁶³ e não no Bangu Shopping⁶⁴. Estamos falando de um público com potencial de consumo que reside próximo aos pontos turísticos, que é majoritariamente branco e que tem o privilégio de poder usar e pertencer à cidade.

Quase sempre, quem produz não é alvo da “realização do sonho de colorir as meninas do Rio”⁶⁵. Quem produz, quase sempre é alvo do acesso precário à “cidade maravilhosa” e das relações precárias de trabalho, que possuem cor, gênero e classe social e estão em um território específico.

2.4

A moda da Moda em ser sustentável

“Kourtney Kardashian Barker é a mais recente embaixadora da marca [Boohoo] e a sua chegada vem com um enfoque na sustentabilidade. Vai entregar duas coleções cápsula que foram concebidas em conjunto numa viagem de investigação de oportunidades para criar um futuro de moda mais sustentável” (Revista Fashion NetWork, 2022)⁶⁶.

⁶³ O bairro do Leblon, localizado na zona sul, está em primeiro lugar entre os bairros com o metro quadrado mais caro da cidade do Rio de Janeiro. Em dezembro, o preço chegou a R\$ 20.921. Disponível em: <https://12ft.io/proxy?q=https%3A%2F%2Foglobo.globo.com%2Fblogs%2Fmiriam-leitao%2Fpost%2F2023%2F02%2Fos-tres-bairros-com-metro-quadrado-mais-carro-do-rio.ghtml>. Acesso em: 01 abr. 2023.

⁶⁴ O bairro de Bangu, localizado na zona oeste da cidade, é considerado um dos bairros mais quentes do município. Sofre com a violência e a constante falta de serviços básicos. Fonte: Matéria do site G1: Moradores da Vila Aliança, em Bangu, na Zona Oeste, dizem que estão sem luz há sete dias. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2022/01/28/moradores-da-vila-alianca-em-bangu-na-zona-oeste-dizem-que-estao-sem-luz-ha-sete-dias.ghtml>. Acesso em: 01 abr. 2023.

⁶⁵ Referência ao texto no site da marca Farm. Disponível em: <https://www.farmrio.com.br/institucional/sobre>. Acesso em: 01 abr. 2023.

⁶⁶ Boohoo lança colaboração centrada na sustentabilidade com Kardashian Barker. Disponível em: <https://pt.fashionnetwork.com/news/Boohoo-lanca-colaboracao-centrada-na-sustentabilidade-com-kardashian-barker.1436397.html>. Acesso em: 18 fev. 2023.

A preocupação com o meio ambiente tornou-se pauta nos debates mundiais, amparada pelo reconhecimento da escassez dos recursos naturais, mudanças climáticas, poluição industrial e produção de lixo em larga escala. Este cenário revela o aprofundamento da destrutividade do modo de produção capitalista (Mota; Silva, 2009).

Há alguns anos a indústria da moda “vestiu” e inseriu na agenda ações ditas “sustentáveis”. Grandes marcas passaram a promover ações voltadas para a “preservação” do meio ambiente e o “consumo consciente”. Houve, também, a criação de movimentos globais, com o objetivo de conscientizar o consumidor e o mercado sobre os efeitos ambientais e sociais produzidos pela indústria da moda, buscando o conceito de “comércio justo” e “preço justo”, como forma de contraponto a atual forma de organização comercial. O desastre no Rana Plaza, foi um dos marcos para criação de organizações e acordos (já citados nesta tese) mas que sobrevivem a partir de tensões entre o mercado, Estado e trabalhadores/as.

O Movimento *Fashion Revolution* é um exemplo de movimentação global de grupos de pessoas preocupadas com o tema. Surgiu no pós desastre do Rana Plaza e se propõe a trabalhar em “prol de uma indústria da moda que conserve e regenere o meio ambiente, e que valorize as pessoas acima do crescimento e do lucro”⁶⁷. Um objetivo que claramente, caminha na contramão do sistema de relações sociais, econômicas e de produção e reprodução social em que estamos inseridos, já que:

[...] o capitalismo, por ter características muito intrínsecas, como a obtenção de lucro e a acumulação de riquezas, a predominância da propriedade privada, divisão de classes e exploração do trabalho, a exploração da natureza e dos recursos naturais, o crescimento da desigualdade social e conseqüente degradação e poluição da natureza em decorrência do consumo excessivo, surge como obstáculo para se alcançar um modo de vida e de produção que possa ser considerado sustentável (Libera; Calgaro; Rocha, 2020, p.146).

Grande parte dessas organizações apostam em um “capitalismo consciente” ou a possibilidade de controle da exploração capitalista, seja do trabalho, consumo ou do meio ambiente, ao menos no mundo da moda, é possível. Uma das formas de “controle” e de cobrança são as certificações⁶⁸, via institutos, e os estudos⁶⁹

⁶⁷ Índice de transparência da Moda Brasil – Edição 2022. Disponível em: [FR_IndiceDeTransparenciadaModaBrasil_2022.pdf](https://www.senacmoda.info/certificacoes/). Acesso em: 02 mai.2023.

⁶⁸ Conheça as principais certificações para moda sustentável. Disponível em: <https://www.senacmoda.info/certificacoes/>. Acesso em: 11 jun. 2022.

⁶⁹ *BoF Sustainability Index*. Disponível em: <https://www.businessoffashion.com/reports/sustainability/measuring-fashions-sustainability-gap->

com os índices sobre determinadas categorias, que são respondidas pelas grandes marcas de vestuário. Ambos demonstram grandes dificuldades de acesso às informações reais, sobre cada área, como, por exemplo, a cadeia produtiva.

Em grande parte, as categorias de controle que são utilizadas pelas organizações estão voltadas para áreas como **transparência**, que está ligada ao rastreamento da cadeia produtiva, como: quem são seus fornecedores, como eles produzem e quais os impactos desta produção para o meio ambiente. Já sobre as **emissões de gases**, a preocupação é direcionada para produção de poluentes, seja os que são frutos dos processos de produção ou circulação de mercadorias, como também o uso ou não de energias renováveis. A questão da utilização da **água e produtos químicos** estão relacionados aos processos de lavagem e tingimento das peças e, também, na tentativa de redução do uso de microfibras. O uso de plástico na indústria da moda é expressivo. Assim, há uma proposta de controle dos materiais utilizados, como o uso do poliéster, e a tentativa de substituição por matérias primas mais naturais. Os **direitos trabalhistas** também entram na área de observação destas organizações, seja nos valores dos salários e/ou nas formas de contratações. Outro ponto considerado é a questão do **desperdício**, devido à grande produção massiva de roupas e descartes em aterros sanitários, além de quais formas de reciclagem as marcas adotam. Essas áreas podem variar dependendo da organização/instituição que realiza a pesquisa.

Em entrevista realizada com a jornalista e autora britânica Tansy Hoskins⁷⁰, indagamos sobre essas novas tendências do mundo da moda como “produção sustentável”, “preço justo” e a inclusão de demandas de minorias (por exemplo, questões raciais) e se essas aberturas são avanços permanentes ou apenas concessões temporárias. Segundo Hoskins:

Não acho que seja uma tendência, acho que muita gente quer um sistema de moda mais justo. No entanto, acho que muito do que se diz ser sustentável é falso. Por exemplo, em 2022, a Autoridade de Mercados de Consumo da Holanda determinou que os termos ‘Ecodesign’ da Decathlon e ‘Consciente’ da H&M não eram claros ou insuficientemente comprovados e ordenou às duas empresas que parassem de fazer declarações enganosas de sustentabilidade em suas roupas e sites (Entrevista à autora da tese, realizada em 17 de fevereiro de 2023).

[download-the-report-now/](#). Índice de transparência da Moda Brasil – Edição 2022. Disponível em: [FR_IndiceDeTransparenciadaModaBrasil_2022.pdf](#). Acesso em: 02 mai.2023.

⁷⁰ Tansy Hoskins é jornalista e autora premiada, especialista em política da indústria da moda e membro openDemocracy – British Journalism Awards.

Hoskins (2023) afirma que a pressão dos movimentos sociais ajuda na conscientização do público, quanto aos impactos do capitalismo em suas vidas e na do planeta. Em referência à citação inicial deste item da tese, sobre o enfoque na sustentabilidade, a marca Boohoo⁷¹ e outras marcas foram acusadas de *greenwashing* que, em tradução livre, significa “lavagem verde”, por anunciarem coleções sustentáveis e não adotarem, claramente, as ações que as classificariam como tal. A contratação de uma embaixadora famosa e milionária, Kourtney Kardashian, foi considerada uma forma de *greenwashing*, porque anteriormente a marca também foi acusada de uso de mão de obra de trabalhadores/as em uma cidade no sul do Reino Unido, pagando apenas £3,50 (três libras esterlinas e cinquenta centavos) por hora, isso somado às condições de trabalho inseguras durante a pandemia de covid-19.

De acordo com a *Competition and Markets Authority*⁷², as marcas, incluindo a Boohoo, utilizaram de comunicação e formas de linguagem não objetivas sobre os produtos sustentáveis, deixando margem para erros, e os critérios usados para classificar e/ou incluir as peças neste tipo de coleção eram irrisórios, sofrendo com falta de informações sobre alguns produtos ditos sustentáveis.

Aparentemente as marcas tentam responder a essas “novas tendências”, mas esbarram na essência do capitalismo. Hoskins (2023) relata que outra marca de vestuário percorreu o mesmo caminho. Segundo a autora, os tecidos ditos sustentáveis pela marca H&M não possuíam a porcentagem necessária, para assim, serem classificados. Vejamos:

Outro estudo sobre tecidos sintéticos descobriu que a linha “consciente” da H&M na verdade continha uma porcentagem maior de material sintético do que sua coleção principal – 72% contra 61%. O mesmo relatório analisou 12 marcas e 4.000 produtos e descobriu marcas que enganam rotineiramente os consumidores com falsas alegações. (Entrevista à autora da tese, realizada em 17 de fevereiro de 2023).

O termo *greenwashing* é usado quando instituições, governos, empresas ou marcas fazem apelo comercial para a ideia de sustentabilidade, porém, não adotam de fato tais ações sustentáveis. Em Vidal de Souza (2017), vemos que:

O *greenwashing* é visto como um fenômeno pejorativo, no qual governos, corporações e empresas, por meio de campanhas publicitárias fazem afirmações falsas ou enganosas e apresentam um caminho visando obter a responsabilidade ambiental ora exigida pela ordem mundial. A conduta tem como objetivo criar uma

⁷¹ Marca de *fast fashion* inglesa.

⁷² ASOS, Boohoo and Asda investigated over fashion ‘green’ claims. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/news/asos-boohoo-and-asda-investigated-over-fashion-green-claims>. Acesso em: 02 mai. 2023.

imagem positiva, diante da opinião pública, demonstrando o grau de responsabilidade ambiental dessas organizações ou pessoas, serviços, produtos ou mercadorias, ocultando ou desviando a atenção de impactos ambientais negativos por eles gerados. Para tanto, se vale da leitura dos conceitos de desenvolvimento sustentável e sustentabilidade (Vidal de Souza, 2017, p.168).

Os autores Libera, Calgaro e Rocha (2020, p.148) afirmam que o *greenwashing* é um dos “mecanismos sutis de alienação das grandes massas”, utilizado pelo capitalismo, juntamente com a indústria cultural, já que se apropria misticamente da ideia de sustentabilidade ou de desenvolvimento sustentável, única e exclusivamente com o objetivo de lucro. E a indústria da moda possui uma grande capacidade de glamourizar qualquer coisa que promova lucro para as marcas, sem necessariamente cumprir tais requisitos, fato que ocorre com o termo “sustentável”

O termo “desenvolvimento sustentável” nasce em um contexto de Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano⁷³, realizada em Estocolmo, em 1972, que “evidenciou a preocupação de governos e partidos [...] com os problemas ambientais” (Coutinho, 2009, p. 22). Em seguida, o Relatório *Nosso Futuro Comum*, de 1987⁷⁴, também conhecido como Relatório Brundtland (ONU, 1987), recomendou estratégias de longo prazo para alcançar um desenvolvimento sustentável em nível mundial, a partir do ano de 2000 (Relatório da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento - CMMAD, 1987). Vejamos:

O Relatório forneceu o suporte para a compreensão naturalista da questão ambiental, na medida em que descreve o desenvolvimento sustentável como um processo de mudança, na busca da harmonia entre necessidades atuais e futuras, no qual o tipo de exploração dos recursos naturais é uma variável, entre outras, incluindo aí a ‘mudança institucional’ (Coutinho, 2009, p. 23).

Este relatório pode ser caracterizado como um manifesto “essencialmente ético” de uma utopia liberal de justiça social, dentro da sociedade gerida pelo mercado (Coutinho, 2009). Entretanto, o termo foi “mercantilizado” e, de principal acusado, o mercado passou a ser o maior possuidor de tais iniciativas, pois o pressuposto é de que o desenvolvimento econômico e o meio ambiente não seriam contraditórios, independentemente do modo de produção:

⁷³ A Conferência foi a primeira grande reunião de chefes de Estado e a Organização das Nações Unidas (ONU) para tratar sobre a degradação do meio ambiente. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/conferencias-de-meio-ambiente-e-desenvolvimento-sustentavel-miniguia-da-onu/>. Acesso em: 07 mai. 2018.

⁷⁴ Relatório da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento – CMMAD, 1987. Disponível em: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>. Acesso em: 22 mai. 2023.

[...] o conceito de desenvolvimento sustentável busca estabelecer o pressuposto de efetiva possibilidade de uma ordem social ecológica e democrática, *sem que isto implique necessariamente a ultrapassagem do capitalismo* [...] (Coutinho, 2009, p.23).

Assim, cria-se ao redor do desenvolvimento sustentável a ideia de unificação de interesses dos/as trabalhadores/as, empresários e Estado em prol da problemática ambiental. Seu apelo está na “preservação da natureza, ao enfrentamento da desigualdade social e ao comprometimento individual e coletivo da sociedade [...] ignorando as determinações históricas do processo destrutivo” (Mota; Silva, 2009, p. 39).

É inevitável que a indústria da moda não esteja incluída nesse processo, considerando sua inserção em outras indústrias, como a agricultura (no caso do cultivo de algodão), agropecuária (criação de animais para o uso do couro), indústria de minério (referente aos metais e pedras) e petrolífera (no uso de materiais sintéticos), juntamente com a produção das mercadorias. No entanto, como tudo no capitalismo se transforma em mercadoria, a indústria da moda entra na tendência de mercado definida como “empresas sustentáveis” e certificadas.

No caso da indústria da moda, essa tendência pode ser representada, também, pelos movimentos *slow fashion*⁷⁵ e na já citada *Fashion Revolution*, entre outras, que passam a realizar ações de fiscalização das atividades ditas sustentáveis das marcas, com a criação de campanhas, atos e assinaturas em tratados, voltados para o cuidado com o meio ambiente. Contudo, vem enfrentando dificuldades e tendo diagnósticos nada positivos.

Segundo o índice de Transparência da Moda Brasil do próprio Fashion Revolution Brasil – 2022, a movimentação das marcas para um trabalho de transparência de informações ainda é lenta. Poucas marcas divulgaram informações sobre seus fornecedores diretos. Temas como desmatamento e os possíveis compromissos da marca com a questão não aparecem no índice. Poucas marcas informam quantidade de produção, ou seja, a quantidade de peças que são produzidas. A dependência da mão de obra feminina e informal é visível, porém, sem grandes informações sobre as possíveis violações de direitos

⁷⁵ A ideia do *slow fashion* surge a partir de outro movimento, o *slow food*, criado em 1986, na Itália, em contrapartida à alimentação fornecida pelos restaurantes de *fast foods* (Pinto; Souza, 2015). Assim, o movimento *slow fashion* nasce do conceito de desacelerar a produção e o consumo, a partir do reconhecimento dos impactos que a produção em grande escala traz ao meio ambiente e a todos os sujeitos envolvidos. Segundo seus defensores, é a tentativa de humanização da produção e de uma produção justa e respeitosa com a mão de obra e com o meio ambiente. O uso de matéria prima natural e de recursos sustentáveis são uns de seus indicativos.

do/sobre o trabalho das mulheres e nem valores de salários. Participaram da pesquisa marcas como C&A, Zara, Marisa, Riachuelo e Farm.

Outro ponto importante, e também tendência na indústria da moda, é a ideia de “comércio justo”, que parte do conceito de que os produtores do Norte (Estados Unidos e Europa), ao consumirem os produtos importados do Sul (países como o Brasil), saberão que não estão contribuindo para a exploração do/a trabalhador/a que os produziu. Em uns dos princípios do “comércio justo” está o pagamento de um preço justo e garantia de boas condições de trabalho. No entanto, como definir preço justo em uma relação comercial onde se visa o lucro e a competição mercantil? Ou essas empresas são fundadas apenas para garantir a redistribuição de valores⁷⁶?

A ideia de trabalho justo também surge em meio a tantas receitas para a “humanização do comércio”. No caso da moda, a tragédia do Rana Plaza foi o estopim para que os olhos do mundo *fashion* se virassem para as condições de trabalho. Mas, como pensar “trabalho justo”, onde o trabalho, dentro da sociedade capitalista, se configura como uma relação injusta, desigual, de exploração do trabalhador? Como “assegurar boas condições de trabalho”, assim como descrito nos princípios desta tendência, com o atual retrocesso nas regulações trabalhistas, em especial no Brasil? Lembrando que, na competição entre países, para a entrada de grandes empresas, o menor custo com leis trabalhistas é o maior atrativo⁷⁷. A exemplo, temos a zona de livre comércio Delta do Rio das Pérolas⁷⁸. Por fim, a criação de certificados para empresas que cumpram legalidade trabalhista parece, no mínimo, curioso.

O consumo consciente⁷⁹ é baseado na avaliação do consumidor no ato da compra, no questionamento se o produto é necessário, qual seu impacto gerado na compra e se o seu processo de produção é transparente, no que tange ao trabalho. Assim, tornaria a compra humanizada. Contudo, o estímulo ao baixo

⁷⁶ “O comércio justo é um exemplo de união de valores econômicos e sociais. [...] Trata-se de uma redistribuição de valores [...]” (Carvalho, 2017, p.176).

⁷⁷Haddad anuncia acordo com Shein e plano de nacionalização das vendas. Fonte: <https://veja.abril.com.br/economia/haddad-anuncia-acordo-com-shein-e-plano-de-nacionalizacao-das-vendas>. Acesso em: 20 de mai. 2023.

⁷⁸ Delta do Rio das Pérolas é a região manufatureira de maior e mais rápido crescimento da Ásia. A região domina a cadeia de fornecimento mundial de produtos leves, vestuário e acessórios variados, com suas exportações usando as plataformas de comércio internacional de Hong Kong, Macau e Xangai. Esta grande região do sul da China é o destino preferido pelas empresas estrangeiras que buscam beneficiar-se das vantagens da imigração de suas unidades de produção para esta região, assim como de investidores estrangeiros, todos atraídos pelas excelentes condições econômicas e tributárias oferecidas pela região, lideradas pela isenção tarifária em muitas categorias de produtos exportados, assim como mercado aberto para diversos setores de empresas prestadoras de serviços e outros e, também, facilitação do comércio em geral e de investimentos.

⁷⁹ Entrevista concedida por Marina Colerato (Modifica) à Revista Elle. Disponível em: <https://elle.abril.com.br/moda/o-que-significa-consumir-moda-de-forma-mais-consciente-e-como-aplicar-isso-na-sua-vida/>. Acesso em: 11 mai. 2022.

consumo parece caminhar na contramão do sistema capitalista, onde o lucro é fundamento para seu desenvolvimento. A Shein parece não estar na direção do consumo consciente.

Esse conjunto de “alternativas” e as mazelas que o sistema econômico atual produz pode ter resultados apenas em pequenos grupos específicos, mas as questões levantadas acima são maiores e mostram enormes limites.

A redução do Estado na regulação do mercado abre espaço para ações feitas pelo próprio mercado, como a roupa sustentável/solidária nas relações econômicas, certificando empresas que não usam mão de obra análoga ao trabalho escravo contemporâneo ou que cumprem leis trabalhistas ou, ainda, que prometem ter relações econômicas “humanizadas”.

Nestes termos o capital necessita difundir e socializar ideologias e práticas que buscam tornar universal os seus interesses e, para tanto, tentam imputar à sociedade a responsabilidade pela dilapidação da natureza, tecendo politicamente a ideia de que é possível compatibilizar produção da riqueza com sustentabilidade social e ambiental (Mota; Silva, 2009, p. 44).

A ideia de comércio justo e consumo consciente, seguida de preço justo, faz parte desse conjunto de novas formas de relação entre mercado e consumidor, pregada pelas marcas de viés sustentável, à qual a indústria da moda adere aos poucos. Porém, essa ideia parece não passar de uma estratégia do capitalismo para mascarar a sua face exploratória. Segundo Coutinho:

[...] não representam qualquer tipo de projeto de superação do modo de produção hegemônico, embora a propaganda enganosa sistematicamente tente apresentá-las como alternativa e, até mesmo, contraposição ao mesmo, com a proposição de um projeto de civilização, com um novo estilo de vida, valores próprios, um conjunto de objetivos socialmente definidos pelo paradigma do desenvolvimento sustentável (Coutinho, 2009, p.22).

Todas essas alterações no desenvolvimento do capitalismo atravessam a indústria da moda pelo simples fato dela estar inserida na dinâmica do mercado. Portanto, faz parte desse movimento a apropriação das práticas que o capital desenvolve para retirar o foco do real motivador da degradação do meio ambiente que, além de ser referente à natureza, inclui o homem. Sendo assim, o/a trabalhador/a e sua mercadoria, no caso, a força de trabalho. Essas iniciativas, por mais que, pontualmente, façam mudanças superficiais nas relações estabelecidas, não alteram a dinâmica capitalista, pois o comércio não deixa de ter seu caráter mercantil por ser “justo” aos olhos do mercado.

Neste capítulo trouxemos o debate sobre o “mundo da moda” e sua relação com o capitalismo, uma vez que a indústria da moda se tornou um mercado rentável. Buscamos também jogar luz sobre o debate do espaço urbano e sua apropriação pela indústria da moda, através do uso do “estilo de vida” carioca, além da apropriação da temática de sustentabilidade enquanto tendência da moda.

3 Dinâmicas entre fetiche da mercadoria e a moda

O casaco que Marx vestia entrava e saía da casa de penhores. Ele tinha usos bem específicos: conservar Marx aquecido no inverno; distingui-lo como um cidadão decente que pudesse entrar no salão de leitura do Museu Britânico. Mas o casaco, qualquer casaco, visto como um valor de troca, é esvaziado de qualquer função útil. Sua existência física é, como diz Marx, fantasmática (Stallybrass, 2008, p. 41).

Ao pensar a indústria da moda, as categorias *mercadoria*, *fetiche* e *consumo* são rapidamente associadas ao mundo *fashion*. Neste contexto, a *mercadoria* pode ser expressa nos produtos produzidos e comercializados pelas marcas de vestuário, como blusas, bolsas e sapatos. Ao pensar sobre o *fetiche*, podemos nos referir à ideia de desejo e, no caso de um produto de determinada marca de vestuário, pode ser representado pela ideia de “peça desejo”⁸⁰, a que “não pode faltar no seu guarda-roupa”. Já sobre o conceito de *consumo*, temos como exemplo os estímulos às compras das peças das coleções sazonais (primavera/verão e outono/inverno) ou das coleções cápsulas, que são minicollections criadas entre as sazonais.

A indústria da moda é um dos setores mais influentes e dinâmicos da economia global, moldando tendências, estilos e comportamentos de consumo em todo o mundo⁸¹. No entanto, por trás das vitrines brilhantes e das passarelas deslumbrantes, a moda é intrinsecamente ligada a conceitos complexos, como mercadoria, fetiche e consumo, que desempenham papéis cruciais em sua estrutura e funcionamento.

Em seu núcleo, a moda é uma manifestação da economia de mercado, onde peças de vestuário e acessórios são produzidos em larga escala para serem vendidos, para gerar lucro, portanto. Isso estabelece uma relação de mercadoria, onde força de trabalho e produtos da moda são tratados como objetos de troca, com valor definido pelo mercado e pela demanda dos consumidores. A moda é

⁸⁰ Publicação via rede social no período da pandemia de covid19: “[é novidade] chegou um montão de peça desejo no site e no nosso coração! aproveita e usa o código da vendedora pra garantir as que amou com 25% off + frete grátis [...] ah, e nestes dias em que gente estiver longe fisicamente, vai tá rolando comissionamento coletivo extra em cima de todas as vendas online! assim, todas as vendedoras saem ganhando”. Disponível em: <https://www.facebook.com/adorofarm/posts/3556953790987035/>. Acesso em: 15 jul. 2023.

⁸¹ O mercado da moda movimentada por ano cerca de 2,3 trilhões de dólares no mundo. São cerca de 100 milhões de toneladas de fibras processadas em escala global. Nesse setor, o Brasil é responsável pela 5ª posição mundial. Disponível em: <https://contrapontodigital.pucsp.br/noticias/moda-muito-alem-do-glamour-do-consumo>. Acesso em: 17 ago. 2023.

um negócio que gira em torno da criação, distribuição e venda de mercadorias específicas.

A indústria da moda também se beneficia, no entanto, da dinâmica do fetiche. O fetiche na moda se refere à atribuição de valor simbólico a certos itens, muitas vezes além de seu valor de uso ou material. Marcas de luxo, por exemplo, conseguiram criar um senso de desejo e exclusividade em torno de seus produtos, transformando roupas e acessórios em objetos de desejo altamente cobiçados. Isso envolve estratégias de *marketing* habilidosas, como limitar a disponibilidade de certos produtos ou associá-los a celebridades e eventos de prestígio, alimentando assim a dimensão do fetiche na moda.

O consumo desempenha um papel crucial nessa equação complexa. Parte da sociedade contemporânea (pessoas com poder aquisitivo mais alto), muitas vezes, valoriza a aquisição constante de novas roupas e tendências, incentivando um ciclo de consumo contínuo. A rapidez com que as tendências mudam impulsiona a ideia de obsolescência planejada, onde roupas aparentemente "antigas" são rapidamente substituídas por novas coleções, resultando em um ciclo sem fim de compra e descarte. Esse padrão de consumo alimenta a demanda por novas mercadorias, perpetuando assim a indústria da moda.

A indústria da moda pode ser entendida como um "ecossistema" complexo onde as categorias mercadoria, fetiche e consumo se entrelaçam para criar uma narrativa de desejos, valores e estilo, visando, em última análise, ao lucro de quem possui as grifes de moda.

Pretendemos aqui refletir sobre tais categorias a partir da teoria marxista e sua análise sobre o capitalismo, pois entendemos que assim podemos chegar às suas determinações e compreender como tais categorias se manifestam na indústria da moda. Logo, iremos pensá-las para além dos seus conceitos aparentes, pois estamos nos referindo, sobretudo, ao modo de produção e reprodução social capitalista, que possui alicerce na produção de mercadorias e na exploração da força de trabalho.

3.1 Mercadoria: a peça desejo para o capitalismo

Somente no capitalismo é possível que uma *t-shirt*⁸² cuja composição é 100% algodão, fabricada por uma marca, como a italiana Dolce & Gabbana⁸³, chegue a ser vendida por R\$ 2.797,00⁸⁴. Uma camiseta simples, de uma única cor, formada por um tecido de fácil acesso na indústria, usada para proteger e adornar o corpo, pode valer mais que um salário mínimo⁸⁵. Como essa peça de vestuário se tornou tão valiosa? Em Tansy Hoskins (2022), vemos que a moda precisa de um conjunto de ações que rodeiam a peça e contribuem para essa valorização:

A moda é uma moldura de ouro maciço para o seu usuário. Também requer sua própria moldura de ouro maciço porque, afinal, estamos falando aqui apenas de pedaços de pano, não importa o quão artisticamente costurados. É tudo o que anda em torno das roupas que as torna moda. Passarelas, prestígio e *hype*⁸⁶ da mídia e lojas elaboradas se combinam para produzir uma falsa religiosidade⁸⁷ (Hoskins, 2022, p.16, tradução nossa).

Mas essa peça de vestuário na Dolce & Gabbana possui uma outra função para aqueles que a compram, que é ter a posse de um item de luxo que pode representar riqueza e que os “incluem” em um determinado grupo de consumidores. Afinal, um trabalhador assalariado teria que juntar dois meses de salário para conseguir ter o valor correspondente à peça.

Essa “moldura de ouro” a que Hoskins (2022) se refere é, primeiramente, um conjunto de práticas e representações criadas pelo capitalismo, que invertem o sentido das coisas, que criam uma ilusão, onde uma camiseta de algodão é também outra coisa e não apenas uma camiseta de algodão. Um ponto importante para pensarmos é que todas as peças de vestuário produzidas pela indústria da

⁸² Camiseta. É uma camisa curta, sem fralda, gola ou abertura frontal, com ou sem mangas curtas, geralmente feita de tecido de malha e usada diretamente sobre a pele, como traje informal e, às vezes, sob uma camisa ou blusa.

⁸³ Marca de luxo italiana, criada pelos estilistas Domenico Dolce e Stefano Gabbana, em Milão, na Itália.

⁸⁴ Fonte: <https://www.farfetech.com/br/shopping/men/dolce-gabbana-camiseta-dg-essentials-decote-careca-item-19173589.aspx?storeid=13537-item-19173589.aspx>. Acesso em: 01 mai. 2023.

⁸⁵ Salário-mínimo nacional, no Brasil, em maio de 2023: R\$1.320,00. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestao-publica/2023/02/presidente-anuncia-salario-minimo-de-r-1-320-a-partir-de-maio-e-isencao-do-ir-para-quem-recebe-ate-r-2.640>. Acesso em: 01 de mai. 2023.

⁸⁶ Termo que significa exagero de algo ou, em *marketing*, uma estratégia para enfatizar alguma coisa, ideia ou um produto. É um assunto que está dando o que falar, é algo que está na moda e que é comentado por todo mundo. Na linguagem da moda, para ser um *hype* ou *hypebeast* - termo para pessoas que adotam o estilo de vida *hype*, você precisa seguidamente estar de olho nas tendências, e possuir alguns acessórios raros e exóticos também será um diferencial.

⁸⁷ Referência utilizada por Tansy Hoskins (2022): John Berger, *Ways of Seeing*, documentary, part 1.

moda, seja ela de luxo ou de *fast fashion*, são mercadorias produzidas por força de trabalho humana e, no caso da moda, especialmente por mulheres trabalhadoras. Karl Marx (2013, p.165) define mercadoria como:

A mercadoria é, antes de tudo, um objeto externo, uma coisa, a qual pelas suas propriedades satisfaz necessidades humanas de qualquer espécie. A natureza dessas necessidades, se elas se originam do estômago ou da fantasia, não altera nada na coisa. Aqui também não se trata de como a coisa satisfaz a necessidade humana, se imediatamente, como meio de subsistência, isto é, objeto de consumo, ou se indiretamente, como meio de produção.

Uma mercadoria possui um duplo caráter: *valor de uso* e *valor de troca*. *Valor de uso* – “a utilidade de uma coisa faz dela um valor de uso” (Marx, 2013, p.166). Ou seja, a primeira propriedade da forma mercadoria liga-se a seu caráter de coisa: é objeto exterior, propício a satisfazer necessidades e carências humanas. A utilidade constitui o valor de uso, vinculando-se como tal às propriedades físicas do objeto. Desse modo, o valor de uso nada tem a ver de imediato com o trabalho humano que pode ter custado, nem com a relação social de produção. Isso porque, para Marx (2013), no capitalismo todo produto criado pelo trabalho humano tem valor de uso e valor de troca. Uma casa, uma televisão, uma comida, um livro, tudo isso tem valor de uso e valor de troca.

O valor de uso é definido pela capacidade de satisfazer necessidades humanas. Assim, uma casa tem valor de uso porque temos necessidade de nos abrigar, a comida porque precisamos nos alimentar e assim com todos os produtos criados pelo trabalho humano. O valor de uso, portanto, depende da utilidade do produto. Se criarmos algo que não tenha qualquer utilidade, esse objeto não tem valor de uso. Todo produto com um valor de uso também tem um valor de troca. Esse valor, por sua vez, é definido pela quantidade de um produto que é possível conseguir em troca de uma certa quantidade de outro produto.

Qual a relação entre valor de uso e valor de troca? Qual a origem do valor de troca? Embora possa parecer, à primeira vista, que o valor de troca depende do valor de uso, isso não é verdade. Se o valor de troca não é definido pela utilidade de um produto, qual sua origem? Para Marx (2013), a resposta é: o trabalho. Ou seja, a única fonte de valor é o trabalho. E o valor de troca de um produto depende, em grande medida, da quantidade de trabalho despendida na sua produção. É o tempo de trabalho necessário para produzir a mercadoria que define o seu valor de troca. O valor de troca representa a quantidade de trabalho socialmente necessária para produzir um produto qualquer. Quanto maior a

quantidade de trabalho necessário, maior o valor; quanto menor o trabalho necessário, menor o valor do produto.

Em síntese, a mercadoria é a contradição real, sensível e materialmente existente. Ela, diz Marx (2013, p.168), “não vive na sua natural identidade consigo mesma, mas dada como não igual a si mesma, como algo desigual de si mesma”.

Não há, portanto, um valor de troca imanente a uma mercadoria. A última dimensão da mercadoria, o valor, nasce do relacionamento dos valores de troca e nada tem a ver com suas propriedades naturais. Além disso, a relação de troca abstrai o valor de uso. O agente da troca não leva em consideração o uso particular do objeto que vende, mas o encara como um instrumento de apropriar-se do produto alheio.

No pensamento de Karl Marx encontra-se a análise profunda da mercadoria como elemento central das relações sociais de produção e reprodução social do sistema capitalista. A sua abordagem revolucionária sobre a mercadoria não apenas forneceu uma nova lente para entender a economia, mas também lançou as bases para compreender as complexas dinâmicas sociais e políticas que caracterizam a sociedade moderna.

Como mencionado, Marx definiu a mercadoria como uma unidade fundamental do sistema capitalista, caracterizada pela dualidade de valor de uso e valor de troca. O valor de uso refere-se à capacidade da mercadoria de satisfazer necessidades humanas, seja como alimento, vestuário, abrigo ou qualquer outra finalidade. No entanto, é o valor de troca que assume o papel central na sociedade capitalista. Esse valor é determinado pela quantidade de trabalho socialmente necessário para produzir a mercadoria, dando origem à teoria do valor-trabalho, onde o valor de uma mercadoria é definido pela quantidade de trabalho incorporado durante o processo de produção.

Trazendo a discussão para o caso das mercadorias produzidas pela indústria da moda, uma camisa, uma saia, tem a função de nos vestir, nos proteger do frio e/ou nos deixar mais bonitos. Uma cadeira é útil porque podemos utilizá-la para nos sentar. O valor que é agregado a essa camisa, por exemplo, para além de sua utilidade, é o *valor de troca*, que não se baseia em seu valor de uso, antes é resultado da apropriação do trabalho alheio.

Na indústria da moda, as peças perdem parte do seu valor de uso, reduzindo a capacidade de atender a uma necessidade humana e passando a ter valores simbólicos agregados, como riqueza, amor e poder. Demonstrando, desta forma, que o objetivo da moda é produzir lucro ao mercantilizar as necessidades humanas (Hoskins, 2014). Este argumento, baseado no duplo caráter da

mercadoria, nos ajuda a entender o porquê uma *t-shirt* 100% algodão fabricada pela Dolce & Gabbana pode chegar a ser vendida por R\$ 2.797,00. Vamos aos argumentos de Marx:

[...] cada mercadoria se manifesta sob o duplo aspecto de valor de uso e de valor de troca. [...] O valor de uso não tem valor senão para o uso, e não adquire realidade senão no processo de consumo. [...] O valor de troca aparece primeiramente como uma relação quantitativa na qual os valores de uso são permutáveis. Em tal relação, esses valores constituem uma magnitude idêntica de troca. Desse modo, um volume de Propércio e oito onças [antiga medida de peso inglesa, equivalente a 28,35g] de rapé podem ter o mesmo valor de troca, apesar das diferenças do valor de uso do tabaco e da elegia. Considerado como valor de troca, um valor de uso vale exatamente tanto quanto outro, contanto que se apresente em proporção conveniente. [...] Indiferentemente, pois, a seu modo natural de existência, sem se considerar a natureza específica da necessidade para a qual são valores de uso, as mercadorias, em quantidades determinadas, superpõem-se, suprem-se na troca, reputam-se como equivalentes e representam, assim, a despeito de sua variada aparência, a mesma unidade (Marx, 2008, p.53).

Logo, ao examinar a peça de roupa, seu valor de troca é vinculado também ao aspecto místico de possuir determinada marca, deixando de lado seu valor de uso e, junto a ele, todo o trabalho dispensado em sua produção. Vejamos:

Se abstraímos seu valor de uso, abstraímos também os componentes [*Bestandteilen*] e formas corpóreas que fazem dele um valor de uso. O produto não é mais uma mesa, uma casa, um fio ou qualquer outra coisa útil. Todas as suas qualidades sensíveis foram apagadas. E também já não é mais o produto do carpinteiro, do pedreiro, do fiandeiro ou de qualquer outro trabalho produtivo determinado. Com o caráter útil dos produtos do trabalho desaparece o caráter útil dos trabalhos neles representados e, portanto, também as diferentes formas concretas desses trabalhos, que não mais se distinguem uns dos outros, sendo todos reduzidos a trabalho humano igual, a trabalho humano abstrato (Marx, 2013, p. 116).

Portanto, quando Christian Louboutin lançou a coleção-cápsula *LouBhoutan*⁸⁸ em 2019, o consumidor não pagou pelo trabalho dos artesãos⁸⁹ do reino do Butão, no norte do Himalaia, que fabricaram e pintaram à mão mais de mil pares de sapatos em madeira e que, em seguida, foram enviados para serem finalizados na Itália, onde apenas 13 pares foram disponibilizados para venda, dentre seis polos de venda no mundo⁹⁰. Esses consumidores compraram a “ideia

⁸⁸ LouBhoutan – nome criado a partir do mix de Louboutin com Butão (em inglês, a grafia é *Bhutan*).

⁸⁹ Artesãos do Instituto Nacional de Zorig Chusum, em Thimphu, no Butão, uma escola de artes e ofícios criada para preservar a cultura artesanal do país, que é famoso por enfatizar a felicidade.

⁹⁰ Os 13 pares de sapatos da LouBhoutan, reunidos na linha conceitual, levaram seis anos de trabalho em conjunto até ficarem prontos. No início, os artesãos não faziam ideia de quem Louboutin era, ou da fama mundial de suas solas vermelhas. “Muitos dos alunos nunca tinham visto um sapato de salto alto ou plataforma. Levei vários pares e mostrei o passo-a-passo da construção. Em contrapartida, dei total liberdade de criação. Pedi que fizessem desenhos e me contassem a história por trás deles”, relembra. Fonte: Louboutin faz coleção-cápsula em parceria com os artesãos do

genial de um estilista” que percorreu o mundo e produziu com exclusividade e o “sapato mais sexy do mundo”⁹¹.

É exatamente por essas questões que a moda deve ser vista como parte da indústria do capital, ou seja, pela sua capacidade de anular quase por completo o valor de uso de uma mercadoria, tornando-a descartável e escondendo o trabalho humano por trás da riqueza produzida pelo próprio trabalhador. Assim:

Os itens aparecem nas lojas sem revelar um traço do processo de fabricação, aparentemente independente das pessoas. Isso dá a ilusão de que existe uma fonte de riqueza separada do trabalho humano. Podemos admirar um vestido de noite ou um sólido par de botas de trabalho sem conectá-los aos trabalhadores que os produziram (Hoskins, 2014, p.71, tradução nossa).

Neste sentido, na medida em que a indústria da moda se apresenta como extensão do capitalismo, suas mercadorias também se alastram em outros espaços da vida social, não somente no consumo de roupas, mas de outros produtos que constroem um ambiente que cria aproximação com a marca, onde “[...]as relações sociais não se apresentam como vínculo entre pessoas, e sim como vínculo entre coisas, assumindo as qualidades objetivas das coisas, especialmente sua aparência de força externa ao mundo humano, de realidade natural e eterna” (Grespan, 2021, p.24). A compra da força de trabalho e os traços do processo de produção das mercadorias da indústria da moda não ficam visíveis e reforçam o caráter *misterioso* da mercadoria, a exemplo da blusa de algodão, produzida por uma pessoa, mas que carrega apenas o peso da marca e o valor, naturalmente atribuída a ela:

Como uma indústria, ela depende do trabalho humano. Em um mundo onde os robôs andam em Marte, a roupa de baixo que você está usando só pode ser produzida por mãos humanas. Por causa disso, moda e trabalho humano são inseparáveis. Tudo o que vestimos é o resultado direto de uma labuta humana detalhada e repetitiva. Há dinheiro suficiente na indústria para toda a força de trabalho ser razoavelmente paga e tratada de forma justa se apenas os lucros fossem reinvestidos e as prioridades realinhadas. [...] A moda hoje é inseparável não apenas do trabalho humano, mas de sua extrema exploração (Hoskins, 2014, p. 74, tradução nossa).

Lembrando que, nessas relações, é o/a trabalhador/a que está exposto/a às péssimas condições de trabalho, condições essas que contribuem para o aumento da riqueza excedente. É a classe trabalhadora que tem acesso às roupas de péssima qualidade, apesar de produzir produtos de alta qualidade e produtos

Butão. Disponível em: <https://harpersbazaar.uol.com.br/moda/louboutin-faz-colecao-capsula-em-parceria-com-os-artesaos-do-butao/>. Acesso em: 10 jul. 2023.

⁹¹ Ibidem, 2023.

luxuosos com o seu trabalho, mas é limitada à compra de peças baratas devido ao baixo salário e classificada no grupo dos que “não conseguem acompanhar a moda” (Hoskins, 2022, p.150).

3.1.1

Fetichismo da mercadoria

O tecelão lê sobre o rosto do alfaiate a cobiça de sua tela – seu valor de uso – de modo que ele crê que a substância de seu meio de aquisição – o valor mercantil de sua tela – que ele vê espelhado no olhar do alfaiate, substitui, assim, a natureza social do valor da tela, sua forma natural, aqui visível – seu valor de uso. Marx denomina esse fenômeno – em que o social adquire a máscara do natural – fetichismo da mercadoria (Guibert, 2014, p.75).

A análise de Marx também abordou o conceito de fetichismo da mercadoria. Ele argumentava que, no sistema capitalista, as mercadorias assumiam uma aparência quase mística, onde as relações sociais entre os indivíduos eram mascaradas pela relação entre as mercadorias. Isso ocorre porque, nas trocas de mercado, as mercadorias parecem adquirir um valor inerente, quase mágico, independentemente das pessoas que as produziram ou do contexto social em que foram criadas. Dessa forma, as relações sociais de produção e exploração são obscurecidas pela aparência superficial do mercado.

Marx (2013) introduz o conceito de fetichismo da mercadoria em *O Capital*, em seu volume primeiro. Ao tratar sobre a forma da mercadoria, indica que ela não revela mais do que o que ela é: relação social entre produtores, sob a forma de um objeto; relação social entre as coisas. Assim, ele enfatiza como as mercadorias não apenas representam valor de troca, mas também obscurecem as relações sociais subjacentes, transformando-as em algo tangível.

Cuida-se não da forma da mercadoria, a coisa em si mesma (objeto), mas da forma-mercadoria: uma forma de relação social definida que, estabelecida entre homens, passa a uma “forma fantasmagórica de uma relação entre coisas” (Marx, 2013, p.81). O fetichismo da mercadoria reside no fato de que a capacidade humana de criação de valor pelo trabalho é vista como (e aí está a ideia de feitiço, de artifício, enfim, de aparência) uma propriedade das mercadorias. O “mistério” está simplesmente no fato de que a mercadoria devolve aos homens, como um “espelho”, os caracteres sociais do seu próprio trabalho como caracteres dos próprios produtos do trabalho, como propriedades naturais dessas coisas.

Nas atuais relações mercantis, no processo de consumo e venda de mercadorias, é necessária a criação de uma ambientação que construa ou estimule o desejo por determinados produtos. Esse estímulo se dá, segundo Bernard Guibert (2014), a partir das “montagens institucionais e contextuais aperfeiçoadas e implícitas em um linguajar determinado: as vitrines, as etiquetas, os nomes, as marcas, os padrões [...]”. Vejamos, como exemplo, parte do texto de apresentação de uma marca carioca de vestuário:

Abracem projetos de inclusão, de sustentabilidade, sociais e culturais. Lembrem-se também de que nada é construído sem mil e uma gotinhas de suor. Nada foi fácil, não é e nem será. Apreciem a simplicidade e a verdade. Apreciem o frescor de um mergulho no mar e o sol que acaricia a sua pele. E transmitam essas sensações - sem moderação - para roupas, acessórios e produtos que tenham como objetivo número um: vestir felicidade para emocionar.⁹²

A citação acima é um claro exemplo de transferência para a mercadoria de algumas representações simbólicas de sentimentos e emoções. O mundo da moda, e especialmente a indústria da moda, precisa dessas representações, pois, assim, ultrapassa-se o valor de uso de uma mercadoria (por exemplo, uma blusa que nos protege do frio) e a transforma em algo fantasioso e com outras representações, alienando, no sentido marxiano do conceito, o indivíduo e perdendo o controle do que foi criado, dando à mercadoria autonomia que obscurece o processo de produção.

Para melhor compreensão do tema aqui estudado, acreditamos que refletir previamente sobre a origem da palavra *fetich*, pode nos ajudar a ter maior clareza da argumentação de Karl Marx.

Em Peter Stallybrass (2008, p. 40; 41), no conjunto de ensaios denominado *O casaco de Marx*, o autor traz reflexões sobre a origem da palavra *fetich*. Inicia seu argumento alegando que “fetichizar a mercadoria significa fetichizar um valor de troca abstrato [...], que também denota [...] reverter toda história do fetichismo”.

Essas afirmações partem do contexto de que o *fetich* foi um termo criado pelos europeus para a demonização do apego dos africanos ocidentais aos objetos materiais, apoiados no pressuposto de que a modernidade trazida pelos europeus era caracterizada por um materialismo absoluto, o que desconsidera as relações dos homens com os objetos. Porém, historicamente, as coisas e os objetos de troca não eram indiferentes ao homem. Esse distanciamento é característico do capitalismo. Desta forma, a palavra *fetich* foi criada para:

⁹² Disponível em: <https://www.farmrio.com.br/institucional/sobre>. Acesso em: 11 jul. 2023.

[...] literalmente, demonizar o poder de objetos estranhos que eram carregados no corpo (através da associação do feitiço com a arte da feitiçaria europeia). E ele emergiu no momento em que o sujeito europeu subjugava e escravizava outros sujeitos e, simultaneamente, proclamava sua própria independência relativamente aos objetos materiais (Stallybrass, 2008, p.44).

Apesar disso, ao mesmo tempo em que se negava e se aclamava independência desta relação com os objetos, os europeus os colecionaram. Os objetos saqueados eram usados como mercadorias para obtenção de lucro. Como exemplo temos a devolução de objetos oriundos do reino de Benin, pela Universidade de Cambridge, à Nigéria⁹³.

Para Stallybrass (2008, p. 45), “o que era [...] demonizado no conceito de fetiche era a possibilidade de que a história, a memória e o desejo pudessem ser materializados em objetos que fossem tocados e amados e carregados no corpo”.

Para o autor, uma das ironias mais mal compreendidas de Marx, está em ele ridicularizar a sociedade que acreditava ter ultrapassado a adoração de coisas, dos objetos ao atribuir noção de fetiche à mercadoria, pois no lugar do objeto havia um outro valor que apaga o processo de construção do objeto e sua utilidade. O problema não era o fetiche em si, mas “[...] a forma específica de fetichismo, que tomava como seu objeto não o objeto animado do amor e do trabalho humano, mas o não-objeto esvaziado que era meio de troca (Stallybrass, 2008, p. 45).

O que se verifica em Marx (2013), no âmbito da crítica à economia política, no qual o fetichismo da mercadoria surge como um fenômeno social onde as mercadorias aparentam ter vontade independente de seus produtores. Em *O Capital* (volume 1), Marx explica o fetichismo da mercadoria:

Consideremos duas mercadorias, por exemplo, ferro e trigo. As proporções, quaisquer que sejam, em que elas são trocáveis, podem sempre ser representadas por uma equação em que uma dada quantidade de trigo é igualada a certa quantidade de ferro. [...] O que nos diz tal equação? Nos diz que, em duas coisas diferentes – em um quarter de trigo e x quintais de ferro -, existe em quantidades iguais algo comum a ambos. As duas coisas devem, portanto, ser iguais a uma terceira, que em si mesma não é uma nem outra. Cada uma delas, no que se refere ao valor de troca, deve ser redutível a esta terceira coisa. [...] Este “algo” em comum não pode ser uma propriedade natural das mercadorias. Tais propriedades são consideradas apenas à medida que afetam a utilidade de tais mercadorias, em que as tornam valores de uso. Mas a troca de mercadorias é evidentemente um ato caracterizado por uma abstração total do valor de uso. [...] Uma mercadoria, portanto, é algo misterioso simplesmente porque nela o caráter social do trabalho dos homens aparece a eles como uma característica objetiva estampada no produto deste trabalho; porque a relação dos produtores com a soma total de seu próprio trabalho é apresentada a eles como uma relação social que existe não entre eles, mas entre os produtos de seu trabalho [...]. A existência das coisas enquanto mercadorias, e a relação de valor entre os produtos de trabalho que os marca como

⁹³ Fonte: <https://oglobo.globo.com/cultura/noticia/2022/12/universidade-de-cambridge-vai-devolver-mais-de-100-bronzes-do-benin.ghtml>. Acesso em: 11 jul. 2023.

mercadorias, não têm absolutamente conexão alguma com suas propriedades físicas e com as relações materiais que daí se originam. [...] É uma relação social definida entre os homens que assume, a seus olhos, a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas. A fim de encontrar uma analogia, devemos recorrer às regiões enevoadas do mundo religioso. Neste mundo, as produções do cérebro humano aparecem como seres independentes dotados de vida, e entrando em relações tanto entre si quanto com a espécie humana. O mesmo acontece no mundo das mercadorias com os produtos das mãos dos homens. A isto dou o nome de fetichismo que adere aos produtos do trabalho, tão logo eles são produzidos como mercadorias, e que é, portanto, inseparável da produção de mercadorias (Marx, 2013, p. 341-347).

Jorge Grespan (2021, p.25), com base no pensamento de Marx, afirma que o fetiche da mercadoria não é superstição da mente humana e que a “[...] ilusão criada pelo fetichismo é real. Ela, de fato, condiciona comportamentos, concentra poderes sociais efetivos em representações, dificulta a percepção de seus artifícios [...]”. E, na moda, essa mistificação se encontra desde a criação dos produtos no chão de fábrica e se faz necessária para a manutenção do valor simbólico agregado às peças. Vejamos:

Esse processo mistificador faz com que as mercadorias pareçam independentes do trabalho que as fez e, portanto, capazes de possuir poderes independentes. Em um mundo ideal, seriam as pessoas que produziam as mercadorias que seriam valorizadas e respeitadas, e não apenas as mercadorias (Hoskins, 2014, p.71).

Dentro da indústria da moda, as mercadorias, ou seja, as peças de roupas, sapatos e acessórios, viram uma espécie de fantasia. A moda traz ao consumidor outras representações, mas também cumpre o papel de “velar as contradições sociais mais importantes” (Lessa, 2004, p. 89), aqui, no caso, são as relações de trabalho. Como ensina Marx (2013), são apagados, desta forma, os rastros das relações sociais que as produziram. Nesse sentido, as mercadorias surgem como mágica e estão disponíveis para todos os indivíduos livres, basta comprá-las.

A ideia do indivíduo livre reforça a conceito de moda democrática, onde todos têm acessos a todas as mercadorias produzidas, sendo uma escolha autônoma dentro do mundo de mercadorias da moda. Teria, a princípio, a possibilidade de expressar sua personalidade através das mercadorias, porém, subordinado à cultura das massas. Cria-se, assim, a ideia de que foi a mercadoria que deu liberdade a este homem e não ela que o aprisionou. Vejamos em Lessa:

[...] Não foi a moda que aprisionou a ‘matéria-prima humana’ democrática. Foi o desenvolvimento do capital que aprofundou os fenômenos reificantes de tal modo que o humano foi crescentemente reduzido à mercadoria - e a liberdade humana, restrita à autonomia relativa da mercadoria em relação ao seu ‘corpo material’ (Lessa, 2004, p. 100).

O fetichismo da mercadoria transforma os aspectos subjetivos (abstração de valor econômico) em objetivos (coisas reais que as pessoas acreditam ter valor intrínseco). No mundo da moda esta é uma equação muito comum, mas que fica “obscura”, como ocorre com as demais mercadorias na sociabilidade capitalista. Assim, a partir do momento em que o indivíduo incorpora a essência “do mundo capitalista”, a mercadoria passa a ser a essência de suas relações, onde os seres humanos passam a se relacionar intercedidos por elas. Dessa forma, “as pessoas também são coisificadas na medida em que as mercadorias são os seus meios de expressão” (Lessa, 2004, p. 100). Neste contexto, temos a demonstração do fetiche da mercadoria.

Dessa forma, observamos que o fetiche da mercadoria, um conceito central na teoria de Karl Marx, encontra uma expressão vívida e complexa no contexto da moda. A indústria da moda é um terreno fértil para a manifestação das dinâmicas do fetiche da mercadoria, onde as roupas e acessórios transcendem sua utilidade funcional e se tornam símbolos de status, identidade e aspirações.

A moda, em seu núcleo, é uma forma de autoexpressão e comunicação. No entanto, ela também é fortemente influenciada pela economia de mercado, onde as roupas não são apenas peças de vestuário, mas mercadorias que são produzidas, distribuídas e consumidas em escala global. Essa transformação da moda em mercadoria dá origem ao fetiche da mercadoria, onde as roupas e acessórios deixam de ser simples objetos de vestuário e de adorno e se tornam emblemas carregados de significados sociais e culturais.

As marcas de luxo, em particular, exploram em larga escala o fetiche da mercadoria no mundo da moda. Elas criam uma aura de exclusividade e desejo em torno de suas coleções, muitas vezes limitando a disponibilidade de produtos e associando-os a celebridades e eventos glamourosos. Isso gera um senso de aspiração, levando os consumidores a acreditarem que possuir esses produtos eleva seu status social e satisfaz desejos profundos.

O fetiche da mercadoria na moda também está relacionado ao ciclo de consumo incessante. As tendências mudam rapidamente, levando as pessoas a comprarem constantemente para se manterem atualizadas. No entanto, essa busca constante por novidades muitas vezes resulta em um ciclo de produção excessiva e descarte, com implicações ambientais significativas, conforme já visto no capítulo anterior desta tese. As roupas, que deveriam ser uma forma de proteção do corpo (e até de autoexpressão), muitas vezes se tornam *commodities* passageiras que alimentam o consumismo desenfreado, gerando lucros

extraordinários para os empresários e cada vez mais exploração dos/as trabalhadores/as da indústria da moda.

Além disso, o fetiche da mercadoria na moda obscurece muito as condições de produção numa indústria em que o glamour, a beleza e o status são muito explorados, enquanto a exploração de trabalhadores/as nas cadeias de abastecimento globais desta indústria fica oculta. Com isso, a atenção se concentra na estética e na marca. Isso destaca como as relações de produção e reprodução social são mascaradas pelo valor aparente das roupas e acessórios.

Em resumo, o mundo da moda é um microcosmo no qual o fetiche da mercadoria se desenrola vividamente. Ele destaca a transformação das peças em símbolos de status e aspirações, obscurecendo as relações sociais e as condições de produção.

3.1.2 Mercadoria força de trabalho

A mercadoria que te vendi distingue-se da multidão das outras mercadorias pelo fato de que seu consumo cria valor e valor maior do que ela mesma custa. Essa foi a razão por que a compraste. O que do teu lado aparece como valorização do capital é da minha parte dispêndio excedente de força de trabalho (Marx, 2013, p. 347;348).

Partimos do pressuposto de que são necessários dois elementos importantes para que a força de trabalho se torne uma mercadoria. Primeiramente a necessidade de que o portador da força de trabalho, o homem, o/a trabalhador/a, seja livre, pois em sociedades escravistas ou feudais, a força de trabalho não era mercadoria, mas sim propriedade do senhor feudal ou do proprietário do/a escravizado/a. Outro ponto importante é que o/a trabalhador/a não disponha de meios de produção e de meios de subsistência, para que lhe seja obrigado a venda de sua força de trabalho.

A mercadoria força de trabalho é um conceito fundamental na teoria marxista e possui um papel central na análise do sistema capitalista. De acordo com Karl Marx (2004), a força de trabalho é uma mercadoria única e distinta das demais, pois é a fonte da criação de valor e riqueza.

A força de trabalho refere-se à capacidade física e mental dos indivíduos de realizar trabalho. É a energia, habilidades, conhecimento e esforço que os/as trabalhadores/as aplicam no processo produtivo para criar bens e serviços. No entanto, o que torna a força de trabalho como uma mercadoria única é sua

capacidade de gerar valor excedente além do valor necessário para a sua própria reprodução.

Para compreender a dinâmica da mercadoria força de trabalho, é essencial considerar o conceito de valor-trabalho de Marx. Ele argumentava que o valor de uma mercadoria é determinado pela quantidade de trabalho socialmente necessário para produzi-la. No caso da força de trabalho, ela possui um valor de troca como qualquer outra mercadoria, mas a quantidade de valor que gera através do trabalho excede o valor que é pago ao trabalhador em forma de salário.

Marx identifica essa discrepância entre o valor criado pelo/a trabalhador/a e o valor que proprietários dos meios de produção (os capitalistas) recebem como a fonte do lucro. A diferença entre o valor que a força de trabalho produz e o valor do salário é conhecida como mais-valia. A mais-valia é a base da acumulação de capital e do capitalista.

Além disso, a mercadoria força de trabalho também é peculiar por não ser uma mercadoria física tangível, mas sim a capacidade abstrata de trabalhar. Isso cria uma dinâmica complexa em que os/as trabalhadores/as são contratados/as para vender seu tempo e esforço em troca de um salário, mas esse salário é frequentemente menor do que o valor total do trabalho que realizam. A diferença é apropriada pelos proprietários dos meios de produção como lucro.

Dessa forma, Marx afirma que a força de trabalho humana é uma mercadoria em razão da apropriação do trabalho enquanto “eterna necessidade” pelo capitalismo e sua transformação em valor de troca, sendo elemento essencial para a sua reprodução. Evidencia, também, que o trabalho estranhado torna a atividade vital do homem em apenas meio de sua existência, transforma a sua vantagem com relação ao animal em desvantagem, estranha o homem do seu próprio corpo, da natureza e da sua essência humana, estranha o produto do seu trabalho, criando o estranhamento do homem pelo próprio homem.

Assim, “em geral, a questão de que o homem está estranhado do seu ser genérico quer dizer que um homem está estranhado do outro, assim como cada um deles está estranhado da essência humana” (Marx, 2004, p. 86). Desse modo, o trabalho “sob o sistema de metabolismo social do capital, assume uma forma necessariamente assalariada, abstrata, fetichizada e estranhada” (Antunes, 1999a, p. 24).

Ou seja, essa relação entre a mercadoria força de trabalho e a exploração tem implicações mais profundas. Marx (2013) argumentava que, sob o capitalismo, os/as/as trabalhadores são alienados/as do produto de seu trabalho, já que não têm controle sobre o que produzem e como isso é distribuído. A força

de trabalho torna-se uma mercadoria a ser vendida e comprada no mercado, e os/as trabalhadores/as muitas vezes perdem o vínculo com o significado e o valor de seu próprio trabalho.

Na sociabilidade burguesa o trabalho assume, portanto, dimensão abstrata, alienada e fetichizada (Antunes, 1999a), e se caracteriza pela produção de mercadorias e de mais-valia, com o objetivo de acumulação e reprodução ampliada do capital.

A análise sobre a mercadoria força de trabalho revela como o valor é criado no sistema capitalista e como a exploração ocorre através da extração de mais-valia. Ela também ajuda a compreender as complexas relações sociais e a alienação que estão entrelaçadas com o processo de trabalho e a relação de troca no sistema econômico dominado pelo capital.

A desvalorização da força de trabalho também é um aspecto crucial na compreensão do funcionamento do sistema capitalista e, por conseguinte, para entendermos as relações que se estabelecem na indústria da moda.

No decorrer do desenvolvimento capitalista, a pressão para aumentar a produção e os lucros frequentemente resulta na diminuição dos salários e nas condições precárias de trabalho. A desvalorização da força de trabalho é um mecanismo que contribui para a acumulação de capital, mas também pode levar a tensões sociais e conflitos.

Ao discutir sobre desvalorização da força de trabalho e a extração da mais-valia, Marx (2013) indica que a desvalorização de força de trabalho realiza-se em dois caminhos: enquanto mais-valia e enquanto queda do valor da força de trabalho. Aqui Marx destaca como a pressão para diminuir os salários não apenas resulta em mais-valia para os capitalistas, mas também reduz o valor geral da força de trabalho.

Da mesma forma, ao tratar sobre a desvalorização da força de trabalho pela intensificação do trabalho, Marx (2013) demonstra que o capitalista tenta sempre manter a mais-valia na sua taxa normal de lucro, prolongando a jornada de trabalho. No entanto, sua necessidade real é a inversa: diminuir o valor da força de trabalho. Com isso, aponta para a exploração da força de trabalho como um esforço constante para maximizar a produção, mesmo que isso signifique diminuir o valor da força de trabalho.

Marx (2004) também explora como a desvalorização da força de trabalho está relacionada à criação de uma reserva de trabalhadores, indicando que as oscilações de emprego, que fazem parte da vida do trabalhador assalariado, dependem da necessidade de capitalizar o capital com o mínimo de despesas

possíveis quanto à força de trabalho. Ele destaca como a oferta excessiva de trabalhadores permite que os empregadores mantenham os salários baixos, contribuindo para a desvalorização geral da força de trabalho.

Outro aspecto abordado por Marx (2013) diz respeito à desvalorização da força de trabalho pela competição entre os próprios trabalhadores. Isso demonstra como a pressão para manter ou obter emprego pode levar os trabalhadores a aceitar salários mais baixos, contribuindo para a desvalorização geral da força de trabalho. Questão verificada quando nos deparamos com diálogos sobre os valores pagos por peça e, a necessidade de aceitar a relação de exploração no setor da moda para manter o emprego ou a frequência dos pedidos de produção.

Em resumo, ao refletir sobre a desvalorização da força de trabalho, Marx demonstra como a busca incessante por lucro e acumulação resulta em condições precárias de trabalho, salários baixos e em redução no valor geral da força de trabalho. A desvalorização da força de trabalho é um mecanismo que beneficia a acumulação de capital, mas também expõe tensões e desigualdades inerentes ao capitalismo.

A utilização do conceito mercadoria força de trabalho para refletir sobre a indústria da moda revela como as dinâmicas do sistema capitalista também se manifestam nesse setor específico, onde a força de trabalho não é apenas a energia e as habilidades físicas e mentais dos/as trabalhadores/as, mas também engloba a criatividade, a inovação e a visão artística que contribuem para a criação de coleções e produtos de moda.

Assim como em outros setores, no entanto, na indústria da moda os/as trabalhadores/as também enfrentam os desafios inerentes ao capitalismo. Isso inclui questões como exploração, desigualdade e precarização do trabalho.

Embora a indústria da moda seja conhecida por seu glamour, os bastidores muitas vezes revelam condições de trabalho muito precárias. Desde costureiras até designers e modelos, muitos/as trabalhadores/as enfrentam longas jornadas, salários baixos e falta de segurança no emprego. A pressão por atender prazos apertados e produzir a um custo reduzido leva à exploração da força de trabalho, onde os/as trabalhadores/as podem ser submetidos/as a condições de trabalho insalubres e horas excessivas.

Na indústria da moda os/as trabalhadores/as também estão sujeitos à desigualdade de gênero e racial. Mulheres, em muitos casos, ocupam posições de trabalho de base, enquanto posições de liderança e *design* frequentemente são dominadas por homens ou mulheres brancas. Além disso, a exploração de mão

de obra barata em países de capitalismo periférico, como é o caso do Brasil, é uma manifestação clara da desigualdade global no sistema capitalista.

A moda exige que os/as trabalhadores/as criativos/as produzam em conformidade com as demandas do mercado e as tendências atuais, o que pode levar à alienação da criatividade intrínseca. *Designers* e artistas podem se encontrar limitados/as pela busca de lucro e pela padronização das coleções, resultando em uma alienação da sua própria expressão artística. Costureiras e passadeiras também não se reconhecem nos produtos que trabalham, sendo a maior parte deles inacessível para seu consumo, como já mencionado.

A concorrência acirrada entre marcas de moda muitas vezes leva à pressão por cortes de custos, incluindo o corte de despesas com os/as trabalhadores/as. Isso pode resultar em empregos temporários, freelancers e contratos de curto prazo, aumentando a precariedade da força de trabalho.

A reflexão sobre a mercadoria força de trabalho na indústria da moda destaca como os princípios do capitalismo, como a busca pelo lucro e a acumulação de capital, também moldam esse setor.

3.2 **As “novas” mercadorias**

A indústria da moda, ao igualmente usar as relações entre mercadorias, relacionando seus produtos às representações do capitalismo e a outros novos elementos transformados em mercadorias, como o uso da cidade, lutas identitárias, referências culturais, movimentos ambientais entre outros, expande seu mercado para além das roupas e acessórios que produz. A sua capacidade em tornar tudo e qualquer coisa em mercadoria, na verdade é, antes, uma característica do capitalismo e, quando nos referimos a essas transformações, estamos falando da mercantilização de todos os aspectos das relações sociais e de constituição de “novas” mercadorias que podem sequer existir fisicamente.

Os exemplos apresentados a seguir pretendem dar uma visão, mesmo que parcial, de como a moda legitima a fetichização da mercadoria em todas as esferas.

Em 2021, uma trabalhadora, grávida, vendedora de uma marca carioca de vestuário, foi baleada e morta, vítima de um confronto entre a polícia militar do

Estado do Rio de Janeiro e o tráfico de drogas local⁹⁴. A marca de vestuário carioca em que trabalhava publicou um texto, em uma rede social, lamentando o corrido. No entanto, a empresa divulgou o código da vendedora⁹⁵ para que as clientes, sensibilizadas com o incidente, pudessem comprar as peças de roupa, mesmo não havendo mais disponibilidade da força de trabalho da vendedora. Ou seja, a sua morte virou meio de venda dos produtos da marca: “A partir de hoje, toda venda feita no código da Kethlen – E957 terá sua comissão revertida em apoio para sua família, reforçando que nós também vamos apoiá-la de forma independente e paralela”⁹⁶. O post da empresa gerou uma avalanche de críticas nas redes sociais.

A marca de luxo Balenciaga⁹⁷ em sua campanha de primavera, em 2022, promoveu fotos de crianças com brinquedos usando adornos de couro e tachas, juntamente com documentos que continham apologia à pedofilia. Todos esses elementos construíam a temática do cenário da campanha. Houve enorme movimentação nas redes sociais e a campanha de primavera foi retirada da mídia. A marca culpou a empresa responsável pela produção da campanha. Porém, pensando a partir dos algoritmos⁹⁸, com os acessos às publicações da campanha nas redes sociais, mesmo que alguns usuários das redes a usem para tecer críticas, essa movimentação acaba gerando lucro para a marca, pois, de alguma forma, houve um maior alcance da publicação para novos perfis e divulgação da postagem, gerando lucro para a marca, mesmo sendo “cancelada”⁹⁹ nas redes sociais.

A grife italiana Gucci¹⁰⁰ lançou um tênis virtual no valor de R\$65,00 (sessenta e cinco reais), onde só é possível usar a mercadoria via aplicativo de celular. Após a compra, o usuário consegue ver o tênis em seus pés através de um filtro de realidade aumentada. É possível “calçar” o tênis em outros ambientes

⁹⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2021/06/09/apos-criticas-grife-farm-tira-acao-com-codigo-de-gravida-baleada-do-ar.ghtml>. Acesso em: 14 jul. 2023.

⁹⁵ É um código de cadastro que pode ser utilizado em compras, com o qual a vendedora também ganha comissão por esse pedido e a cliente pode aproveitar eventuais promoções exclusivas.

⁹⁶ Disponível em: <https://portalfecomerciarior.org.br/noticia/36373/farm-e-alvo-de-criticas-apos-usar-nome-de-funcionaria-baleada-em-acao-de-marketing>. Acesso em: 16 jul. 2023.

⁹⁷ Fonte: <https://www.folhape.com.br/noticias/balenciaga-e-acusada-de-incitar-pedofilia-apos-lancamento-de-campanha/248449/>. Acesso em: 16 jul. 2023.

⁹⁸ Os algoritmos das redes sociais são um conjunto de dados e regras estabelecidas por cada rede social, sendo eles os responsáveis por determinar quais conteúdos e quais páginas aparecem primeiro para o público na linha do tempo de suas respectivas contas. Ou seja, eles decidem como ranquear os resultados de uma sequência de informações (*feed*), a partir do grau de relevância daquele conteúdo para cada usuário.

⁹⁹ Cultura do cancelamento é um fenômeno das redes sociais que visa boicotar e banir pessoas, eventos ou marcas que assumem comportamentos considerados incorretos ou que ferem os valores de um grupo de pessoas.

¹⁰⁰ Fonte: <https://tecnologia.ig.com.br/2021-04-28/gucci-lanca-tenis-de-r-65--mas-so-e-possivel-usa-lo-como-um-filtro.html>. Acesso em: 16 jul. 2023.

virtuais que possuem parceria com a marca. Mas este não é o limite. O mundo do metaverso¹⁰¹ é o novo espaço de venda de algumas grifes, onde é possível vender roupas e acessórios. A própria Gucci, em seu Gucci Gardem, uma experiência dentro de um jogo virtual, vendeu uma bolsa por mais de R\$ 20 mil (vinte mil reais)¹⁰² (valor em Robux, moeda do jogo, convertida em reais) que só pode ser usada dentro do jogo e é mais cara que a versão física do mesmo modelo, que custa por volta de R\$17 mil (dezesete mil reais). Será que essa bolsa tem valor de uso?

A mini bolsa chamada de *Microscopic Handbag*, ou bolsa de mão microscópica, em tradução livre, foi criada pelo coletivo MSCHF¹⁰³ em parceria com a grife Louis Vuitton, e é uma mercadoria cujo tamanho é menor que um grão de sal, com cerca de 0,03 polegadas. Para vê-la em formato de bolsa é preciso usar um microscópio. O produto foi leiloado no valor de US\$ 63.750 (sessenta e três mil e setecentos e cinquenta dólares) equivalente a R\$ 305 mil reais.

Todas as tecnologias de IA (inteligência artificial) que produzem mercadorias, aplicativos e programas aparentam ser “artificialmente naturais”, mas, na verdade, são formas de saída da crise do capitalismo, onde tudo, exatamente tudo, vira mercadoria. Vejamos em Rodrigues:

Na sociabilidade burguesa, tudo aquilo que puder ser submetido à forma-mercadoria, cedo ou tarde será garantido por todos como aceitável; nessa “síndrome de Estocolmo” tão característica dos nossos tempos. A transversalidade da fetichização das relações sociais constitui propriamente o elo condutor da conversão dos seres humanos e da natureza em meras coisas quantitativamente avaliadas segundo o custo benefício dos mercados na busca desenfreada por maiores lucros em detrimento dos seres vivos (Rodrigues, 2019, p. 374).

¹⁰¹ O metaverso se refere a um espaço compartilhado virtual coletivo criado pela convergência das realidades física e digital, conhecida também como “figital”. A partir de dispositivos, a inovação promete criar uma economia virtual independente que pode ser movimentada por moedas digitais. O conceito não é novo: o termo metaverso foi cunhado em 1992 pelo autor Neal Stephenson, na ficção científica *Snow Crash*. Contudo, hoje as empresas usam o termo para se referir a muitos tipos de ambientes *online* aprimorado. Considerado uma evolução da internet, o metaverso combina várias tecnologias emergentes, como realidade virtual (RV), realidade aumentada (RA), estilos de trabalho flexíveis, inteligência artificial (IA) e computação espacial, para criar uma experiência imersiva e interativa.

¹⁰² Disponível em: <https://jc.ne10.uol.com.br/colunas/tecnologia-e-inovacao/2021/06/12132058-bolsa-gucci-e-vendida-por-rs-22-mil-no-roblox-e-pode-ter-sido-pechincha.html>. Acesso em: 17 jul. 2023.

¹⁰³ A MSCHF (pronuncia-se *mischief*) é um coletivo de arte e design americano com sede no Brooklyn. Fundada em 2019, produziu uma série de obras de arte, desde plug-ins de navegador a tênis, produtos físicos, canais de mídia e fotografias de pés geradas por inteligência artificial. A MSCHF se recusa a ser considerada uma marca de moda ou até mesmo uma organização. Ela não possui logo e raramente lança produtos comerciais. Por isso, “grupo” ou “coletivo” são os termos mais comuns no tratamento. Suas criações, apresentadas no seu website a cada duas semanas, recebem o nome de drops. Disponível em: <https://droper.app/marca/mschf>. Acesso em: 17 jul. 2023.

Mas algo importante chama a atenção e Mauro Iasi¹⁰⁴, ao analisar e escrever sobre a tecnologia e o seu desenvolvimento nas relações e na produção de mercadoria, em especial sobre a possibilidade de a inteligência artificial substituir o trabalho vivo, o trabalho do homem, comenta sobre o óbvio que, muitas vezes, nos parece estranho:

Aquilo que a IA acessa em seu banco de dados não é a inteligência artificial, mas o conjunto de saberes e experiências humanas objetivadas, distanciadas de seus criadores e que voltam a ele como uma força hostil que os ameaça. Em outras palavras, aliena-se. Aquilo que acessa não é mais que um instrumento que foi feito por seres humanos que nele se objetivaram e igualmente se alienaram. Tanto o instrumento tecnológico como o conjunto de dados é produto da inteligência humana que fica escondida em seu produto estranhado. Por precisão terminológica, a sigla IA deveria significar Inteligência Alienada.

O que ocorre com esse avanço tecnológico que atravessa as relações sociais e a produção é “mistificar, com novo estilo, a tecnologia como resultando do capital e não herdeira de força humana acumulada por milhares de gerações” (Rodrigues, 2019, p.386).

Assim, identificamos mais um traço de total entrelace da moda com o sistema de produção e reprodução capitalista, sua expansão e de suas mercadorias em todas as “mais distantes e inóspitas treliças da sociedade” (Rodrigues, 2019, p. 375). Uma face importante da indústria da moda, que contribui para o fortalecimento das estratégias criadas para aumento do consumo e criação de falsas necessidades, forjada no fetiche da mercadoria.

3.2.1 Notas sobre consumo

A produção não produz, pois, unicamente o objeto do consumo, mas também o modo de consumo, ou seja, produz objetiva e subjetivamente. A produção cria, pois, os consumidores (Marx, 2008, p. 248).

A indústria da moda, em especial com a ajuda das *fast fashions*, propaga a ideia de liberdade de consumo, onde todos teriam total acesso a todas as mercadorias produzidas dentro do sistema capitalista. Nesse sentido, Sérgio Lessa (2004) discorre sobre o argumento de Gilles Lipovetsky (2009) a respeito da capacidade de a moda promover a igualdade e a liberdade, identificando-as como vetores na autonomia humana. Diferente do mundo regulado por

¹⁰⁴ Disponível em: <https://blogdaboitempo.com.br/2023/05/12/iagora-inteligencia-artificial-e-alienacao/>. Acesso em: 17 jul. 2023.

mecanismos disciplinadores do passado, viveríamos hoje uma forma de regulamentação social em que a sedução seria o mecanismo decisivo. E esta passagem da disciplina à sedução teria na moda o seu vetor mais importante (Lipovetsky, 2009). O filósofo francês alega, assim, que a sedução é o novo mecanismo de regulação social, capaz de promover a liberdade. Vejamos a crítica de Lessa a este respeito:

A essência do novo poder da sedução estaria em que, para o indivíduo ser livre, deve ele aceitar as regras do jogo da liberdade nas modernas sociedades democráticas. Ser livre teria como pressuposto acatar os ditames da sociedade de consumo, a única sociabilidade que reconhece as diferenças individuais como um direito e, portanto, que pode valorizar as expressões heterônimas de cada individualidade. Nesta expressão da particularidade do indivíduo, a moda seria a mediação decisiva: cada um se conforma, segundo sua diferença específica, à regra mais geral (Lessa, 2004, p. 101).

Lessa (2004) contra-argumenta que a liberdade dos indivíduos inseridos no sistema capitalista é expressão superficial de uma essência que se impõe a todos, ou seja, o indivíduo pode escolher entre infinitas formas superficiais para expressar suas personalidades coisificadas pelo capital. E não seria diferente com a moda, já que ela aparentemente se mostra “como fornecedora de escolhas e variedades [...]” (Hoskins, 2014, p.44), dando a ilusão de escolha e a “impressão de que as pessoas podem se tornar o que veem” (Hoskins, 2014, p. 90).

É preciso cuidado para perceber as armadilhas sobre a ideia de “livre desejo”, sedução ou de uma “sociedade de consumo”, onde regem o simbólico e os significados que, de alguma forma, contribuem para a afirmação de uma “identidade do consumidor”. Neste aspecto, corroboramos com a tese de Zacarias (2013, p.108), e partimos do ponto em que estamos “menos em uma sociedade de consumo e mais em uma sociedade ideologizada pelo consumo”, até porque nem todos possuem acesso ao consumo. O capitalismo avança em sua expansão, seja na produção, distribuição, circulação e consumo, através de novas tecnologias e novas organizações, e também atravessa esferas mais subjetivas, mas é preciso atentar que todas essas ações são estratégias de acumulação de capital.

Cabe aqui retomar Karl Marx, que ofereceu uma visão única e crítica sobre o consumo no contexto do sistema capitalista. Para Marx (2013), o consumo não é apenas um ato de adquirir bens e serviços, mas também uma peça-chave nas complexas engrenagens do capitalismo, moldando e sendo moldado pelas relações sociais de produção e exploração.

O consumo é, dessa forma, parte integrante da lógica do sistema capitalista, onde a produção é impulsionada pela busca incessante de lucro e acumulação de capital, realizando-se também na esfera da circulação das mercadorias. Sob o capitalismo, a produção não ocorre para satisfazer as necessidades das pessoas, mas sim para gerar valor e lucro. No entanto, essa dinâmica leva a uma contradição central no capitalismo: enquanto a produção é voltada para o lucro e a acumulação, o consumo é limitado pelas desigualdades sociais e pela capacidade das pessoas de adquirirem bens e serviços.

Por isso Marx (2008) também abordou o consumo como um elemento de alienação. Sob o capitalismo, os trabalhadores não têm controle sobre o processo de produção, o que leva a uma desconexão entre o trabalho realizado e o produto final. Isso se estende ao consumo, onde as mercadorias são consumidas sem uma compreensão completa de seu processo de produção e das relações de exploração subjacentes. O consumidor se torna um mero espectador no ciclo de produção-consumo, incapaz de influenciar as condições de produção ou os valores intrínsecos das mercadorias.

Ou seja, o consumo não pode ser compreendido apenas como uma atividade individual, mas como um componente intrincado das relações sociais de produção, exploração e alienação, o que requer reflexão sobre as dinâmicas contemporâneas do capitalismo e o papel do consumo em moldar as estruturas econômicas e sociais.

Voltando a citação inicial de Marx (2013), registrada no início deste item da presente tese, que trata sobre o fato de a produção criar consumidores, é possível afirmar que a atual fase do capitalismo conta com forte apoio para a criação de novos consumidores a partir do estímulo de falsos desejos e falsas necessidades. A publicidade, o *marketing*¹⁰⁵, tem papel importante para gerar estímulos dos desejos e, segundo Valquíria Padilha (2016), nossos desejos são criados por ela, direta e indiretamente. Vejamos o que diz a autora:

As indústrias capitalistas, definitivamente, não dependem dos desejos espontâneos e genuínos das pessoas. Caso contrário, as publicidades não seriam tão necessárias como são. Na sociedade de consumo, a publicidade é a principal fonte de instigação do desejo de consumir sabonete, sabão em pó, sapato, roupa, alimentos, celular, automóvel etc. Isso se deve ao fato de que, no capitalismo, há uma produção excedente de mercadorias, ou seja, o ciclo de produção e consumo,

¹⁰⁵ *Marketing* é a “arte” de explorar, criar e entregar “valor” para satisfazer as necessidades do mercado por meio de produtos ou serviços que possam interessar aos consumidores. A finalidade do *marketing* é criar valor e chamar a atenção do potencial consumidor, gerando relacionamentos lucrativos para o mercado. Importante lembrar que *marketing* é uma palavra do idioma inglês, sendo derivada de *market* (mercado). Por isso, o *marketing* vai muito além de vender um produto ou serviço e engloba também outras atividades relacionadas ao mercado.

que alimenta a acumulação de capital gerando lucro aos donos das empresas, precisa produzir muito mais do que apenas os produtos que satisfariam as necessidades mais básicas das pessoas, como comer, vestir-se e morar. O capitalismo precisou desenvolver o que chamamos de 'sociedade de consumo', em que as necessidades e os desejos são costurados numa trama confusa e complexa (Padilha, 2016, p. 46).

Aqui é importante retomar a reflexão sobre o fetiche da mercadoria, que encontra expressão vívida e complexa no contexto do mundo da moda. A indústria da moda é um terreno fértil para a manifestação das dinâmicas do fetiche da mercadoria, onde as roupas e acessórios transcendem sua utilidade funcional e se tornam símbolos de status, identidade e aspirações.

Em sua essência, o fetiche da mercadoria refere-se à tendência do sistema capitalista de obscurecer as relações sociais entre as pessoas por meio das relações de troca de mercadorias. No contexto do mercado, as mercadorias são tratadas como entidades autônomas, com valores intrínsecos que parecem surgir naturalmente. No entanto, conforme mencionado anteriormente, esse valor não é inerente às mercadorias, mas sim uma construção social moldada pelas relações de produção e pela exploração de trabalho, que é o elemento que cria valor no processo de produção.

Dando sequência à reflexão sobre produção e consumo, observa-se que há uma relação complexa entre a produção e o consumo e como esses dois elementos estão intrinsecamente ligados na sociabilidade do capital.

A produção é o processo pelo qual bens e serviços são criados a partir de recursos naturais e trabalho humano. Nesse contexto, a produção fornece os materiais necessários para satisfazer as demandas do consumo. Isso implica que o consumo depende diretamente da produção para obter os produtos necessários para atender às necessidades e desejos das pessoas.

A maneira como os produtos são produzidos, apresentados e disponibilizados influencia diretamente a forma como as pessoas os consomem. Por exemplo, a produção em massa de produtos padronizados pode levar a um consumo mais homogêneo e em grande escala, enquanto a produção de itens personalizados pode levar a um consumo mais direcionado e diferenciado. Portanto, a produção não apenas fornece os produtos, mas também molda as opções e os padrões de consumo disponíveis para os consumidores.

Conforme já explicitado, a produção não se limita a atender às necessidades existentes; ela também pode criar novas necessidades para os consumidores por meio de estratégias de *marketing*, publicidade e inovação. Ao introduzir novos produtos no mercado, a produção pode excitar nas pessoas o desejo de adquirir

esses produtos, mesmo que essas necessidades não fossem inicialmente percebidas. Esse fenômeno é observado, por exemplo, em setores de produtos tecnológicos e de moda, onde a inovação constante leva as pessoas a sentirem que precisam constantemente adquirir itens mais recentes.

O ato de consumo, ou seja, a demanda dos consumidores por produtos, influencia diretamente as escolhas dos produtores. Se um determinado produto ou categoria de produtos tem uma alta demanda, os produtores tendem a direcionar seus esforços de produção para atender essa demanda, buscando lucro e sucesso no mercado. Isso pode influenciar a alocação de recursos, a pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e a estratégia de *marketing* das empresas.

Dessa forma, a produção e o consumo estão interligados e formam um ciclo econômico contínuo. A produção não apenas supre as necessidades dos consumidores, mas também molda suas preferências, estimula novas demandas e influencia as decisões dos produtores. Da mesma forma, o consumo não é apenas uma resposta passiva à produção, mas também exerce influência na direção que a produção toma. Essa relação dinâmica entre produção e consumo é fundamental para entender o funcionamento da economia capitalista e das relações sociais estabelecidas na sociabilidade que engendra.

As propagandas recheadas de ideologias inculcam nos indivíduos um desejo incontável de possuir determinado bem e não sossegam até comprá-lo. Porém esse desejo de posse, esse amor desmedido por determinada mercadoria, logo passa em virtude de ser lançado no mercado outra mercadoria cujas características encham os olhos, oferecendo mil e uma vantagens. E, assim, o consumidor moderno, descarta seu “antigo objeto” (com seis meses ou um ano no máximo), e compra a novidade.

Como vimos afirmando nesta tese, a indústria da moda é um dos setores mais influentes e dinâmicos da economia global, e o consumo desempenha um papel central nesse contexto. O consumo na indústria da moda é complexo e multifacetado, envolvendo aspectos culturais, sociais, psicológicos e econômicos.

A indústria da moda transcende fronteiras geográficas e culturais, influenciando como as pessoas se vestem, se expressam e interagem. No cerne dessa indústria, encontra-se o ato de consumo, que vai muito além de simplesmente adquirir roupas e acessórios. O consumo na indústria da moda é moldado por uma interação complexa de fatores que vão desde a criatividade dos *designers* até as tendências culturais e as estratégias de *marketing* das marcas.

O consumo na indústria da moda é, portanto, uma forma significativa de expressar identidade e estilo pessoal. As propagandas das grifes e marcas objetivam a nos levar a considerar que as roupas e acessórios que escolhemos usar possuem muito mais que a função de proteger nossos corpos do calor, do frio, da umidade etc. São estratégias de publicidade que criam a ilusão de que roupas e acessórios, e grifes, comunicam mensagens sobre quem somos, nossas preferências e nossos valores. Dessa forma, a moda oferece às pessoas uma maneira visual de se identificarem com grupos sociais, movimentos culturais e até mesmo ideologias políticas. Através da seleção de roupas, as pessoas moldam sua imagem pública e constroem conexões com outras pessoas que compartilham gostos semelhantes.

A indústria da moda é conhecida por suas constantes mudanças e evoluções de estilo. As tendências de moda emergem e desaparecem ao longo do tempo, impulsionando os ciclos de consumo. As marcas e *designers* lideram essas tendências, incentivando os consumidores a adotarem novos estilos para se manterem atualizados. Isso resulta em um ciclo de consumo contínuo, à medida que as pessoas buscam constantemente adquirir peças que estejam alinhadas com as últimas tendências.

O consumo desenfreado na indústria da moda, no entanto, também levanta preocupações significativas. A demanda por produtos de moda em constante mudança pode contribuir para práticas de produção insustentáveis e para um ciclo de descarte rápido. A rápida rotatividade de itens de moda pode resultar em desperdício excessivo e impactos ambientais negativos. Além disso, as condições de trabalho na cadeia de suprimentos da moda também têm sido objeto de críticas, levando a apelos por uma abordagem mais ética e sustentável.

As mídias sociais transformaram a maneira como o consumo na indústria da moda acontece. Plataformas como Instagram e *TikTok* tornaram-se vitrines virtuais para marcas e influenciadores compartilharem estilos, produtos e recomendações. O *marketing* de influência desempenha um papel crucial, à medida que influenciadores digitais ajudam a moldar as decisões de compra de seus seguidores. Esse novo cenário também contribui para a disseminação rápida de tendências e para a criação de uma cultura de consumo acelerado.

O consumo na indústria da moda é, assim, uma força poderosa que vai além de simples transações comerciais. Ele envolve ideias como a expressão da identidade, o acompanhamento das tendências, a influência das mídias sociais e questões complexas relacionadas à sustentabilidade, o que inclui também a precarização das relações e condições de trabalho no setor.

Entende-se com isso que o padrão de consumo se transformou em forma de afirmação social, em integração de determinados grupos na sociedade. Dessa forma, o consumismo representa um pilar importante para o capitalismo. E para manter o ritmo avançado de produção e lucro, alimenta-se de um sistema manipulador onde a obsolescência - inclusive programada - dos produtos é motivada pela mídia convincente.

4 Trabalho e moda no capitalismo contemporâneo

O trabalho é a fonte de todas as riquezas, afirmam os economistas. Assim, é, com efeito, ao lado da natureza, encarregada de fornecer os materiais que ele converte em riqueza. O trabalho, porém, é muitíssimo mais do que isso. É a condição básica e fundamental de toda a vida humana (Engels, 2004, p.11).

Neste capítulo abordamos a categoria trabalho como componente fundamental e estruturante da sociabilidade humana e a sua centralidade no sistema capitalista. Consideramos as importantes transformações contemporâneas na organização do mundo do trabalho, com os avanços tecnológicos, redução de leis trabalhistas, mudanças na organização do Estado e as consequências dessas questões para a organização e sobrevivência da classe trabalhadora.

Traremos para perto um cenário onde o trabalho precário e desregulamentado é ocupado, em sua maioria, por um grupo específico de trabalhadores/as e que tais condições são consequências do desenvolvimento histórico do trabalho no país, onde o avanço capitalista aprofunda tais características. Por fim, mostraremos que a indústria da moda tem como principal fonte de sua expansão o uso dessa força de trabalho precária e informal e que a cidade do Rio de Janeiro, ao se denominar referência e se constituir como liderança no mercado da moda do país, utiliza, para sua permanência em tal posição, de todas as estratégias da reorganização do mundo trabalho e da exploração da mão de obra feminina, principalmente.

4.1 O trabalho, origem de todas as coisas

Ao analisar processo do desenvolvimento do macaco em homem, afirmando que os macacos começaram a andar eretos, pois precisavam de suas mãos para funções diferentes dos pés, Engels (2004) demonstra que a mão do homem, no decorrer dos séculos, foi aperfeiçoada pelo trabalho durante milhares de anos, passando a efetuar centenas de ações complexas, pois “a mão era livre e podia agora adquirir cada vez mais destreza e habilidade; e essa maior flexibilidade

adquirida transmitia-se por herança e aumentava de geração em geração” (Engels, 2004, p.13).

Foi no trabalho, e pelo trabalho, que as novas funções e habilidades deram à mão do homem a capacidade de executar atividades mais complexas, atingindo “esse grau de perfeição que pôde dar vida, como por artes de magia, aos quadros de Rafael, às estátuas de Thorwaldsen e à música de Paganini” (Engels, 2004, p.14) e, acrescentando aqui o trabalho na indústria da moda, aos vestidos feitos pelas mãos de costureiras.

Trazer o pensamento de Engels para este estudo nos permite apresentar a importância do trabalho no desenvolvimento humano e também nos mostra o enorme acúmulo de conhecimento realizado pelo trabalho por meio do homem. Assim, entendemos que o trabalho é a base da sobrevivência humana e é categoria fundante do ser social.

Vejam a seguir, a importante citação de Engels (2004), que nos dá um resumo dos avanços civilizatórios a partir da importância e do desenvolvimento do trabalho:

Graças à cooperação da mão, dos órgãos da linguagem e do cérebro, não só em cada indivíduo, mas também na sociedade, os homens foram aprendendo a executar operações cada vez mais complexas, a se propor e alcançar objetivos cada vez mais elevados. O trabalho mesmo se diversificava e aperfeiçoava de geração em geração, estendendo-se cada vez a novas atividades. À caça e à pesca veio juntar-se a agricultura e, mais tarde, a fição e a tecelagem, a elaboração de metais, a olaria e a navegação. Ao lado do comércio e dos ofícios aparecem, finalmente, as artes e as ciências: das tribos saíram as nações e os Estados. Apareceram o direito e a política e, com eles, o reflexo fantástico das coisas no cérebro do homem: a religião (Engels, 2004, p. 20).

Partimos, portanto, do entendimento do trabalho como categoria central e fundamental para a compreensão das relações sociais e da história da humanidade a partir de uma perspectiva ontológica¹⁰⁶. Na análise do trabalho é preciso apreender dimensões históricas e ontológicas na sua totalidade, com mediações e determinações, reconhecendo singularidades e universalidades.

Para Marx e Engels (1998), a base da sociedade eram as condições materiais, sendo a partir delas que se constrói a sociedade, assim como pela

¹⁰⁶ Diz-se que algo é ontológico quando, do ponto de vista filosófico, aborda questões relacionadas ao ser. O método em Marx e Engels é um movimento dialético que parte da sua concepção ontológica da realidade social, em que o ser social produz suas próprias condições objetivas e subjetivas de existência e, por isso, teoria, método e realidade social constituem uma unidade metodológica. Assim, a ontologia marxista “ao reconhecer que o indivíduo e as múltiplas dimensões da vida humana (família, ciência, arte, educação etc.) se constituem nas e pelas relações sociais historicamente determinadas, afirma uma ontologia social do ser humano” (Loureiro; Tozoni-Reis, 2016, p. 71).

compreensão destas condições é que se consegue transformá-la. A base da sociedade, assim como a característica fundamental do homem, está, portanto, no trabalho. É *do* e *pelo* trabalho que o homem se faz homem, constrói a sociedade, é pelo trabalho que o homem transforma a sociedade e faz história. O trabalho torna-se categoria essencial que lhe permite não apenas explicar o mundo e a sociedade, o passado e a constituição do homem, como lhe permite antever o futuro e propor uma prática transformadora ao homem, propor-lhe como tarefa construir uma nova sociedade (Andery, 2012, p.399). Dessa forma, é a consciência que determina, para Marx, o ser social.

Em Dion e Costa (2014) podemos verificar que a necessidade do homem em produzir e se reproduzir traz para seu subconsciente novos mecanismos, que já são frutos de suas experiências de vida, lhe dando possibilidades para escolher ações teleologicamente. Desta forma, a satisfação dessas necessidades é realizada pelo trabalho. Ou seja, “a mediação entre a finalidade (satisfação de uma necessidade), que o ser social tem ideado em sua consciência, e a causalidade (a necessidade em si) é realizada pelo trabalho” (Dion; Costa, 2014, p.5).

Desse modo, as condições da reprodução humana são criadas e renovadas por meio do trabalho. Vejamos em Ricardo Antunes:

O fato de buscar a produção e a reprodução da sua vida societal por meio do trabalho e luta por sua existência, o ser social cria e renova as próprias condições da sua reprodução. O trabalho é, portanto, resultado de um pôr teleológico que (previamente) o ser social tem ideado em sua consciência, fenômeno este que não está essencialmente presente no ser biológico dos animais (Antunes, 1999a, p.136).

A compreensão materialista de Marx carrega em sua base uma concepção de natureza e da relação do homem com essa natureza e com outros homens. O homem diferencia-se da natureza por modificá-la e por produzir além do que necessita, sendo também diferente das outras espécies animais por ser o trabalho uma atividade consciente. A natureza humanizada é assim construída pelo trabalho, uma atividade prática e consciente do ser humano:

Podemos distinguir o homem dos animais pela consciência, pela religião ou pelo que se queira. Mas o homem mesmo se diferencia dos animais a partir do momento em que começa a produzir seus meios de vida, passo este que se acha condicionado por sua organização corporal. Ao produzir seus meios de vida, o homem produz indiretamente sua própria vida material (Marx; Engels, 1998, p.43).

O ato do trabalho rompe com o padrão natural da atividade realizada no marco de uma herança genética, de uma relação imediata entre animal e seu ambiente, demandando uma atividade projetada teleologicamente, crucial para a

definição de uma atividade especificamente humana, nos diferenciando dos animais¹⁰⁷.

Podemos tomar como exemplo, ao fazer o esforço de correlacionar com os sujeitos de nosso estudo, que na construção de uma peça de roupa, antes apenas de responsabilidade de um único trabalhador (alfaiate), ou até mesmo nos primórdios da nossa história, onde as “peças”, vistas apenas como objeto de couro de animal utilizadas para proteção do corpo, são resultados de acúmulos de conhecimento, ou seja, de trabalho socialmente realizado, estando ali presente a capacidade teleológica do homem.

Hoje, na indústria da moda, temos uma divisão do trabalho, onde a estilista pensa o conceito e constrói o ideário da peça, a partir de um perfil que será o alvo da venda desse produto. Esta trabalhadora está pensando teleologicamente, pois seu trabalho consiste em construir a peça de forma idealizada. A próxima etapa está na modelista, que tem acesso ao ideário da estilista, e seu trabalho consiste em tornar viável a forma que levará à concretização da peça. Por fim, a costureira recebe todas essas informações e realiza a montagem da peça, pois ela também se utiliza da diversificação e do aperfeiçoamento do trabalho, o que lhe possibilita pensar teleologicamente na peça e organizar a forma de costurar, para utilizar os instrumentos adequados como linhas, ferramentas e máquinas.

Estes exemplos nos possibilitam entrelaçar o objeto de nossa pesquisa com os fundamentos do trabalho, pensando-o como criador de valores de uso, apesar de sua dupla determinação dentro da sociedade capitalista.

Assim, reforçamos, então, que o trabalho humano consiste na mediação entre o homem e a natureza com vistas à produção material ou não. Esta ação humana diferencia-se da de outros seres vivos porque modifica a natureza de modo intencional e objetivo por meio do trabalho, onde este passa a ter “valor de uso” para satisfazer a sua própria necessidade. O trabalho exige a criação de

¹⁰⁷ Como exemplo, podemos nos referir à elaboração de Marx sobre o trabalho da abelha e do arquiteto: “Um incomensurável intervalo de tempo separa o estágio em que o trabalhador se apresenta no mercado como vendedor de sua própria força de trabalho daquele em que o trabalho humano ainda não se desvincilhou de sua forma instintiva. Pressupomos o trabalho numa forma em que ele diz respeito unicamente ao homem. Uma aranha executa operações semelhantes às do tecelão, e uma abelha envergonha muitos arquitetos com a estrutura de sua colmeia. Porém, o que desde o início distingue o pior arquiteto da melhor abelha é o fato de que o primeiro tem a colmeia em sua mente antes de construí-la com a cera. No final do processo de trabalho, chega-se a um resultado que já estava presente na representação do trabalhador no início do processo, portanto, um resultado que já existia idealmente. Isso não significa que ele se limite a uma alteração da forma do elemento natural; ele realiza neste último, ao mesmo tempo, seu objetivo, que ele sabe que determina, como lei, o tipo e o modo de sua atividade e ao qual ele tem de subordinar sua vontade. E essa subordinação não é um ato isolado. Além do esforço dos órgãos que trabalham, a atividade laboral exige a vontade orientada a um fim, que se manifesta como atenção do trabalhador durante a realização de sua tarefa, e isso tanto mais quanto menos esse trabalho, pelo seu próprio conteúdo e pelo modo de sua execução, atrai o trabalhador, portanto, quanto menos este último usufrui dele como jogo de suas próprias forças físicas e mentais” (Marx, 2013, p. 255-256).

instrumentos, habilidades e conhecimentos que são adquiridos e transmitidos ao coletivo e que, ao mesmo tempo, criam novas necessidades (Netto; Braz, 2007).

Logo, o trabalho é “uma condição de existência do homem, independente de todas as formas sociais, eterna necessidade natural de mediação do metabolismo entre homem e natureza e, portanto, da vida humana” (Marx, 2013, p. 120). O trabalho é a atividade de transformação da natureza, no qual o homem constrói a si próprio como indivíduo em sociedade.

4.1.1 Trabalho e alienação

As ideias apontadas por Marx sobre a categoria trabalho nos ajudam a compreender as transformações históricas, políticas e econômicas da sociedade capitalista. O trabalho contextualizado nesta realidade seria um trabalho produtivo, de valor necessário à reprodução da força de trabalho, além de realizar mais-valia, ou seja, o valor excedente (tempo de trabalho excedente) do qual se originam os lucros do capital. Devemos considerar, então, o trabalho como produtor de valores, sendo estes materiais ou não. Estamos falando do trabalho abstrato, da apropriação do trabalho enquanto “eterna necessidade” pelo capitalismo e sua transformação em valor de troca, elemento essencial para a sua reprodução (do capitalismo).

Marx (2004) evidencia que o trabalho estranhado torna a atividade vital do homem em apenas meio de sua existência, transforma a sua vantagem com relação ao animal em desvantagem, estranha o homem do seu próprio corpo, da natureza e da sua essência humana, estranha o produto do seu trabalho, criando o estranhamento do homem pelo próprio homem. Assim, “em geral, a questão de que o homem está estranhado do seu ser genérico quer dizer que um homem está estranhado do outro, assim como cada um deles está estranhado da essência humana” (Marx, 2004, p. 86). Portanto, o trabalho “sob o sistema de metabolismo social do capital, assume uma forma necessariamente assalariada, abstrata, fetichizada e estranhada” (Antunes, 1999a, p.167).

Consideramos aqui a dupla determinação do trabalho, onde, fora da sociedade capitalista, como vimos anteriormente, o trabalho é a atividade de transformação da natureza, pelo qual o homem constrói a si próprio como indivíduo e a totalidade social da qual é participante. Sob o sistema capitalista, o trabalho assume a forma abstrata, tornando-se a atividade social assalariada e alienada pelo capital, ou seja, é a transformação do trabalho dentro da sociedade

capitalista (Lessa, 2012). Desse modo, o trabalho toma forma de condição de opressão e de desumanização do ser humano, impedindo o seu desenvolvimento, tornando o homem em escravo de seu trabalho, onde é obrigado a se submeter a essa relação de exploração (Da Luz, 2008).

Essa dupla determinação nos remete ao exemplo usado anteriormente sobre a teleologia, onde a estilista, a modelista e a costureira herdaram os acúmulos de conhecimento, diversificação e aperfeiçoamento do trabalho, mas, em escala, a costureira é a última no processo produtivo e sua força de trabalho historicamente é menos valorizada. Algumas hipóteses permeiam essa condição, como o fato de estar na ponta do processo produtivo, ou por ser uma função historicamente ocupada pela classe trabalhadora e, até mesmo, o vínculo do ofício da costura como atividade doméstica a tornaria menos valorizada.

O que nos parece mais evidente, é que neste grupo de trabalhadoras – as costureiras - o estranhamento/alienação é mais latente nas relações de trabalho, pois as peças produzidas por elas, pelo mínimo valor, não possuem o mesmo valor de troca exposto na vitrine. A blusa de determinada marca representa a marca e todo o fetiche que a acompanha, com exposto anteriormente, não a força de trabalho que produziu uma peça.

Ora, mas essas questões estão expressas em todas as relações de trabalho no capitalismo. Porém, estamos falando de um grupo de trabalhadoras historicamente excluídas do acesso às ocupações mais valorizadas pelo capital e que possuem sua relação social baseada na dupla jornada de trabalho remunerada e não remunerada, efeitos aprofundados pela condição de capitalismo periférico onde nos encontramos. Toda essa conjuntura é explorada pelas marcas da indústria da moda, mesmo que por algum momento seu enfrentamento seja útil para criar mais mercadoria.

O trabalho, hoje, para as costureiras, é algo que as desgastam, que as oprimem, ainda mais quando nos referimos ao trabalho informal. Vejamos:

O trabalho torna-se somente um meio de subsistência, ao qual o trabalhador deve recorrer, se quiser garantir sua sobrevivência. Não é uma expressão, nem o resultado das capacidades humanas, mas é algo estranho àquele que o executa. Por isso, desumaniza e oprime o trabalhador. Da mesma forma, os objetos produzidos não pertencem ao trabalhador e dele são estranhos. Ele não se reconhece neles, e os toma como algo que o ultrapassa em valor. Por isso, o trabalhador acaba por se tornar um servo dos objetos que produz (Da Luz, 2008, p.32).

É importante considerar que a alienação é um fenômeno específico do sistema capitalista, pois ocorre dentro do conjunto das relações de trabalho no

capital, de transformação do que é produzido pelo trabalho e que volta estranho para quem produziu:

O estranhamento do trabalhador em seu objeto se expressa, pelas leis nacional-econômicas, em que quanto mais o trabalhador produz, menos tem para consumir; que quanto mais valores cria, mais sem-valor e indigno ele se torna; quanto mais bem formado o seu produto, tanto mais deformado ele fica; quanto mais civilizado seu objeto, mais bárbaro o trabalhador; que quanto mais poderoso o trabalho, mais impotente o trabalhador se torna; quanto mais rico de espírito o trabalho, mais pobre de espírito e servo da natureza se torna o trabalhador (Marx, 2010, p.83).

Marx (2010) analisa explicitamente a forma antinômica do trabalho. Entende que haveria, então, uma contradição dialética inerente ao processo de trabalho: miséria absoluta, enquanto objeto e possibilidade absoluta de riqueza, enquanto sujeito e atividade. Considera que o trabalho seria a coisa principal, o poder acima dos indivíduos nas condições historicamente determinadas da divisão do trabalho, nas condições descritas na economia política de alienação do trabalhador, sendo a ele prejudicial, nocivo, estranho ao homem e a natureza e a consciência e a vida (Marx; Engels, 1998).

A divisão técnica do trabalho determina a divisão da sociedade em classes, como a separação do trabalho humano intelectual do manual dimensiona o processo produtivo e o próprio trabalhador numa unilateralidade. Marx indica que seria preciso romper com o capitalismo, com a propriedade privada, eliminando o processo de alienação, apropriando-se, homens e mulheres, de sua efetiva essência, pois enquanto permanecer o modo de produção capitalista, continuará a relação trabalho-valor.

Marx e Engels (1998), desde o início dos seus estudos sobre economia política, afirmam a necessidade de eliminar a propriedade privada, a divisão do trabalho, a exploração e a unilateralidade do homem, para atingir um pleno desenvolvimento das forças produtivas e a recuperação da omnilateralidade¹⁰⁸, a emancipação humana.

Marx aponta o “reino da liberdade” como forma de superação do capital e da sociedade burguesa. Esta seria a liberdade dos indivíduo ao capital que afasta os trabalhadores da sua condição humana, aproximando-os da exploração, a condições de necessidades corporais, reduzindo-se ao ter, ao invés do ser. Ou

¹⁰⁸ O conceito se refere a uma formação humana oposta à formação unilateral provocada pelo trabalho alienado, pela divisão social do trabalho, pela reificação, pelas relações burguesas estranhadas. Esse conceito não foi definido por Marx. Todavia, em sua obra há suficientes indicações para que seja compreendido como uma ruptura ampla e radical com o homem limitado da sociedade capitalista.

seja, com a supressão do modo de produção capitalista, trata-se de retirar de campo a centralidade do processo de produção material da vida, de tal forma que seja possível buscar, não só uma forma racional do “reino da necessidade”, mas “o desenvolvimento das forças humanas, considerado como um fim em si mesmo, o verdadeiro reino da liberdade, mas que só pode florescer sobre aquele reino da necessidade como sua base” (Marx; Engels, 1998, p.73).

4.1.2

Notas sobre a centralidade do trabalho

Como vimos, a importância de trazer a categoria trabalho está no fato de que o trabalho é central na forma de organização da sociedade e na socialização dos sujeitos.

Essa concepção precisa ser ressaltada, tendo em vista que algumas abordagens sobre a realidade social, as transformações societárias e o mundo do trabalho têm enfatizado elementos metafísicos e empiricistas, desconsiderando as perspectivas ontológica e histórica e a totalidade social e considerando que o “aspecto dominante do sistema capitalista é o “consumismo”, a multiplicidade de padrões de consumo e a proliferação de “estilos de vida”” (Wood,1999 ,p.15), o que parece muito familiar ao modo de como a moda se apresenta em sociedade.

Em muitos casos se ressalta a imediatividade, o efêmero e a fragmentação, o que corrobora para sustentar uma concepção de perenidade da sociabilidade capitalista. Análises conformistas, fatalistas e desistoricizadas da realidade social têm contribuído para disseminar a ideia do “fim da história”, inspirada em Fukuyama (1992), e do “fim do trabalho”, inspirada em pensadores como Gorz (1987), De Masi (2000), Habermas (1987), Offe (1994) e Rifkin (1995).

Nesse lastro, transmite-se uma ideia de que o atual estágio de sociabilidade, regido pela mercadoria, por relações mercantis e sustentado na propriedade privada e na divisão de classes, está determinado e não há qualquer alternativa para a sua superação.

Tais concepções se igualam aos pensadores pós-modernistas, que apostam no fim do “projeto iluminista” e que com ele as verdades e as ideologias perderam relevância. Em Wood (1999) podemos ver mais claramente como se manifestam essas ideias. A autora afirma que:

[...] o fio principal que perpassa todos esses princípios pós-modernos é a ênfase na natureza fragmentada do mundo e do conhecimento humano. As implicações

políticas de tudo isso são bem claras: o self humano é tão fluido e fragmentado (o 'sujeito descentrado') e nossas identidades, tão variáveis, incertas e frágeis que não pode haver base para solidariedade e ação coletiva fundamentadas em uma 'identidade' social comum (uma classe), em uma experiência comum, em interesses comuns. Mesmo em suas manifestações menos extremas o pós-modernismo insiste na impossibilidade de qualquer política libertadora baseada em algum tipo de conhecimento ou visão 'totalizantes'. Até mesmo uma política anticapitalista é por demais 'totalizante' ou 'universalista' (Wood, 1999, p.13).

Neste contexto é desconsiderada a existência de estrutura, ou de um sistema social regido por leis de organização própria, aceitando “apenas muitos e diferentes tipos de poder, opressão, identidade e ‘discurso’” (Wood, 1999, p.14). E para aqueles que ainda consideram o ordenamento da vida em sociedade pelo sistema capitalista, neste caso não teríamos alternativas:

Também neste particular, os intelectuais pós-modernistas revelam seu descaso fundamental pela história. Parece que as crises estruturais do capitalismo, desde o momento "áureo" do grande surto de prosperidade do pós-guerra, passaram sem que eles as notassem, ou pelo menos não produziram uma impressão importante em suas teorias. Para alguns, isso significa que as oportunidades de oposição ao capitalismo são fortemente limitadas. Outros, aparentemente, dizem que, se não podemos realmente mudar ou mesmo compreender o sistema (ou sequer pensar nele como sistema), e se não temos, nem podemos ter, um posto de observação de onde criticar o sistema, muito menos de onde se opor a ele - se não podemos nem temos nada disso, o melhor é relaxarmos e aproveitarmos (Wood, 1999, p.15-16).

As afirmações de Wood (1999) caminham no mesmo sentido de Lessa (2012), quando consideram que a noção de fim da centralidade do trabalho tem a função conservadora de criar uma nova sociabilidade fundada na intersubjetividade ou em complexos sociais como a política e o mercado.

Essa tese leva a pensar que as classes sociais baseadas na produção não são mais relevantes para a transformação social, retirando, assim, a possibilidade de mudança na estrutura da propriedade dos meios de produção e da abolição da mercantilização da força de trabalho (Augusto, 1998), pois se cede o “lugar a lutas fragmentadas de ‘política de identidades’ ou mesmo ao “pessoal como político”” (Wood, 1999, p.13).

Assim, tais teorias e posicionamentos desconsideram as relações de classe e o trabalhador como sujeito nas relações de produção, pois ele passa a ser um “colaborador”, por não estar inserido no ‘chão de fábrica’, ou seja, “uma vez que o trabalhador assalariado se transfigura cada vez mais em ‘prestador de serviço’, atuando como ‘empreendedor’, o que acaba por resultar na sua exclusão da legislação protetora do trabalho” (Antunes, 2021, p.18). Desta forma, fundamenta a ideia de fim do trabalho e de sua centralidade, pois não teríamos mais trabalhadores.

É evidente que houve uma enorme mudança no mundo do trabalho, como mesmo afirma Antunes (2007), uma nova morfologia do trabalho, resultado das mudanças do mundo produtivo que diminuem o operariado industrial (taylorista/fordista) e amplia os trabalhadores terceirizados, subcontratados, temporários, precários e desempregados, sendo características centrais do trabalho contemporâneo, onde incluímos as costureiras das marcas de roupa (Antunes, 2007; Franco, Druck, Seligmann-Silva, 2010). Mas isso não significa o "fim do trabalho" nem o "fim da história".

Na atualidade, o que se observa é a eliminação de postos de trabalho, a redução de trabalho vivo e crescentes taxas de desemprego (que fazem transparecer a sua dimensão estrutural), ampliando o índice de trabalhadores supérfluos ao capital. Diferentemente do desemprego temporário e cíclico causado em períodos e conjunturas de crise do capital, o desemprego estrutural é caracterizado pela expulsão dos indivíduos da cadeia produtiva sem possibilidade de reinserção futura no mercado de trabalho, ou como diz Pochmann (2001, p. 89), é um "[...] desajuste entre a mão-de-obra demandada pelo processo de acumulação do capital e a mão-de-obra disponível no mercado de trabalho".

Dessa forma, o trabalho não perdeu centralidade, como assinalado por Antunes (2007). O que se observa são mudanças nas formas de gerir e organizar os processos de produção na atual divisão internacional do trabalho. O trabalho permanece sendo o componente fundamental e estruturante da sociabilidade humana (Marx, 2013), em que homens/mulheres transcendem sua forma meramente biológica e constituem também uma natureza social, tornando-se seres sociais.

Assim, corroboramos a ideia de que o trabalho funda a sociabilidade humana. Por mais que os seres sociais tenham avançado no conhecimento e habilidades técnicas e científicas no domínio da natureza, não é possível haver vida social dissociada da vida natural, pois tanto a natureza social quanto a natureza biológica compõem a sociabilidade. Pelo trabalho o homem se diferencia das demais espécies animais, tendo em vista sua capacidade teleológica, ou seja, sua ação consciente e projetiva¹⁰⁹.

¹⁰⁹ Marx faz essa distinção da seguinte forma: "Uma aranha executa operações semelhantes às do tecelão, e a abelha supera mais de um arquiteto ao construir sua colmeia. Mas o que distingue o pior arquiteto da melhor abelha é que ele figura na mente sua construção antes de transformá-la em realidade. No fim do processo do trabalho aparece um resultado que já existia antes idealmente na imaginação do trabalhador" (Marx, 2013, p. 211-212).

É pelo trabalho que o homem se constitui e realiza suas potencialidades humano-sociais, mas na sociabilidade regida pelo capital, marcada pela mercantilização não só de bens, serviços e produtos, mas da própria vida humana, e pela exploração intensiva e extensiva da força de trabalho, verifica-se uma nova configuração das relações sociais e de trabalho, que passam a ser mediadas pela relação entre compradores e vendedores da força de trabalho. As relações sociais no capitalismo tornam-se coisificadas e alienadas, baseadas em relações de trocas, sem possibilidades de plena realização da liberdade.

A partir da análise baseada na perspectiva materialista histórica e dialética, que exige fidelidade ao real e aos fenômenos emergentes do tempo presente, torna-se indispensável conhecer o mundo do trabalho na dinâmica da mundialização do capitalismo contemporâneo (Chesnais, 1996) sob hegemonia financeira, de forma a desvelar seus sentidos, significados e alterações substantivas que atingem indistintamente trabalhadores/as urbanos e rurais, homens e mulheres, brancos e negros, jovens, adultos e idosos.

Tendo em vista que a financeirização da economia adentra todos os meandros da vida social, a atual crise capitalista que se espraia por todos os hemisférios, territórios e formas de sociabilidade não pode ser analisada de forma autonomizada, naturalizada, focalizada e desistoricizada, desconsiderando aspectos conjunturais e estruturais da realidade social. Os custos sociais da crise contemporânea têm recaído de forma avassaladora sobre a classe trabalhadora, diante do crescente desemprego, precarização das relações de trabalho, cortes e privatização dos serviços sociais públicos, violência, miserabilidade, repressão e criminalização dos movimentos sociais e populares.

Assim, torna-se necessário também desvelar contradições, tensões e dilemas presentes na atual morfologia do mundo do trabalho (Antunes, 2005) em tempos de crise estrutural do capital (Mészáros, 2009), em que a classe trabalhadora convive com ameaças permanentes de desemprego e com políticas que atingem diretamente suas condições objetivas e subjetivas de vida e trabalho.

4.2

Mudanças no mundo do trabalho contemporâneo, na ordem do capital

O nosso objetivo aqui, ainda que nos limites desta exposição, é abordar o cenário das mudanças operadas no mundo do trabalho, em especial no Brasil, nos dias atuais sem, contudo, entrar em detalhes sobre cada processo, mas, antes,

fazer uma análise panorâmica que demonstre o contexto de transformações do capitalismo e do trabalho, para melhor situar o objeto de estudo.

De acordo com Filgueiras (2021), nas últimas décadas houve fortes ataques a classe trabalhadora, com aumento da desigualdade entre os/as trabalhadores/as e os que detêm os meios de produção, com piora nas condições de trabalho, aumento do subemprego e desemprego, o que reduz claramente a capacidade de organização e reação do trabalhador a essa ofensiva.

Tendo em vista a gravidade da crise econômica, política, social e sanitária que enfrentamos, no contexto de problemas estruturais em que estamos imersos, com a particularidade de país de economia periférica, no âmbito da mundialização na nova ordem do capital¹¹⁰, esta crise foi agravada pela pandemia causada pelo novo Coronavírus (Sars-CoV-2, causador da covid-19), que vitimou, no Brasil, mais de 750.000 pessoas, devido à política genocida do antigo governo de Jair Bolsonaro (2019-2022).

Situação essa que deixou em evidência a incapacidade do mercado em “enfrentar graves problemas sanitários, econômicos e sociais; que a globalização financeira e atual geopolítica internacional criaram e acentuaram uma situação de assimetria entre capital e trabalho” (Krein, 2022, p.11).

Analisar as profundas alterações operadas no mundo do trabalho na atualidade exige, todavia, a apropriação de uma perspectiva histórica e ontológica, para que seja possível desvendar dialeticamente as contradições contemporâneas da sociedade burguesa, baseada no trabalho assalariado e na lógica de valorização e reprodução ampliada do capital.

Com a Revolução Industrial, no século XVIII, iniciada na Inglaterra, os processos de trabalho assumiram novas formatações diante do fenômeno da industrialização e da urbanização. Nesse contexto, o capitalismo se consolidou e se desenvolveu pela lógica da livre concorrência, desencadeando concentração e centralização da produção, o que levou à sua fase monopolista, também denominada imperialista, ou seja, um estágio superior do sistema produtor de mercadorias (Lênin, 2011). Essa fase imperialista é compreendida como a “[...] capacidade de mobilizar os recursos naturais e humanos [...] para fins políticos, econômicos e militares, [...] um processo político-econômico difuso no espaço e

¹¹⁰ Utilizamos a denominação mundialização do capital porque este conceito, cunhado por Chesnais (1996), expressa de forma clara a nova etapa de internacionalização do capitalismo, ainda em curso. Creio que o termo globalização, muito difundido entre nós, é um termo carregado de ideologia, com certo caráter apologético, com pouco ou nenhum rigor conceitual, o que o torna um mito do nosso tempo. Por essa razão, ao invés de globalização, aqui é adotado o termo mundialização do capital e nova ordem do capital, de acordo com Chesnais (1996) e Harvey (1998).

no tempo no qual o domínio e o uso do capital assumem a primazia" (Harvey, 2009, p. 31)¹¹¹.

Dessa forma, a lógica imperialista do capitalismo é sustentada pela acumulação, sempre baseada na proteção da propriedade privada, mas com aumento do poder político, ambos projetados em escala constantemente expansiva para garantir a hegemonia e a valorização do capital.

É de grande importância ressaltar que, ao fazer referência à sociedade capitalista, falamos da sociabilidade cujo objetivo fundamental é produzir para acumular, concentrar e centralizar capital:

O crescimento do capital social efetua-se pelo aumento de muitos capitais individuais. Dois pontos caracterizam esse tipo de concentração que se confunde com a acumulação. Em primeiro lugar, a crescente concentração dos meios sociais da produção nas mãos dos capitalistas individuais é limitada — se mantidas invariáveis as demais circunstâncias — pelo grau de crescimento da riqueza social. Em segundo, a parte do capital social é repartida entre numerosos capitalistas independentes uns dos outros. A essa dispersão do capital social total em vários capitais individuais, ou a essa repulsão recíproca de diversos capitais individuais, opõe-se sua força de atração. Não se trata mais de uma concentração simples, idêntica à acumulação, mas de uma concentração de capitais já formados, da supressão de sua autonomia particular, da expropriação de um capitalista por outro, da transformação de uma série de pequenos capitais em alguns poucos maiores. Este processo distingue-se do primeiro pelo fato de que supõe uma diferente redistribuição dos capitais existentes. O capital acumula-se nas mãos de um só, porque escapa à posse de muitos. É a centralização propriamente dita, por oposição à acumulação e à concentração (Marx, 2013, p.698-699).

Exatamente por ser um modo de produção voltado para o lucro e esse implicar a exclusão de concorrentes e a exploração dos/as trabalhadores/as — no caso do Brasil, da superexploração, pela nossa condição de capitalismo dependente, conforme Marini (2011)¹¹² - o capitalismo é, contudo, um sistema que tende a crises cada vez mais profundas. E crise, para o capital, resulta da incapacidade de o sistema fazer circular, isto é, consumir as mercadorias produzidas. Por essa razão, por mais paradoxal que pareça, crise para o capital resulta não de escassez de mercadorias, mas sim da superprodução (Mandel, 1982), da queda da taxa de lucros. O capital precisa expandir-se, buscar mercados externos — parte da explicação da nossa condição de dependência.

¹¹¹ Como exemplo de Estado imperialista, Harvey (2009) menciona os Estados Unidos como potência hegemônica do mundo capitalista que se utiliza de coerção e consentimentos para manter seus interesses, sem qualquer respeito à soberania dos países onde busca avançar com seus "tentáculos" predatórios para garantir sua hegemonia e valorização do seu capital.

¹¹² Para entender a realidade da América Latina faz-se necessário partir da realidade mundial e da compreensão de que a dependência dos países latino-americanos se dá pela sua inserção subordinada no contexto da economia mundial, onde as leis de reprodução capitalistas são aplicadas de forma mais intensa. Com isso, a Teoria Marxista da Dependência se torna um importante instrumento para a interpretação da realidade atual. Ver Marini (2011); Stedile (2011).

Vista desse modo, a crise não é algo passageiro, mas um elemento estrutural do capitalismo, como já citado por Mészáros (2009). As crises se manifestam ciclicamente¹¹³ e a manutenção do sistema demanda formas para o seu enfrentamento. Ou seja, há nesses períodos de crise uma recomposição dos interesses capitalistas e da própria classe trabalhadora na luta por seus direitos (Stampa, 2011).

A reestruturação do capital, subordinado à lógica do capital mundializado, desenvolve, como nunca, a internacionalização da produção e dos mercados, redefine os papéis dos Estados nacionais, impõe políticas de ajustes estruturais, reconduz suas formas de intervenção na questão social e altera os parâmetros de constituição dos sistemas de proteção social. O desmonte do sistema público de proteção social consiste na expressão política das respostas construídas pelo capital mundializado no enfrentamento de sua crise de acumulação (Iamamoto, 2007).

A exigência é reduzir custos e ampliar as taxas de lucratividade para enfrentar a tendência de queda da taxa média de lucro. No Brasil, a economia é movida em uma relação dinâmica e contraditória entre a reestruturação de seu parque produtivo e a destruição de parte significativa de seu aparato industrial. Os investimentos especulativos são favorecidos em detrimento da produção, raiz do agravamento das expressões da questão social, da redução dos níveis de emprego e da regressão das políticas sociais públicas (Behring, 2003).

O neoliberalismo realiza a “reforma” do Estado, através dos planos de ajuste estrutural, sobretudo, na década de 1990, no caso do Brasil. E essas ações fazem parte do conjunto de transformações profundas realizadas no mundo do capital, a partir da década de 1980, com grandes mudanças tecnológicas e organizacionais na produção, incluindo a expansão da mundialização da economia, a ampliação na divisão do trabalho e o processo de financeirização (Behring, 2003).

Algumas funções desenvolvidas pelo Estado, em sua era de “Bem-Estar Social”, especialmente no período fordista/keynesiano, garantiram, em determinados países, padrões de proteção social, como, por exemplo, o acesso a serviços públicos, realização de certa distribuição de renda e a garantia do “pleno” emprego. Contudo, essas ações foram vistas como onerosas para o desenvolvimento do capital. Assim, foram combatidas via retirada de direitos e benefícios sociais e desregulamentação de leis trabalhistas. Essas ações de

¹¹³ Para aprofundamento da questão das crises cíclicas do capitalismo sugerimos ver Mandel (1982).

cortes e “reformas” possuem dimensões diferentes, a partir de como cada Estado nação está inserido na dinâmica do capitalismo (Behring, 2003). Ou seja:

Esta adquire maior ou menor profundidade, dependendo das escolhas políticas dos governos em sua relação com as classes sociais em cada espaço nacional, considerando a diretiva de classe que hegemoniza as decisões no âmbito do Estado (Behring, 2003, p.32-33).

Behring (2003) esclarece que as novas condições implantadas pelo neoliberalismo aos Estados, cuja essência está na remoção de obstáculos que dificultem a circulação do fluxo de mercadorias e do dinheiro, convertem os Estados locais em ponto de apoio de empresas. O que leva à perda de grande parte de sua autonomia, causando a redução da efetividade de suas políticas econômicas, a precarização das políticas sociais e o crescimento da “informalidade do trabalho, desemprego, subemprego, desproteção trabalhista e conseqüentemente uma ‘nova¹¹⁴’ pobreza” (Soares, 2000, p. 12).

Desta maneira, cria-se a desregulamentação dos mercados, com abertura comercial e financeira, facilitando a liberdade de ação das empresas, que exploram ao máximo as desigualdades nacionais. Assim, “tem-se a afirmação do necessário desenvolvimento desigual como fonte de superlucros e da recriação permanente de um espaço econômico heterogêneo” (Mandel, 1982, p. 45).

Netto (1993) já vislumbrava, desde o início da década de 1990, que a crise contemporânea seguramente derivaria na barbárie se o movimento do capital fosse liberado, como pretendia a programática neoliberal de regulações submetidas ao jogo da democracia política. “É plausível um cenário tal de cronificação da crise que torne a barbarização da vida social um dado banal da cotidianidade, com implicações muito pouco imagináveis para o desenvolvimento humano genérico da sociedade” (Netto, 1993, p.83-84).

Nesse contexto, tomando como referência Hobsbawm (1995), verifica-se que chegamos ao fim do século XX enfrentando o velho dilema do seu início: socialismo ou barbárie. E, neste primeiro quartel do século XXI, a barbárie já mostra as suas garras.

Com base nesses pressupostos, pode-se afirmar que, no último século, as mudanças ocorridas no capitalismo, no contexto da acumulação flexível (Harvey, 1998), romperam com o padrão de produção fordista e trouxeram conseqüências para o mundo do trabalho, sucateando os direitos trabalhistas, terceirizando a

¹¹⁴O redimensionamento do capital para a elevação da taxa de lucro e a criação de novas formas de exploração da força de trabalho não trazem uma nova pobreza, mas, sim, novas expressões da questão social já existente.

força de trabalho e fragilizando a organização sindical dos trabalhadores. Com isso, o Estado é reorganizado para favorecer as novas mudanças no âmbito da produção capitalista, passando a ter um papel de gestor dos negócios da burguesia financeira, amparado no neoliberalismo¹¹⁵, com a desregulamentação do mercado e do trabalho (Oliveira; Stampa, 2018).

A acumulação flexível exige um trabalhador polivalente/multifuncional, ou seja, que possa dispor de todas as suas potencialidades humanas, tanto no que tange às necessidades operacionais e executoras da instituição empregadora, quanto para pensar e conceber os processos de trabalho. Com isso, se observa que o capital, em sua dimensão destrutiva, apropria-se de forma predatória e intensificada do intelecto e da força física do trabalho humano (Guiraldelli, 2014). No que se refere ao Brasil, as formas de mercantilização do trabalho encontram-se em condições de desigualdades marcadas por uma precarização estrutural, caracterizada por uma ofensiva do capital contra os trabalhadores e as trabalhadoras, que se configuram como formas de inserção precárias, sem proteção social e salários baixos (Antunes; Druck, 2015).

Santos e Stampa (2017) afirmam que o atual cenário brasileiro é de construção de um desmonte das políticas sociais, com o discurso baseado na crise econômica que abre espaço para exigências de flexibilização das relações de trabalho com a legitimação pelo Estado em favor do capital. Tal conjuntura naturaliza as mais precárias relações e condições de trabalho e estão direcionadas apenas ao favorecimento das grandes empresas e ao capital financeiro.

O discurso é de “novidade” nas relações e organização do trabalho, com a ideia de que vivemos em uma “nova” realidade e por isso é preciso de adaptar, com novas regras, leis e formas de se relacionar nos espaços de trabalho, o que na verdade, promove o “velho” capitalismo em sua pura essência (Filgueiras, 2021).

Passamos, em nosso país, por diversas “reformas” no que se refere à legislação trabalhista desde os governos Fernando Collor (1990-1992), Itamar Franco (1992-1993), Fernando Henrique Cardoso (1994-2002) e nos governos do Partido dos Trabalhadores (2003-2016). No entanto, a partir do golpe jurídico-parlamentar que destituiu, em 2016, a presidente Dilma Rousseff (2010-abril

¹¹⁵ Trata-se do neoliberalismo radical que impera na América Latina e no Brasil e que pretende solapar o caminho de desenvolvimento autônomo e entregar a riquezas acumuladas às grandes corporações (Dardot; Laval, 2016).

2016), “reformas” mais profundas foram implementadas, com destaque para o governo de Michel Temer (abril 2016-2018) e Bolsonaro (2019-2022).

Temer promoveu a regulamentação da terceirização irrestrita¹¹⁶, aprovada em 2017, que amplia e legaliza a contratação de prestadores de serviço para executarem a atividade fim de uma empresa ou órgão público. Tal aprovação possibilita a flexibilização total das atividades e coloca em xeque a garantia de leis básicas de proteção ao trabalhador, abrindo brechas para abusos como a possibilidade de aumento de horas de trabalho, acidentes de trabalho, acrescentando novos elementos à exploração do trabalhador, como a legalidade da “quarteirização”¹¹⁷.

Stampa e Lole (2018, p. 287) afirmam que a lei supracitada revela a imagem de um trabalhador “invisível, abstrato, sem identidade própria em seu ambiente laboral, sem plano de carreira, que não incorpora conhecimento técnico, que no quadro atual não tem condições de evoluir profissionalmente e materialmente”. Esses trabalhadores entram no rol daqueles cujos salários são ainda menores, enfrentando jornadas de trabalho bem mais extensas do que o conjunto dos assalariados celetistas sem tempo determinado e que possuem alguma prerrogativa de direitos, bem como sofrem das burlas em relação à legislação social do trabalho e vivenciam a expansão dos acidentes e adoecimentos. A terceirização não para de aumentar, agora com o respaldo legal obtido através do governo da devastação (Antunes, 2020a).

Além da terceirização, por si só, um problema enorme para a classe trabalhadora, também em 2017, houve alterações de mais de 100 pontos da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), com a flexibilização do contrato de trabalho e a legalização de novas formas de trabalho. A Lei 13.467, de 13 de julho de 2017¹¹⁸, amplia o contrato temporário. Entrou em vigor com a proposta de adequar a legislação às “novas” relações de trabalho mundiais.

Apesar de mencionar novidades, a “reforma” possibilitou a negociação de direitos, antes garantido por lei, entre patrões e empregados, como, por exemplo:

¹¹⁶ Lei 13.429/2017- dispõe sobre as relações de trabalho na empresa de prestação de serviços a terceiros. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/13429.htm. Acesso em: 30 mai. 2021.

¹¹⁷ Fica permitido à empresa de terceirização subcontratar outras empresas para realizar serviços de contratação, remuneração e direção do trabalho a ser realizado por seus trabalhadores nas dependências da contratante. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/TRABALHO-E-PREVIDENCIA/526747-CAMARA-APROVA-TERCEIRIZACAO-PARA-TODAS-AS-ATIVIDADES-DA-EMPRESA.html>. Acesso em: 27 mai. 2017.

¹¹⁸ Altera a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, e as Leis nº 6.019, de 3 de janeiro de 1974, 8.036, de 11 de maio de 1990, e 8.212, de 24 de julho de 1991, a fim de adequar a legislação às novas relações de trabalho.

hora de almoço, jornada de trabalho e trabalho em ambientes insalubres. Um claro retrocesso e ataque à proteção social do trabalho que, somado às condições já precárias de trabalho aqui existentes, leva ao caminho de miserabilidade para a classe trabalhadora.

A precarização do trabalho no Brasil atual tem, portanto, a terceirização como fenômeno central, fazendo parte, como afirma Antunes (2020a, p.23), da “trípode destrutiva sobre o trabalho”, onde as empresas “flexíveis” adotam a *terceirização, informalidade e flexibilidade*, como parte fundamental da estrutura empresarial.

Ou seja, o que a reforma trabalhista apresentou de “novo” foi a legalização da subalternidade das classes trabalhadoras, regulando trabalho escravo contemporâneo, insalubres e desmantelando direitos sociais e trabalhistas conquistados arduamente pelos trabalhadores brasileiros ao longo da história. “Modernizar” as relações trabalhistas passam a ser uma exigência, portanto, do capital, seguindo os ditames de políticas ultraneoliberais.

Os problemas reais encarados no mundo do trabalho são usados como forma de convencimento para a aceitação de possíveis soluções, que ao contrário, aprofundam esses problemas (Filgueiras, 2021).

A ofensiva burguesa obteve êxito na aprovação dos projetos que mais lhe interessavam: a terceirização e as reformas trabalhista e previdenciária. Tais reformas tiveram início durante o governo Temer e se aprofundaram durante o governo Jair Bolsonaro, ocasionando consequências devastadoras para os trabalhadores. A Emenda Constitucional nº 103, de 12 de novembro de 2019, que altera o sistema de previdência social, representa imensos prejuízos para os/as trabalhadores/as, pois alterou vários artigos da Constituição para dispor sobre a seguridade social.

A Reforma Trabalhista em vigor há seis anos, foi sustentada pelo argumento de que as mudanças realizadas são necessárias para a modernização das relações de trabalho e para a redução do desemprego, ainda que o desemprego e a informalidade continuem elevados. Discurso este de cariz neoliberal. De acordo com Filgueiras (2021, p.19), há “uma relação evidente e estreita entre as narrativas das “novidades” e o neoliberalismo, pois elas promovem ataques aos direitos sociais e fazem apologia a soluções individuais para os desafios do mundo do trabalho”.

A Reforma Previdenciária é exemplo de como a lógica fiscal adquire preponderância sobre os direitos sociais. A política de austeridade não toca nos

interesses do capital, ao contrário, os preservam e os garantem no âmbito do Estado.

Tais medidas, implementadas num país como o Brasil, onde a efetividade dos direitos sociais é residual, faz com que a situação se apresente de forma mais grave, pois as transformações e medidas em curso para a flexibilização do capital estão se dando e agravando ainda mais os problemas crônicos resultantes da modernização conservadora operada pela ditadura do grande capital (Ianni, 1981). As contrarreformas trabalhista e da previdência, aprovadas nos governos de Temer e de Bolsonaro, associadas ao ajuste do Brasil ao capitalismo financeirizado, no contexto da crise do capitalismo, vêm acarretando o desmonte da seguridade social (Stampa; Lole, 2018).

Somado a este contexto, no final de 2019 foi descoberto o novo Coronavírus, o micro-organismo causador da covid-19¹¹⁹. Em março de 2020, a covid-19 foi classificada como pandemia pela Organização Mundial de Saúde (OMS), trazendo mudanças globais em todas as esferas da vida, chegando a 3 milhões de mortes no nível global e, no Brasil, ultrapassando 700 mil mortes.

Além dos efeitos devastadores na vida da população mundial e no sistema de saúde, a pandemia também interrompe o acesso e a permanência no mercado de trabalho, aprofundando a crise econômica já existente e expandindo a massa de desempregados. A Organização Internacional do Trabalho (OIT) tem monitorado os impactos da pandemia no mundo do trabalho e aponta que a região mais afetada é a América Latina, e as mulheres estão inseridas nos grupos mais vulneráveis¹²⁰.

Harvey afirma que “os impactos econômicos e demográficos da propagação do vírus dependem de fendas e vulnerabilidades preexistentes no modelo econômico hegemônico” e que a “Covid-19 exhibe todas as características de uma pandemia de classe, de gênero e de raça” (Harvey, 2020)¹²¹.

É evidente que as consequências do novo Coronavírus, no país, foram ampliadas pelo desgoverno de Jair Bolsonaro e intensificadas pela junção de uma crise estrutural do capitalismo que “destrói sistematicamente a legislação social

¹¹⁹ A covid-19 é a doença infecciosa causada pelo novo coronavírus, identificado pela primeira vez em dezembro de 2019, em Wuhan, na China. Fonte: <https://www.paho.org/pt/covid19>. Acesso em: 2 mai. 2021.

¹²⁰ Impactos en el mercado de trabajo y los ingresos en América Latina y el Caribe. Disponível em: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_749659.pdf. Acesso em: 24 abr. 2021.

¹²¹ Entrevista concedida ao Blog da Boitempo. Disponível em: <https://blogdaboitempo.com.br/2020/03/24/david-harvey-politica-anticapitalista-em-tempos-de-coronavirus/>. Acesso em: 24 abr. 2021.

protetora do trabalho, e uma crise sociopolítica sem precedentes” (Antunes, 2020b)¹²².

A pandemia, além de devastar vidas, foi utilizada como cenário ideal para ensaios ou aprofundamento de formas precárias e desprotegidas de trabalho.

O processo de “uberização”, já em vigor antes da pandemia, expande nesse contexto a informalidade para diversas categorias de trabalho, servindo de experimento para o capitalismo e levando a classe trabalhadora para mais informalidade e trazendo fortemente a ideia de colaboradores, “justificando” a exclusão do não acesso às garantias trabalhistas (Antunes, 2020b).

Com esse panorama desolador no mundo do trabalho, sobretudo no Brasil, várias questões podem ser levantadas e colocadas para reflexão na busca de entender esse processo. O que parece é que o capital se apropria de diversas formas de trabalho, inclusive das mais desumanas, mesmo em momentos em que a humanidade está fragilizada, para extrair o máximo de lucro, em especial em países com regulamentação e fiscalização trabalhista reduzida, principalmente aqueles situados na periferia dos centros hegemônicos do capitalismo mundial, como é o caso do Brasil. Com a pandemia, esse cenário se expandiu e o/a trabalhador/a ficou exposto/a tanto ao vírus, quanto a já instalada precarização do trabalho.

Observa-se, portanto, a partir da adoção de políticas de corte neoliberal no processo de recomposição capitalista pelo governo brasileiro que, no plano econômico e social, se produz uma concentração de riqueza sem precedentes. O resultado mais palpável é o aumento da miséria para milhões de pessoas, que já não contam como força de trabalho nem como consumidores. Com a retirada de cena do Estado que garanta direitos sociais mais elementares, não há saída para as maiorias, ou, como chamou Antunes (1996), para a “classe-dos-que-vivem-sem-trabalho”, já que o mercado não garante direitos elementares de sobrevivência, emprego, saúde, educação etc.

No Brasil, onde a efetividade dos direitos sociais é residual e se agravou com a pandemia de covid-19 e com as duras e incosequentes medidas adotadas pelo anterior governo de Jair Bolsonaro, a situação se apresenta de forma mais grave, pois as transformações e medidas para a flexibilização do capital estão agravando ainda mais os problemas crônicos resultantes do capitalismo periférico e dependente.

¹²² Entrevista concedida ao Brasil de Fato. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/06/27/ricardo-antunes-pandemia-desnuda-perversidades-do-capital-contra-trabalhadores>. Acesso em: 24 abr. 2021.

Sobre a crise atual que assola o país, ela não é somente fruto de uma grave crise sanitária, mas, antes, uma crise estrutural do capital, entrecortada pela pandemia de covid-19. Antunes (2020a) vem trabalhando sobre a crueldade do capitalismo da pandemia, ou, como ele denomina, do “capitalismo pandêmico”, virótico, que acentua a precarização endêmica do trabalho no Brasil, e que possui raízes fincadas na profunda desigualdade social aqui existente, fazendo perecer milhares de vidas de trabalhadores (Rodrigues; Stampa; 2020). Somado a isto, temos a remoção, via Estado, de “obstáculos” que possam refrear os ganhos do capital, como a redução de políticas sociais e mudanças na regulamentação do trabalho.

4.3

A força de trabalho feminina está em *outlet*¹²³

Vimos, no decorrer do capítulo, que o trabalho é a atividade de transformação da natureza, pelo qual o homem constrói também a si próprio como indivíduo e como ser social. Verificamos, também, que sua centralidade persiste apesar de todas as mudanças ocorridas no percurso das reorganizações do mundo do trabalho, além de abordar como os avanços do capitalismo, aprofundaram a precarização da classe trabalhadora.

Aqui, nos atentaremos a uma parte expressiva da classe trabalhadora que, via de regra, fica à margem da proteção do trabalho e é inserida nas mais precárias atividades laborais, as mulheres.

Porém, se faz necessário considerar a formação do mercado de trabalho do Brasil, pois tal questão contribui para entender as configurações atuais da posição que as mulheres ocupam nas relações de trabalho.

Considerar que o Brasil se localiza na periferia do capitalismo mundial e que suas relações de trabalho não possuem a mesma trajetória que os países de capitalismo central nos possibilita entender que a formação do nosso mercado de trabalho possui particularidades como, por exemplo, as diferenças regionais no que se refere a produção e a condição precária de trabalho que assola parte expressiva da classe trabalhadora (Pochmann, 2010).

¹²³ *Outlet* é a denominação para um mercado de vendas a varejo, no qual os produtores e indústrias vendem seus produtos diretamente ao público, e geralmente com um preço inferior ao que é oferecido nas lojas.

De acordo com Pochmann (2010), para compreender essas particularidades é necessário considerar três principais questões que marcam o desenvolvimento do mundo do trabalho no Brasil. A primeira se refere ao longo período de transição da sociedade agrária, que fez uso de trabalho forçado, juntamente com a rápida e inacabada passagem pela sociedade urbana-industrial, com transformações intensas no mundo do trabalho, porém, sem as reformas necessárias para a manutenção da classe trabalhadora. Vejamos:

Na sociedade agrária brasileira, houve a convivência do anacronismo no uso do trabalho forçado com condições de vida extremamente precárias, limitadas pela prevalência de produtividade nacional praticamente estagnada por longo período. Jornadas de trabalho extremamente longas e expectativa média de vida da população trabalhadora inferior a 40 anos impuseram a conformação de uma sociedade de extremos entre a elite aristocrática e a massa restante miserável da população. Na sociedade urbano-industrial, as transformações no mundo do trabalho foram intensas, porém desacompanhadas das reformas civilizatórias do capitalismo contemporâneo, ou seja, das reformas agrárias, tributárias e sociais. Em virtude disso, o salto nos ganhos de produtividade terminou sendo apropriado por parcela ínfima da população, sobretudo a elite branca proprietária e a que emergia do acesso – ainda que limitado – ao sistema educacional, passaporte para as melhores oportunidades de trabalho e vida (Pochmann, 2010, p.21-22).

A segunda questão está no fato dos seguintes regimes políticos autoritários e, por lógica, conservadores, que foram contrários aos avanços trabalhistas, pois tivemos uma “regulação lenta, tardia das relações de trabalho, a começar pela longa transição do trabalho escravo” (Pochmann, 2010, p.22). Em continuidade, tivemos:

[...] a demora em 55 anos para a implantação de um código de trabalho específico ao emprego assalariado no Brasil (1888-1943). A Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), que representou muito mais do que a racionalização de um conjunto de mais de cinco mil leis em vigência no início da década de 1940, deu-se durante a vigência de regime autoritário (Estado Novo, 1937-1945) e somente atingiu menos de 15% dos trabalhadores brasileiros. Destaca-se que a CLT de 1943 voltou-se somente aos empregados assalariados urbanos, enquanto, até 1960, o Brasil foi majoritariamente dependente do trabalho agropecuário. O ingresso dos empregados rurais na CLT, que se deu a partir da década de 1960, com gradual e limitada cobertura dos direitos sociais e trabalhistas, transcorreu novamente conduzido pelo regime autoritário (ditadura militar, 1964-1985). Somente com a Constituição Federal de 1988, os trabalhos rurais terminaram sendo plenamente incorporados no sistema de proteção social e trabalhista vigente no Brasil. Noutras palavras, o trabalho livre no Brasil demorou exatamente um século (1888-1988) para ser efetivamente aplicado nas relações de trabalho assalariadas. Para os empregados rurais, em especial, isso somente se completou quando passaram a representar uma parcela ínfima do conjunto das classes trabalhadora (Pochmann, 2010, p.22).

Por fim, a terceira questão está na formação do perfil da classe trabalhadora durante o período de industrialização (1930-1980,) acompanhada

por um fluxo migratório para as cidades, que resultou em um enorme número de trabalhadores desempregados, “com favelização das moradias, configuração de um gigantesco excedente de mão de obra metropolitana desempregada e subocupada e, ainda, a transposição da pobreza rural para o meio urbano” (Pochmann, 2010, p.23).

Podemos constatar que a formação do mercado de trabalho brasileiro é complexa e composta por subdesenvolvimento, com trabalho informal e formal, baixos salários e trabalhadores autônomos, sem absorção da população negra liberta e sem garantias de acesso à terra e ao trabalho, sendo substituídos pela imigração europeia. Isso acarretou um branqueamento da população brasileira e a marginalização da população negra, no que se refere à constituição de um mercado de trabalho heterogêneo e marcado por problemas históricos -estruturais (Santos, 2012).

Dado este contexto, em Saffioti (1982)¹²⁴ temos a configuração da inserção da força de trabalho feminina¹²⁵ ao longo dessa conformação do mercado de trabalho brasileiro no processo de industrialização. Segundo a autora, a passagem da manufatura de característica artesanal para as grandes indústrias marginalizou a força de trabalho feminina, pois, em geral, as indústrias com poucas tecnologias e intensivas em trabalho utilizavam em grande parte a força de trabalho feminina. Já as indústrias com avanços tecnológicos contratavam mão de obra masculina, ambas pautadas na ideia de que as mulheres, “naturalmente”, possuíam aptidão para trabalhos menos complexos e os homens para a tecnologia.

No primeiro censo, em 1827, a mão de obra na indústria têxtil brasileira era composta por 96,2% da força de trabalho feminina. Perfil que foi se modificando no decorrer da inserção da tecnologia nas indústrias em geral. Em 1920, onde a indústria têxtil ainda possuía representação no contexto produtivo, as mulheres representavam mais de 65% da força de trabalho e 70% estava no setor de confecção. Na década de 1940 o número cai para 51,2% e, no ramo do vestuário, a força de trabalho diminui para 32,4%. No período expressivo no que se refere à industrialização em meados dos anos de 1950, a força de trabalho feminina nesta indústria chegou a 64,5%, número muito superior em comparação à ocupação em cargos de administração por mulheres, neste mesmo ramo, com a representação de 18,4% (Saffioti, 1982).

¹²⁴ Apesar do texto ter mais de 40 anos de publicação, traz importantes observações sobre a inserção da mulher no mercado de trabalho, além do reconhecimento de sua dupla jornada.

¹²⁵ Mulheres negras trabalham desde do período de escravidão, mesmo em funções não remuneradas ou, até mesmo, sem reconhecimento de suas atividades como trabalho.

As mulheres não chegavam a atingir 1% quanto ao perfil em cargos de mestres e contramestres em 1960, porém, sua força de trabalho estava representada em 53% nessa indústria. Saffioti (1982) afirma que a indústria têxtil brasileira passou por um “intenso processo de modernização a partir da década de 1950, com consequências sobre a composição por sexo do conjunto de seus trabalhadores, além de haver expelido força de trabalho” (Saffioti, 1982, p.120). Neste sentido, é importante destacar:

[...] cedam lugar aos homens à medida que se processa a substituição de teares manuais por teares mecânicos e na medida em que os teares simples são substituídos pelos mais complexos. As necessidades da empresa em matéria de pessoal especializado na manutenção de máquinas aumentam, enquanto a maior produtividade alcançada com novas tecnologias expulsa contingentes humanos diretamente vinculados à produção (Saffioti, 1982, p.120).

É importante ressaltar que nesse período de industrialização, mesmo que os setores têxteis e de vestuário fossem a maior fonte de emprego industrial para mulheres, houve uma diminuição, ao longo dos processos de inserção de tecnologia, passando a ter mais representação na indústria do vestuário, pois, em 1970, essa representação era de 56% de força de trabalho feminina.

Nos dados apresentados pela autora citada, não estão incluídas o já reconhecido grupo de mulheres trabalhadoras em domicílio, que estão à margem dos direitos trabalhistas e, na maioria das vezes, invisíveis às estatísticas oficiais. Saffioti (1982, p. 12) verifica também, naquele período, o aumento das mulheres na indústria de confecções, “por tratar-se de serviços quase artesanais e, conseqüentemente, mais apropriados à força de trabalho feminina, segundo a ideologia dominante”, pois a diminuição da força de trabalho feminina na indústria têxtil está ligada a “necessidade de pessoal capacitado por parte da indústria, requisito não preenchido pelas mulheres, e com a suposição ideológica de que os homens são melhores para manejar máquinas eletrônicas”.

Fica evidente, assim, que a expulsão desta força de trabalho, devido à transformação das indústrias, transfere essas trabalhadoras para ocupações realizadas em seus espaços privados, suas casas, ou em funções precárias de trabalho. Ressaltando que, junta-se a elas, o expressivo número de mulheres trabalhadoras domésticas¹²⁶. Esse grupo de trabalhadoras, naquele momento, foi situado às margens dos direitos sociais e de trabalho:

¹²⁶ No que tange ao serviço doméstico em lar alheio, por exemplo, foi mínima a alteração verificada na população economicamente ativa (PEA) feminina em termos relativos no século que medeia entre o primeiro e o penúltimo recenseamentos, pois, em 1970, cerca de 30% da força de trabalho feminina

Estas mulheres integram os imensos contingentes de costureiras, bordadeiras, cerzideiras, tricoteiras, crocheteiras, para nada dizer sobre as demais ocupações desempenhadas em caráter autônomo, e de empregadas domésticas que, somadas, atingiam, em 1970, mais de 50% da PEA feminina (Saffioti, 1982, p.122).

Vimos, assim, que a indústria têxtil e do vestuário se constituíram como espaços de ocupações tradicionalmente femininos para aquelas que conseguiam se inserir no mercado de trabalho, durante um longo período de industrialização do Brasil. Mas como esses espaços se estabelecem como ocupações femininas ou masculinas de trabalho? Em Gazzona (1997), por exemplo, também, surge o questionamento sobre qual lógica comanda a divisão sexual do trabalho, considerando as atividades econômicas e controle de mão de obra, por exemplo. Vejamos:

Estaria a lógica da divisão sexual do trabalho baseada na oposição trabalho leve (feminino) / trabalho pesado (masculino), de modo que a difusão das inovações microeletrônicas equalizaria homens e mulheres no mercado de trabalho? O trabalho feminino na indústria seria apenas uma continuação de atividades antes exercidas na esfera doméstica? Os baixos salários femininos poderiam ser explicados com base no argumento de que o trabalho da mulher é complementar ao trabalho do homem/marido? (Gazzona, 1997, p. 90).

De acordo com a autora, essas diferenças, expressas na divisão sexual do trabalho, são produzidas historicamente e propagadas através de representações e construções de condutas que são direcionadas para mulheres e homens, resultado de um processo de educação e de socialização dos indivíduos. Este lugar de trabalho direcionado a cada sexo só pode ser pensado a partir de uma dimensão histórica e social que considere relações de classe e gênero. De acordo com Gazzona:

Assim, qualidades e habilidades consideradas naturais à mulher como a docilidade, a menor combatividade, a maior sensibilidade aos problemas da família ou o desempenho de algumas atividades como a costura, são produtos de educação e de formação, nem sempre adquiridas por vias formais e sim, por exemplo, como parte das atribuições de uma dona-de-casa (Gazzona, 1997, p. 90).

A atividade de costura é um ótimo exemplo, tanto para esta tese quanto para compreender quais atividades são direcionadas às mulheres. De acordo com Leite (2004) o aprendizado de costura, por exemplo, como parte da formação das meninas, adquirido informalmente como peça de socialização feminina, é um

era constituída de empregadas domésticas, enquanto o dado para 1872 era de 33% (Saffioti, 1982, p. 118).

importante fator para entender a predominância de mulheres em confecções de costura e de como é feito o uso dessa força de trabalho. Cultura que, a nosso ver, se estende às outras tarefas dentro da indústria da moda, como vendedoras, modelistas, passadeiras e, mesmo, como aos cargos de chefia desses grupos.

As diferenças de salários e a desqualificação das ocupações de trabalho direcionadas às mulheres são expressões de subordinação de gênero, onde a “divisão sexual do trabalho produz e reproduz assimetrias entre práticas femininas e masculinas, constrói e reconstrói mecanismos de sujeição e disciplinamento das mulheres (Souza-Lobo, 1991, p.171). Como exemplo, temos a diferença de valores e cargos entre as costureiras e um cortador de tecido, onde os “homens concentram-se nos setores de corte, manutenção, almoxarifado e em parte do setor de modelagem, e as mulheres, majoritárias na empresa, nas atividades de costura e de modelagem” (Gazzona, 1997, p. 96). E como não há como separar as distintas dimensões das relações sociais de produção, é preciso ver as relações de trabalho como aquelas que envolvem condições objetivas e subjetivas, considerando o gênero como uma parte importante neste contexto.

Se faz necessário verificar o “grau de exploração de que é alvo o trabalho feminino enquanto atividade exercida por um contingente humano subvalorizado sob vários aspectos” (Saffioti, 2013, p. 68). Pensando que no processo de geração de valor, na realização do trabalho, que não é apropriado completamente pelo/a trabalhador/a, a mulher tem menor acesso à parcela de valor produzida pelo seu trabalho (Saffioti, 2013).

De acordo com Abramo e Valenzuela (2016, p. 118), a incorporação das mulheres no mercado de trabalho vem ocorrendo sem que se altere a “responsabilidade pelo trabalho de reprodução social, que continua sendo assumida exclusivamente ou principalmente por elas”, permanecendo em trabalhos menos produtivos e precários, sem remuneração justa e adequada, sem proteção social e acesso a direitos básicos trabalhistas. As mulheres continuam sendo responsáveis pelas atividades domésticas, pois a realização do trabalho doméstico ao contribuir para a reprodução da força de trabalho, “possibilita o pagamento ao trabalhador de um salário inferior àquele que efetivamente deveria receber caso tivesse que comprar, no mercado, serviços como esses que são cotidianamente, feitos ‘de graça’ no lar” (Bruschini; Rosemberg, 1982, p.10).

Desse modo, a forma social de produção e reprodução capitalista exclui determinados grupos das relações sociais de produção, e a força de trabalho feminina é uma delas, sendo vista como menos valiosa, deixando-a em posição

de desvantagem nas relações de trabalho e lhe dando como opção postos de trabalho mal remunerados, precários e subcontratados. Assim:

[...] nos países dependentes, a entrada da mulher no mercado de trabalho não significa maior igualdade, nem maiores direitos. O capital vem conseguindo transformar esse passo fundamental da mulher em direção à emancipação numa forma de aprofundar a sua exploração. A maior parte das trabalhadoras que se incorporam ao mercado de trabalho o faz em setores informais e precários, e são alvos fáceis da superexploração capitalista (Toledo, 2017, p. 73).

A partir da década de 1990 o avanço das mulheres no mercado de trabalho é acompanhado pela vulnerabilidade dessas ocupações e por processos de precarização dessas relações laborais, em si marcadas pela precariedade estrutural própria à força de trabalho sob o capitalismo. Junto a isso, temos as dualidades de empregos: de um lado, as mulheres das classes baixas exercem funções ainda definidas como femininas, como o trabalho doméstico e atividade manuais, assim como a costura; por outro lado, um grupo de mulheres possuem acesso aos espaços de trabalho mais seguros e formais e contam, geralmente, com o outro grupo para os cuidados das atividades domésticas. Além disso, é preciso considerar, para além desta dualidade, dimensões como raça/ etnia, migração, entre outras dimensões.

Na indústria da moda é possível verificar a persistência de antigas formas – trazidas pela mundialização do capital – de exploração de mão de obra feminina, ou, melhor dizendo, a retomada de “sistemas produtivos, já superados, em certas economias de natureza capitalista é um fator da marginalização muito mais da mulher do que do homem” (Saffioti, 2013, p. 92). Tais sistemas produtivos são caracterizados no trabalho terceirizado e no trabalho em domicílio. Vistos como consequências da precarização do trabalho, são diferentes entre homens e mulheres, sendo a mulher a mais atingida por essa precariedade (Hirata, 2011).

No processo de costura, por exemplo, as máquinas não representam enormes avanços tecnológicos, fator que facilita o acesso e a abertura no âmbito da organização de confecções e fábricas. As marcas mais consolidadas e até mesmo as de menor porte, tendem a descentralizar suas atividades de produção, estimulando a criação de pequenas empresas especializadas, transferindo grande parte de sua produção para confecções terceirizadas que, por sua vez, repassam parte deste trabalho para fábricas e/ ou trabalhadoras em domicílio.

Ao usar como exemplo, em seus estudos, a indústria de vestuário da França, Saffioti (2013, p. 92) elucida a questão do trabalho em domicílio e afirma que nesta modalidade de trabalho a “exploração conhece limites muito frouxos”. Já que a

indústria de confecção mantém um grande número de trabalhadoras “disfarçadamente desempregadas” explorando ao máximo a mais-valia absoluta e mantendo os salários o mais baixo possível.

O trabalho em domicílio, relação muito comum entre as marcas de vestuário e costureiras no Rio de Janeiro, constitui-se em “[...] um exemplo da fragmentação imposta pelo capitalismo” (Silva, 2014, p, 53). As particularidades do trabalho de confecção, no contexto de um processo generalizado de terceirização das atividades do setor, acabam por acarretar a multiplicação do trabalho em domicílio (Leite, 2004).

Segundo Gazzona (1997), o processo de produção das peças, ou seja, as etapas que constituem o processo produtivo como a concepção do modelo da peça, a modelagem, corte e montagem, onde a costura é o último processo, são procedimentos descontínuos, pois são etapas separadas que favorecem a subcontratação das trabalhadoras, representadas aqui nas facções de costura.

Este quadro de terceirização da produção, já existente na indústria do vestuário, e citada por Saffioti em 1983, foi reforçado pela reorganização da produção e abertura econômica, com “reordenação dos mercados em nível mundial, impondo novos padrões de concorrência tanto no mercado interno, com a entrada dos produtos importados, quanto no mercado externo, para as empresas exportadoras” (Gazzona, 1997, p.95). E o trabalho em domicílio se expande ainda mais, pois se amplia a subcontratação de mão de obra, especialmente a feminina, sem que seja de fato possível seu controle, ficando à parte dos movimentos sindicais e de uma possível regulação do trabalho. (Vilasboas, 2017, p.2).

Hoskins (2023), corrobora com a ideia de que a moda depende da exploração da força de trabalho de mulheres, onde afirma:

[...] ter o modelo que temos agora sem a exploração das mulheres, das pessoas de cor, do meio ambiente e do Sul Global como um todo. A moda, como é agora, deve ser definida como uma indústria desregulamentada, repleta de subcontratos valendo trilhões de dólares, baseada na produção em massa e no descarte de acordo com tendências de bilhões de unidades de vida curta que foram produzidas da forma mais barata possível, em sua maioria por trabalhadores explorados do Sul Global, onde os salários e os padrões ambientais têm diminuído cada vez mais. Podemos ter um modelo diferente, mas é assim agora – uma desculpa para os ricos explorarem os pobres (Entrevista à autora da tese, realizada em 17 de fevereiro de 2023).

Portanto, a atual forma de organização da indústria da moda está necessariamente dependente do aumento da exploração do/a trabalhador/a, da precarização do trabalho e da desregulamentação das leis trabalhistas.

4.4

O “*softpower*” carioca¹²⁷

Aqui iremos nos aproximar do cenário de articulação da indústria da moda carioca, demonstrando os sinais de mudanças na organização do trabalho, da forma se dá a sua articulação com instituições públicas, sua divisão “simbólica” da produção no espaço da cidade e de que forma a pesquisa realizada demonstra essas dimensões.

O relatório *Territórios da moda carioca*, organizado pela pesquisadora Elizete Ignácio dos Santos, divulgado em 2011¹²⁸, teve como objetivo levantar informações sobre a dinâmica da indústria da moda na cidade do Rio de Janeiro, para que pudessem ser elaboradas políticas públicas que favorecessem o seu desenvolvimento¹²⁹. Nele podemos verificar informações que corroboram com o caminho traçado nesta tese, incluindo a leitura deslocada¹³⁰ da indústria da moda de todo o processo de reorganização do trabalho e suas consequências para a classe trabalhadora, representada aqui pelas costureiras.

O referido relatório apresenta a já citada prática do uso da imagem da cidade do Rio de Janeiro como ponto importante para a identidade das marcas da moda carioca, onde o “próprio estilo de vida do carioca seria uma inspiração para a criação de moda no Rio de Janeiro”. Em relação ao restante do país, “a moda carioca possuiria uma atitude displicente, mais despojada, calcada no hábito de ir à praia com frequência, o costume de praticar esportes e outras atividades ao ar livre” (Santos, 2011, p.38).

Neste contexto, podemos mais uma vez identificar que o uso da imagem da cidade transposta para mercadoria, no caso, as peças de vestuário, ultrapassa sua função, sua qualidade e sua utilidade, pois ela espelha a imagem da cidade,

¹²⁷ *Softpower*, em tradução literal, significa poder brando. Porém, dentro do contexto da indústria da moda, está ligado ao poder de sedução ou influência da cidade dentro do setor.

¹²⁸ Relatório encomendado pelo Instituto Pereira Passos (IPP) ao Centro de Tecnologia e Sociedade da Escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas, feito em parceria com o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Rio de Janeiro (Sebrae/RJ). Foram elaborados dois relatórios, sendo um qualitativo e outro quantitativo. Para este estudo, utilizamos o relatório qualitativo. Fonte: http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/1806097/DLFE-230511.pdf/Territorios_da_ModaRelatorio_Qualit.pdf. Acesso em: 02 fev. 2023.

¹²⁹ A primeira tentativa de construção do Conselho Municipal da Moda foi em 2012. Somente em julho de 2023 o prefeito Eduardo Paes assinou o Decreto nº 52.816 que criou o Conselho Municipal da Moda. O órgão pretende estimular e criar meios para desenvolver ainda mais a moda carioca e orientar as políticas públicas e ações direcionadas ao setor. Disponível em: <https://prefeitura.rio/developmento-economico-inovacao-simplificacao/prefeitura-do-rio-cria-o-conselho-municipal-da-moda-para-incentivar-e-desenvolver-o-setor/>. Acesso em: 08 set. 2023.

¹³⁰ Por não considerar que a atual organização da produção e do trabalho é resultado de produção e reprodução social do capitalismo.

um estilo de vida que parece ter origem na própria mercadoria, o que é demonstrado em trechos do relatório. Vejamos:

Ao serem questionados sobre as razões que teriam colaborado para que a moda carioca se tornasse referência nacional e internacional, não se falou sobre alguma qualidade objetiva dos produtos; não houve menções à melhor qualidade dos tecidos nem ao acabamento dos produtos; nem mesmo referências a pesquisas realizadas pelas grifes e empresas por matérias-primas de mais qualidade fora do Estado ou mesmo do Brasil [...]. A justificativa recaiu em todo momento nas qualidades naturais da cidade, em sua suposta vocação para o belo e para o agradável, representadas sempre por sua natureza exuberante, cercada por praias e montanhas que confeririam aos cariocas um espírito mais livre, que de todo modo estaria expresso no modo de vestir de seus moradores, objeto de desejo daqueles que não podem usufruir, cotidianamente, daquilo que o próprio Rio de Janeiro tem para oferecer (Santos, 2011, p. 167-168).

Ainda de acordo com o relatório (Santos, 2011), para a melhor compreensão da leitura dos espaços de produção do setor, foi empregada a metodologia de divisão do território por “circuitos”, sendo classificados como: *fashion*, *off* e *alternativo*. O objetivo é facilitar o entendimento das diferenças de produção, público alvo das mercadorias, ou melhor, das marcas e de território dentro do setor da moda.

O *circuito fashion* é composto por grandes marcas/grifes já conhecidas pelo público e que atendem as frações das classes média e alta. São marcas associadas “à imagem da Zona Sul carioca”¹³¹ e ao “estilo de vida que a zona litorânea da cidade difunde como a identidade do carioca” (Santos, 2011, p.50).

Já a produção realizada por marcas menos conhecidas e geralmente localizadas nas zonas Norte e Oeste da cidade, como o bairro de Campo Grande, é classificada como *circuito off*. Nele foram agregadas também as confecções e fábricas que produzem para marcas que possuem lojas de rua, bancas em feiras e lojas em *shopping* destas regiões. Seu público alvo são as classes B, C e D. De acordo com a autora mencionada, neste circuito as peças possuem menor valor agregado por serem mais baratas e feitas por matéria prima mais em conta do que a do *circuito fashion*.

Por fim, o *circuito alternativo* é composto por marcas que possuem uma produção em pequena escala e, em grande parte, com a ideia de exclusividade da mercadoria. Insere-se nesse circuito a produção de calçados¹³² e acessórios,

¹³¹ Apesar do relatório não citar nenhuma marca com este perfil, podemos considerar, como exemplo, as marcas que fazem parte do Conselho Municipal da Moda carioca, que será tratado ainda neste capítulo. No conselho há representantes do Grupo Soma (Farm, Maria Filó, Animale) e representantes do Grupo AR&CO (Arezzo e Reserva). Ambos com forte uso da imagem da cidade e com mercadorias voltadas ao público A e B.

¹³² Nos referimos aqui à fábricas de sapatos que produzem em pequena escala, geralmente a partir de encomendas de produção para novas coleções das marcas.

pois suas características são muito próximas às de um ateliê, devido ao trabalho artesanal e interno. Contudo, é importante destacar que esse setor se relaciona com os outros circuitos.

O estudo de Santos (2011) traz o questionamento sobre qual direção os investimentos da indústria da moda carioca devem seguir, pois, a princípio, o *circuito fashion* é o que mais apresenta características atreladas à imagem da cidade, portanto, o mais vocacionado aos investimentos públicos e privados.

Em nossa análise, o *circuito off* não teria, dentro desses conceitos, a imagem desejada para se tornar referência da moda carioca, porém, se mostra como responsável por grande parte da produção, já que parte significativa da mão de obra está localizada neste circuito. Essa diferenciação se mostrou em nossa análise sobre a leitura da cidade em dois espaços de relações hierárquicas, onde um é a representação do avanço, da criatividade, modernidade e da tecnologia, e outro é composto pela massa de trabalhadores e sem a imagem glamorosa da cidade. Em entrevista concedida por Santos, é possível perceber para qual perfil estão voltados os interesses dos investimentos:

Eu acho, assim, a indústria do Rio de Janeiro já tá com um foco que é um pouco diferente dessas empresas que estão no Saara e em Campo Grande. Eu acho que essas empresas que estão no Saara e em Campo Grande, elas têm uma necessidade de volume, de, é um produto mais básico e o Rio de Janeiro não tem, ele não consegue atender a esse tipo de produto. Ele está com um produto de mais alto valor agregado. Talvez, se você passar pra alguns centros comerciais que são mais, é ... mais elaborados, vamos dizer assim, mais sofisticados [...]. Eu não estou falando que as 3.200 empresas trabalham com valor agregado, mas o nosso interesse, a nossa preocupação **é pegar essas 3.200 e não direcionar pra atender essa demanda do Saara, entendeu? É atender a demanda das grandes marcas, das marcas mais elaboradas, das marcas que trabalham um calendário de moda, que reposicionam sua, reposicionam, não, que repõem a sua coleção a cada três meses. Esse é o nosso interesse [...].** O que a gente tá tentando trabalhar com as empresas no Rio, isso foi decidido inclusive dentro do Fórum com parceiros como ABIT, como o Sebrae... É tentar direcionar a indústria do Rio de Janeiro para um produto diferenciado [...] (mulher, órgão de representação de classe) (Santos, 2011, p. 19, grifo nosso).

Em pesquisa anterior realizada (Oliveira, 2018), voltada para os bastidores da indústria da moda carioca, foi possível constatar as condições de algumas trabalhadoras do setor de vestuário carioca e cruzar as informações que correspondem às características de cada circuito citado no relatório *Território da moda carioca* (Santos, 2011).

Entre os diversos relatos analisados, há o de uma trabalhadora com a função de costureira externa, prestadora de serviço há mais de 26 anos para a mesma confecção, sempre em condições de informalidade. A trabalhadora

confeccionou peças para uma grife carioca, com escritório e loja localizados na zona Sul da cidade do Rio de Janeiro, onde as peças produzidas eram vendidas pela marca por mais de R\$1.000 e confeccionadas pela costureira pelo valor de R\$ 15 (Oliveira, 2018). Tais informações, como valor da peça, localização da marca e perfil das consumidoras convergem com as características do *circuito fashion*. Vejamos:

[...] A peça varia de preço, tem umas que **custam 12 reais, que custa 15 reais**, 30 reais. As que eu trabalho sempre levo para o lado mais caro... que eu me valorizo, eu só levo o que eu acho que vale a pena [...] (Stella, pesquisa de campo, 07/11/2017) (Oliveira, 2018, p. 99, grifo nosso).

No que se refere aos exemplos do *circuito off*, caracterizado pela produção de vestuário e comércio na zona Norte e Oeste da cidade¹³³ de marcas voltadas para público de classe B, C e D, foram verificadas (Oliveira, 2018) confecções que agregam tanto trabalho formal, quanto informal e não somente na cidade do Rio de Janeiro, mas confecções e fábricas na região metropolitana, que prestavam serviços para grandes marcas/ grifes e pequenas marcas da cidade. Naquele estudo pude obter informações de uma confecção localizada em Vilar dos Teles, no município de São João de Meriti, onde:

A confecção de Iris já prestou serviço para diversas marcas de roupa feminina e começou a ter problemas financeiros após o não pagamento dos serviços prestados por uma determinada marca que, ao mesmo tempo, era a maior fornecedora de trabalho. A informação de que a marca estava fechando chegou através de terceiros, em um momento que a própria marca havia encomendado para a confecção centenas de peças [...] (Oliveira, 2018, p.105).

A quantidade de peças solicitadas e a transferência do trabalho para outro grupo de trabalhadoras também ficou evidente nesta confecção. O valor cobrado por peça não ultrapassou R\$ 5, sendo necessário negociar para poder manter o trabalho e a produção na confecção. Vejamos:

Um das tomadoras de serviço encomendou à senhora Iris o ofício de conserto de quase 700 blusas compradas em São Paulo. Ou seja, a terceirização não ficou restrita apenas no território da sede da marca. Foi feita a terceirização de uma produção em São Paulo que, em seguida, foi repassada para modificação na cidade do Rio de Janeiro, na confecção da senhora Iris que, por sua vez, repassou o serviço para o trabalhador peruano. [...]: 'Ela veio [gerente geral da Laço de Fita] e me mostrou o que era'. Ela falou: 'Vou te pagar R\$ 3,00 para você fazer esse conserto

¹³³ O estudo Território da moda carioca está voltado para a cidade do Rio de Janeiro, mas é preciso considerar os municípios da região metropolitana como locais de fornecimento de mão de obra, e que coincide com a dinâmica do mercado de trabalho e das condições de vida de trabalhadoras do Rio de Janeiro, que contam com as localidades da região metropolitana como "cidade dormitório", tendo em vista os custos de moradia, alimentação etc.

para mim'. Eu falei que era pouco. Então ela falou; 'É rapidinho!'. Eu disse: 'Tem que desmontar isso e não vai dar para eu aproveitar essa matéria prima, você vai ter que cortar outra matéria prima'. Então ela disse: 'Tá! Vou conseguir para você R\$ 5,00'. [...] Vou pagar R\$3,00 para o menino fazer [trabalhador peruano], porque não vou dar para ele desmanchar, porque eu vou desmanchar' (Iris, pesquisa de campo, 28/01/2018 *apud* Oliveira, 2018, p.60).

Nesses relatos podemos constatar que o *circuito off* possui a função de fornecedor de mão de obra para ambos os circuitos.

A produção de acessórios, que contempla o *circuito alternativo*, está expressa nas informações coletadas (Oliveira,2018) com trabalhadoras de fábricas de bolsas e acessórios de couro, que fornecem mercadorias para as marcas/grifes. As peças são encomendadas de acordo com as coleções. Apesar de ser um ramo de pequena produção, as relações de trabalho não são diferentes das facções de vestuário. Foram encontrados relatos de trabalho informal e de condições ambientais de trabalho precárias:

Sobre a condição de informalidade de trabalho, Hermes e Miuccia relatam que hoje não existem muitas fábricas que contratam de carteira assinada evitando os custos com os direitos trabalhistas. Em seu atual trabalho, Hermes recebe por quinzena, que atualmente anda atrasada e que o pagamento do "serão"¹³⁴ também não foi efetuado (Oliveira, 2018, p.107).

Sobre as condições de trabalho:

No Christian, quando eu comecei, não tinha banco e era um debate eu e ele. Como é que você vai querer que uma pessoa trabalhe o dia todo em pé? A pessoa que trabalha sentada, do mesmo jeito ele vai trabalhar em pé, isso fica por conta da pessoa, ninguém vai ficar sentado o dia inteiro, da manhã até a hora que larga sentada! Tem uma hora que a pessoa levanta. Aí eu disse que não podia! Pedi para ele fazer três bancos para ficar rotativo. Porque antigamente, quando tinha as fábricas grandes de bolsa, [...] que tinha setor de carteira, de brinde de tudo, era todo mundo em pé, aí as pequenas fazem o mesmo (Miuccia, pesquisa de campo, 05/05/2018 *apud* Oliveira, 2018, p.107).

Dessa forma, se desenha uma cadeia composta por relações de trabalho, em sua maioria informais, desregulamentadas e precárias, sem segurança laboral. Em todos os circuitos a mão de obra feminina esteve presente e nas posições mais inseguras de trabalho.

No relatório *Territórios da moda carioca* (Santos, 2011), se destaca o reconhecimento de uma mudança nas organizações do trabalho no que se refere às marcas e sua relação com a última fase de produção da peça, que se expressa no trabalho das costureiras. Essas "mudanças" são sinalizadas por Abreu (1986),

¹³⁴ Tempo que excede o horário normal de trabalho por dia ou por semana.

Saffioti (1982), entre outros, em seus estudos. Talvez o cenário seja de aprofundamento e alargamento das relações de trabalho informais e precárias na indústria da moda, mas é sabido que o setor se desenvolveu a partir do uso de relações de trabalho informais e de exploração de mão de obra feminina.

Conferimos, nas falas de alguns entrevistados (Santos, 2011), que muitas vezes a informalidade é justificada pelos “altos custos” tributários e que o vínculo formal estimularia a baixa produção:

É a própria cultura das pessoas, é cultural, entendeu? O que a pessoa que tem facção ganha é tão pouco, que o que eu gasto numa roupa para fazer interno, vamos supor, eu gasto dez, na facção eu gasto seis, você entendeu? E elas me entregam. São 40% de diferença. E aqui, mesmo eu dando todos os recursos que a lei manda, a gente, mesmo assim, não consegue. É cultural, a coisa é cultural. Eu não vou te dizer que, de 50 funcionários, os 50 são assim. De 50, você tem 10 que têm responsabilidade, trabalham, dão o sangue, mas, se 40 não vão, fica defasado o trabalho. Você não consegue de maneira alguma atingir o seu objetivo. Por isso é que a maioria das fábricas, hoje, elas trabalham com serviço externo. Mesmo correndo o risco de ter um problema de acabamento, de qualidade e tal. Por isso que a gente mantém o mínimo de pessoal dentro da fábrica, porque, se alguma coisa vem um pouquinho fora da qualidade, a gente tenta consertar aqui. Mas hoje está acontecendo justamente o contrário, a qualidade externa está muito melhor que a interna. [...] A mesma mulher que trabalhava aqui dentro de uma forma, **que eu mandei embora**. ‘Ah, eu vou montar uma facção’. Eu falei: ‘monta uma facção que eu te mando serviço’. Essa mesma mulher trabalha dia, noite, feriado. Rende outra coisa na confecção dela. **Ela custa menos 50%, ou seja, a gente fatura muito mais com ela dentro de casa do que com ela dentro da fábrica**. Ela produz o dobro do que ela produzia sentada aqui dentro da fábrica (homem, dono de confecção, fashion) (Santos, 2011, p. 70, grifo nosso).

O contrato de confecções e facções informais é indissociável da forma de produção da indústria da moda. Neste caso específico, vemos que, ao ser demitida, a trabalhadora desempregada entra na esfera do sonho do “empreendedorismo” (que não necessariamente está relacionado ao microempreendedor individual formal, pois a facção pode ser aberta informalmente), visto como a “solução” para o desemprego. O empreendedorismo não “apenas promete resolver os problemas financeiros como também enfatiza a autonomia de indivíduos que agora não querem mais receber ordens numa relação de emprego” (Filgueiras, 2021, p.64), colocando as relações de trabalho formais e reguladas em posição de desvantagem financeira.

Essas condições de terceirização e empreendedorismo demonstram o aprofundamento da divisão do trabalho e, por consequência, distancia as empresas dos trabalhadores, criando a ideia de que a marca está comprando um serviço e não estabelecendo relações de trabalho, com a justificativa de que essas relações são realizadas fora do ambiente da empresa ou da fábrica. (Filgueiras, 2021). Vejamos o relato a seguir, disponível em Santos (2011):

Deveríamos admitir que a moda, enquanto negócio, depende muito da informalidade. Em geral, o subcontratado ganha pouco e o intermediário, geralmente pessoa de um pouco mais de instrução, organiza pessoas pobres em sua casa para produzir peças, retendo o lucro. Deveria haver intermediação da cadeia, tabelamento de comissões. Ao mesmo tempo, **a informalidade traz algumas vantagens, a mulher pode trabalhar em casa, ao mesmo tempo em que cuida dos filhos, cuida da casa** (mulher – organizadora de evento de moda) (Santos, 2011, p. 169, grifo nosso).

Fica evidente que, para grande parte dos sujeitos envolvidos no setor, a prática de terceirização, quarteirização do trabalho, junto com a informalidade, são comuns e fazem parte quase “natural” das relações da indústria da moda. Apesar deste reconhecimento, não há uma leitura hegemônica de conjuntura sobre as mudanças no mundo trabalho, a partir da reorganização do capital, pois, para esse grupo, a moda está fora dessas relações. E a condição criativa é superior a condição de trabalho.

A “intermediação” à qual se refere a entrevistada na citação imediatamente anterior a este parágrafo, a nosso ver, deveria obedecer às regulamentações que garantiriam o mínimo de segurança das relações contratuais e pagamento de salários as/aos trabalhadoras/es, questões hoje fortemente combatidas pelo empresariado.

Nesse contexto de reestruturação da produção e do trabalho, a mão de obra feminina ocupa postos de trabalho onde as trabalhadoras são mais exploradas e menos remuneradas e permanecem vinculadas às atividades domésticas (Trindade, 2017). Ainda mais, a utilização de trabalho em domicílio ganha força pela dificuldade de automação da costura e o baixo custo de mão de obra, não tendo empecilhos para a criação de novas facções de costura, inclusive daquelas que perderam o vínculo formal de trabalho no setor (Tauile, 2001).

Fica evidente a naturalização da dupla jornada da mulher, ao ponto de se considerar vantagem a conciliação de trabalho doméstico com o “agravamento da exploração de força de trabalho, já que, para fazer face às demandas exigidas pelas empresas maiores [...] são obrigadas a manter horários e ritmos de trabalho extremamente opressivos” (Abreu, 1986, p. 76).

O uso de força de trabalho feminina informal pela indústria da moda é marcante e é responsável por grande parte de sua expansão, seja na exploração de mão de obra, seja no uso da imagem feminina, pois o “empoderamento” feminino está representado naquela mulher que compra a mercadoria e não na que produz nos bastidores da moda.

Com a reorganização pelo capital, das relações de produção e do mundo do trabalho, fica evidente que, neste período, há uma aceleração na substituição do modelo estruturado de grandes fábricas, supridos pela verticalização com vários fornecedores e o adensamento da terceirização, com a exteriorização da produção através de costureiras externas, vinculadas às confecções e facções, geralmente informais. Vejamos:

O mais comum atualmente está fortemente baseado nas subcontratações e terceirizações. É o modelo hegemônico que, contudo, vem apresentando uma série de desvantagens. O outro é baseado na centralização da produção em espaços próprios, com baixa terceirização. Percebemos que as empresas que adotaram o modelo mais centralizado ou com maior controle sobre a produção estão mais bem colocadas no mercado, sem apresentar dificuldades relacionadas à capacidade de crescimento e demanda. **As empresas que adotam o modelo de verticalização da produção (terceirização e faccionista) alegam fazê-lo buscando a redução dos impostos** e, em última instância, do cumprimento das obrigações sociais impostas para a contratação de funcionários em períodos de baixa de demandas (Santos, 2011, p.176, grifos nossos).

Para Filgueiras (2021, p. 87) o processo de terceirização em toda a cadeia possibilita a “redução de custos e/ou o aumento de produtividade espúria, a externalização de conflitos e riscos e o recrudescimento da subsunção do trabalho”. Assim, há uma limitação no controle por parte do Estado e até mesmo na organização das trabalhadoras.

Em estudo anterior (Oliveira, 2018) foi possível confirmar que as relações entre as marcas e as confecções são regidas minimamente por uma formalidade, com contratos de prestação de serviço, mas relações de trabalho entre as confecções e facções juntamente com as costureiras externas constituem, em sua maioria, relações informais. O estudo demonstrou variadas expressões da precariedade do trabalho que são encobertas pelo estilo de vida carioca:

[...] trabalhadoras com dupla e/ou tripla jornada de trabalho, mulheres com idade entre 40 e 70 anos com jornadas de trabalho de, no mínimo, 8 horas diárias, com experiência de trabalho no ramo da confecção de, no mínimo, 20 anos, mas com condições de trabalho muito precárias, por serem instáveis, não possuírem carteira assinada, trabalhem sob demandas das marcas, sem equipamentos de proteção e com rendimentos muito inferiores ao valor de sua força de trabalho. Trabalhadoras que viram, no decorrer de suas vidas laborativas, o desfalecer de seus direitos trabalhistas, mas que continuam utilizando sua mão de obra enquanto estratégia de sobrevivência; mesmo de forma precária, informal, cada vez mais desprotegidas. Essas expressões da precarização do trabalho possuem um peso maior para as mulheres trabalhadoras da periferia, conforme podemos observar em nossa pesquisa (Oliveira, 2018, p.112).

Os dados mais recentes, disponibilizados pela Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, a partir do estudo “Economia da Moda Carioca”¹³⁵ realizado pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico Inovação e Simplificação (SMDEIS), trazem informações sobre a atual configuração da organização da indústria da moda na cidade do Rio de Janeiro. No documento, o setor da moda é reconhecido como um “negócio altamente sofisticado” e a cidade do Rio de Janeiro vista como uma das poucas cidades “capazes de inspirar a moda” (SMDEIS, 2023, p.3-4).

Tal estudo foi realizado com objetivo de dar embasamento técnico para a consolidação do Conselho Municipal da Moda. Ação clara de estímulos por parte da Prefeitura do Rio ao mercado da moda carioca. O Decreto Rio nº 52.816, de 30 de junho de 2023¹³⁶, define como atribuição desse conselho o incentivo às atividades do mercado da moda, a orientação de políticas públicas, auxílio em ações e calendários de eventos e atuações que possibilitem o desenvolvimento e a sustentabilidade de criadores e empreendedores da moda. O conselho é formado por representantes da Prefeitura (Gabinete do Prefeito - GBP; Secretaria Municipal de Fazenda e Planejamento - SMF; Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Simplificação - SMDEIS; Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro - Riotur; Secretaria Municipal de Casa Civil - CVL; Agência de Fomento do Município do Rio de Janeiro S.A. - Invest.Rio; Secretaria Municipal de Trabalho e Renda – SMTE), além de um representante da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan), um representante da Federação do Comércio de Bens, Serviços, Turismo do Estado do Rio de Janeiro (Fecomércio), um representante do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresas (Sebrae), um representante da Associação Comercial do Rio de Janeiro (ACRJ) e oito¹³⁷ membros de “notória atuação da área da moda”, que foram indicados pelo prefeito.

Verifica-se que neste grupo não há nenhum representante do sindicato das costureiras ou de grupos de trabalhadoras, já que foi reconhecido no relatório “Economia da Moda Carioca” a predominância de mão de obra feminina. A

¹³⁵ A pesquisa foi desenvolvida para auxiliar na identificação de dados e informações sobre a moda no Rio de Janeiro, visando subsidiar a construção do Conselho Municipal da Moda.

¹³⁶ O Decreto nº 52.816, de 30 de junho de 2023, da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, foi publicado no Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro em 03 de julho de 2023 (<https://doweb.rio.rj.gov.br/porta/visualizacoes/pdf/5917#p:6/e:5917?find=decreto%2052.816>), também consta como anexo no documento “Economia da Moda Carioca” elaborado pela SMDEIS. Disponível em: <https://observatorioeconomico.rio/wp-content/uploads/sites/5/2023/07/Economia-da-Moda.pdf>. Acesso em :10 ago. 2023.

¹³⁷ Os representantes são: Alessa Migani (Alessa), Isabela Capeto, Lenny Niemeyer, Marcello Bastos (Grupo Soma), Marta Macedo (Martu), Oskar Metsavahnt (Osklen), Roni Meisler (Grupo AR&CO) e Thomaz Duarte Azulay (The Paradise).

proposta do conselho é voltada para o empresariado, para as marcas e a imagem da cidade. Não há nenhum direcionamento para as trabalhadoras, com propostas de controle da cadeia produtiva para evitar relações e condições de trabalho precárias e irregulares para as trabalhadoras informais, já que a informalidade é característica do setor.

O mapeamento realizado no território foi feito com objetivo de rastrear a localização das empresas e do comércio do setor da moda¹³⁸. As Áreas de Planejamento (AP) foram usadas como referência na divisão da cidade. A maior expressão de empresas no setor da moda está na AP2 (Zona Sul e Centro) com 26,4%. Ao pensar por bairro, a Barra da Tijuca contém o maior número de empresas, totalizando 13,4%. Em relação a localização do comércio destas empresas, a Barra da Tijuca concentra o maior número (14%) e é seguida pelo Centro (10%), o que pode ser confirmado pela quantidade de *shoppings* e lojas localizadas em cada bairro, respectivamente. Sobre a indústria de confecção (acreditamos que se refiram às confecções formais) o bairro de São Cristóvão permanece à frente com 10% e o Centro da cidade com 6%.

Outro dado importante, que também contribui com nossa hipótese de que o setor da moda possui relações e condições informais e precárias de trabalho como predominância, está na mudança de relação de trabalho verificada pelo mencionado estudo, pois houve uma queda nos contratos de trabalho formais (CLT) e um aumento dos microempreendedores individuais (MEI) neste setor. Esses dados, de acordo com SMDEIS, foram extraídos no Ministério do trabalho através da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), onde o vínculo via CLT apresentou uma queda de 41% entre 2011 e 2021, o que corrobora o efeito maléfico das reformas trabalhistas empreendidas nos últimos anos no Brasil.

Ao verificamos no Portal do Empreendedor¹³⁹ o número de inscrições de MEI utilizando o filtro por Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE) e cruzando os dados por município e sexo, conseguimos ter um panorama do número de microempreendedores na cidade do Rio de Janeiro. Nos dados do setor da moda registrados no CNAE, a maioria é composta por mulheres. Vejamos a tabela nº 1, a seguir:

¹³⁸ Entendemos que “empresas no setor da moda” se referem aos escritórios das marcas e as empresas que trabalham com o setor. Como “comércio” as lojas de *shopping* e de rua. Já a indústria de confecção, diz respeito aos espaços de produção fabril das marcas, como galpões de confecção.

¹³⁹ Portal do Empreendedor – site do governo federal com informações sobre micro empreendedorismo individual.
Fonte: <http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemei/private/pages/relatorios/relatorioMunicipioCnaeSexo.jsf>. Acesso em: 11 ago. 2023.

Tabela 1 – Moda (CNAE): MEI por município e sexo/ 2023**RESULTADOS**

Total de Empresas Optantes no SIMEL, da Unidade Federativa RJ, Município RIO DE JANEIRO, por Código CNAE, descrição CNAE e Sexo.

CNAE		Quantitativos MEI		
Código	Descrição	Total	Masculino	Feminino
1340501	Estamparia e texturização em fios, tecidos, artefatos têxteis e peças do vestuário	732	356	376
1340599	Doutros serviços de acabamento em fios, tecidos, artefatos têxteis e peças do vestuário	857	167	690
1351100	Fabricação de artefatos têxteis para uso doméstico	132	35	97
1352900	Fabricação de artefatos de tapeçaria	56	42	14
1359600	Fabricação de outros produtos têxteis não especificados anteriormente	1.918	187	1.731
1411801	Confeção de roupas íntimas	133	33	100
1411802	Facção de roupas íntimas	63	12	51
1412601	Confeção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida	4.227	377	3.850
1412602	Confeção, sob medida, de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	4.702	485	4.217
1412603	Facção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	827	276	551
1413403	Facção de roupas profissionais	245	120	125
1414200	Fabricação de acessórios do vestuário, exceto para segurança e proteção	44	24	20
1421500	Fabricação de meias	1	1	0
1422300	Fabricação de artigos do vestuário, produzidos em malharias e tricoteagens, exceto meias	359	11	348
1510600	Curtimento e outras preparações de couro	2	0	2

Fonte: Portal do Empreendedor - Governo Federal¹⁴⁰. Tabela adaptada pela autora.

A figura do MEI surgiu em 2008, com a Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, com o objetivo inicial de formalização dos pequenos negócios e do trabalho individual, mas se tornou uma forma de “pejotização” das relações de trabalho, onde o trabalhador informal passa a ser um prestador de serviço, mas sem a face de uma relação de trabalho formalizada. No setor da moda é recorrente a terceirização realizada por trabalho individual e/ou em grupo, onde cada uma das trabalhadoras não possui vínculo com a empresa que às repassa o trabalho. Nos dados apresentados na tabela 1 não é possível mensurar a quantidade de confecções/facções informais que prestam serviço para os microempreendedores informalmente e que ficam invisíveis diante das pesquisas e dados oficiais. Por estarem em caráter informal nessas relações de trabalho, mesclam informalidade e formalidade, além da possibilidade de situarem fora do território da cidade.

O estudo da SMDEIS (2023) reconhece a predominância da informalidade no setor, em especial na parte das confecções e facções. Demonstra, a partir dos dados da Pnad Contínua 2022, que a taxa de informalidade no ramo da confecção, calçados e acessórios chegou a 56% na cidade do Rio de Janeiro e a 58% no Estado do Rio de Janeiro, superior à taxa média. Referente à remuneração das

¹⁴⁰ Fonte: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>. Acesso em: 11 ago. 2023.

trabalhadoras do ramo da confecção, confirma que a média de salários neste setor é de R\$ 1.990, e é inferior ao salário médio da capital, no valor de R\$ 4.373.

Dado este panorama da indústria da moda carioca, marcada pela informalidade nas relações de trabalho, em especial da mão de obra feminina, buscamos reforçar a tese de que esse setor traz com ele o traço de reposição da precariedade da força de trabalho e sua inevitável e profunda articulação com o capitalismo.

Para isso, percorremos dois caminhos metodológicos de pesquisa. Uma das ferramentas, utilizada em primeiro momento, foi a rede social *Facebook*, onde encontramos alguns grupos compostos por costureiras, representantes de facções e confecções, modelistas, cortadores, fornecedores (aviamentos, tecidos), que trocam informações sobre oferta e procura de trabalho, preço de serviços, dúvidas e até mesmo desabafos sobre o dia a dia de trabalho.

No Facebook, o primeiro momento foi composto pela coleta de algumas conversas sobre negociação de valores, trabalho e relatos sobre as relações e condições de trabalho no setor da moda. No segundo momento foi feita a divulgação de pesquisa tipo *survey online*¹⁴¹, voltada para as costureiras que fazem parte destes mesmos grupos de busca de trabalho, com questões que englobam dados pessoais, sexo, cor, local de moradia, informações sobre o trabalho, as marcas de vestuário para as quais trabalharam e um espaço aberto para depoimentos¹⁴².

O questionário esteve disponível na rede social em 12 grupos¹⁴³ de divulgação de vagas para costureiras e outras ocupações dentro do setor da moda na cidade do Rio de Janeiro e região metropolitana. Ficou disponível para preenchimento por dois meses (fevereiro e março de 2023), sendo necessário republicá-lo durante este período para que ficasse em evidência dentro dos grupos, devido à alta movimentação da rede social. Já a coleta dos relatos e publicações foi feita por captura de tela da rede social, garantindo o sigilo dos dados.

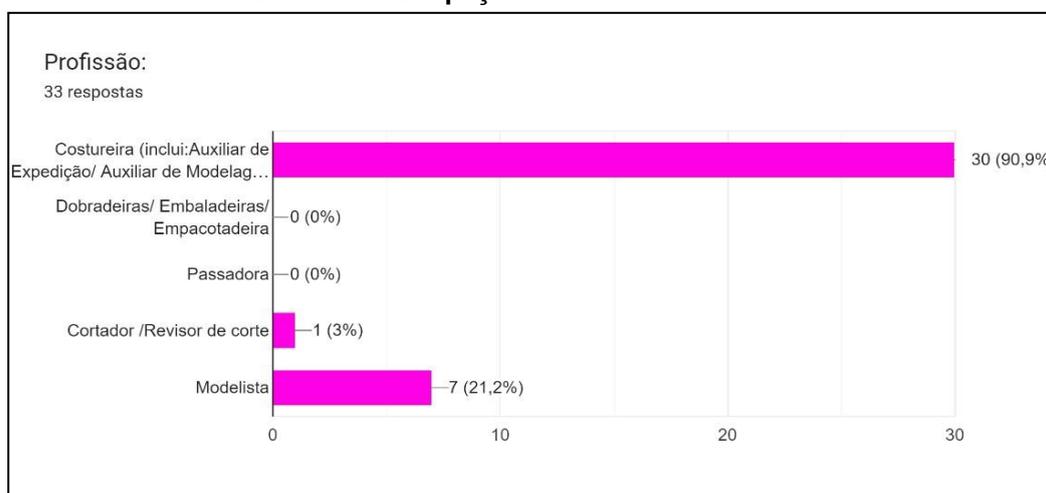
¹⁴¹ *Survey online* - questionário online. O objetivo da pesquisa *survey* é a obtenção de informações quantitativas sobre um determinado grupo de pessoas. A *survey* é mais indicada quando se deseja responder questões que expressem opiniões, costumes ou características de um determinado público-alvo, como é o caso deste aspecto do estudo aqui apresentado.

¹⁴² O questionário está no apêndice -1 desta tese.

¹⁴³ O *survey online* foi disponibilizado nos seguintes grupos da rede social *Facebook*: Costureiras facção RJ; Costureiras Unidas do Rio de Janeiro e Zona Oeste; Costureiras externas/ internas RJ da Baixada Fluminense; Costureiras facção emprego RJ; Costureiras do Rio de Janeiro; Costureiras e fornecedores; Costureiras Confeccionistas RJ; Costureiras RJ; Costureiras do Rio de Janeiro; Costureira RJ; Costureiras externas da Baixada Fluminense e RJ; Costureira e fornecedores RJ.

Referente ao questionário, contamos, ao fim do período, com a participação de 33 trabalhadoras que se identificaram como costureira¹⁴⁴, modelista e cortador (considerando que essa função geralmente é ocupada por homens, foi usado o termo no gênero masculino). Não houve participação masculina, e as 33 participações foram de mulheres trabalhadoras do ramo da moda¹⁴⁵. O gráfico 1, a seguir, demonstra o percentual de cada ocupação declarada pelas participantes:

Gráfico 1 – Ocupação das trabalhadoras

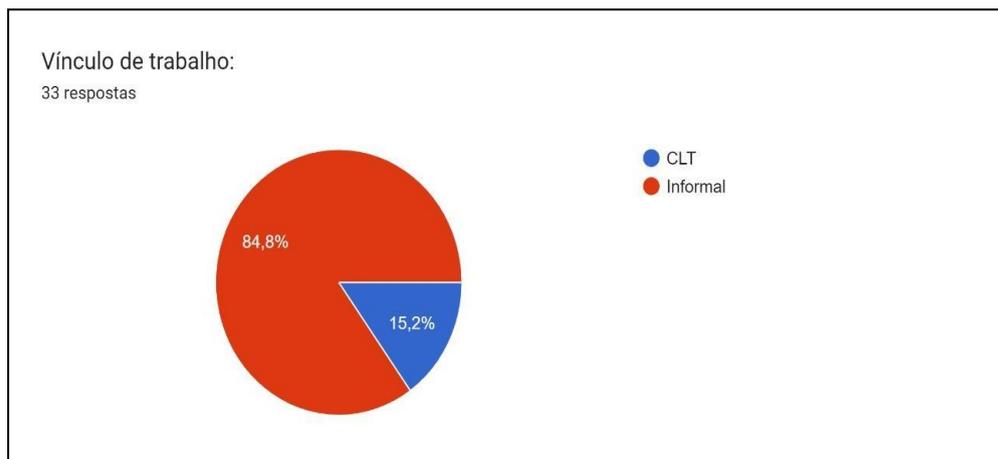


Fonte: Pesquisa via Formulário Google. Elaboração própria, 2023.

O grupo de participantes da pesquisa é composto por 90,9% de costureiras. Das 30 participantes que se identificaram nessa função, quatro declararam ter a função de modelista e uma de cortadora, demonstrando a possibilidade de acúmulo de funções exercidas no do setor. Ao verificar o vínculo de trabalho dessas mulheres, observamos que a informalidade é predominante, chegando a mais de 84,8% das participantes, conforme se observa no gráfico 2, apresentado a seguir:

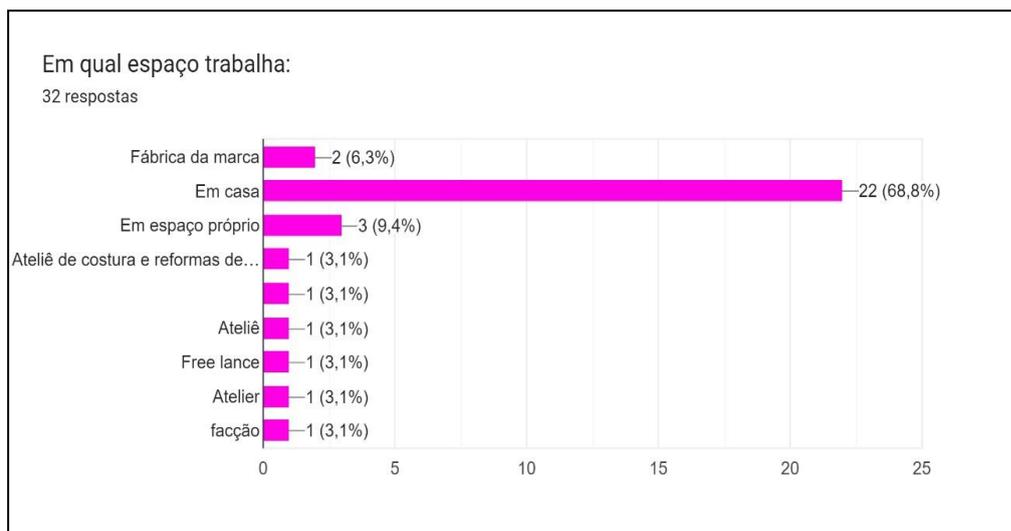
¹⁴⁴ Classificamos como costureira todas as trabalhadoras que realizam as seguintes funções: auxiliar de expedição/ auxiliar de modelagem/ auxiliar de aviamento/ caseadeiras/ costureira de máquina reta/ frizadeiras/ overloquista/ pregadeira de bolsos/ pregadeira de pala/ pregadeira de viés/ pregadeira de botões/ pregadeira de mangas/ pregadeira de punho/ pregadeira de zíper/ bordadeira/ costureira máquina de 02 agulhas).

¹⁴⁵ A compilação dos dados está disponível no apêndice 2 desta tese.

Gráfico 2 – Relação de trabalho

Fonte: Pesquisa via Formulário *Google*. Elaboração própria, 2023.

No gráfico 3, apresentado a seguir, com o percentual de cada espaço de trabalho, verifica-se a predominância do trabalho em domicílio, que se destaca novamente, onde, das 33 participantes, 22 (68,8%) declaram trabalhar em suas residências na função de costureiras.

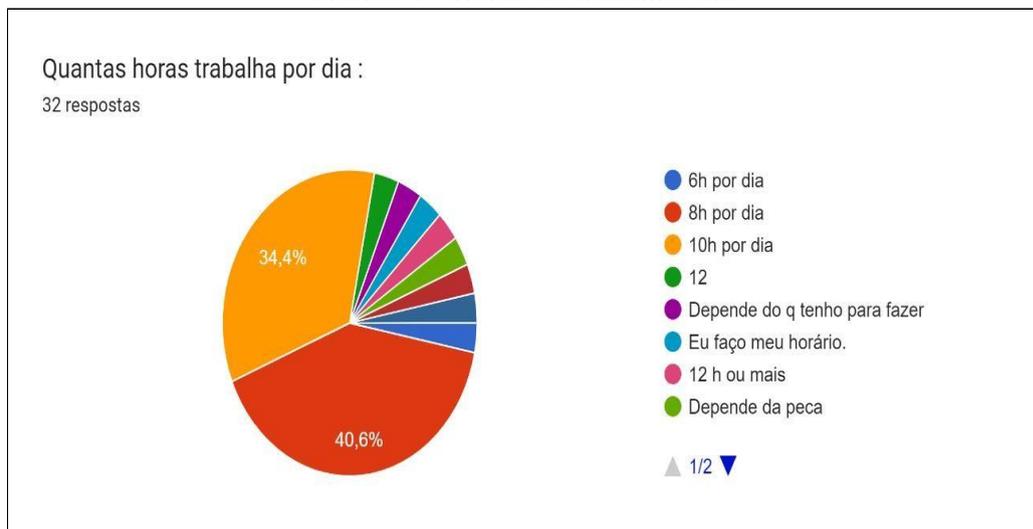
Gráfico 3 – Ambiente de trabalho

Fonte: Pesquisa via Formulário *Google*. Elaboração própria, 2023.

Sabemos da ilusória concepção no que se refere ao controle da quantidade de horas de trabalho exercida em casa, para aquelas/es que precisam ou não possuem escolha ao aderirem ao trabalho em domicílio. No total das participantes, considerando o conjunto dos espaços de trabalho, 75% trabalham oito ou 10 horas por dia, o que pode ser verificado no gráfico 4. No que se refere às trabalhadoras

que declaram exercer a função em domicílio, temos o expressivo número de 75% das 22 participantes que trabalham entre oito e 10 horas por dia. Duas participantes declararam trabalhar 12 horas diárias.

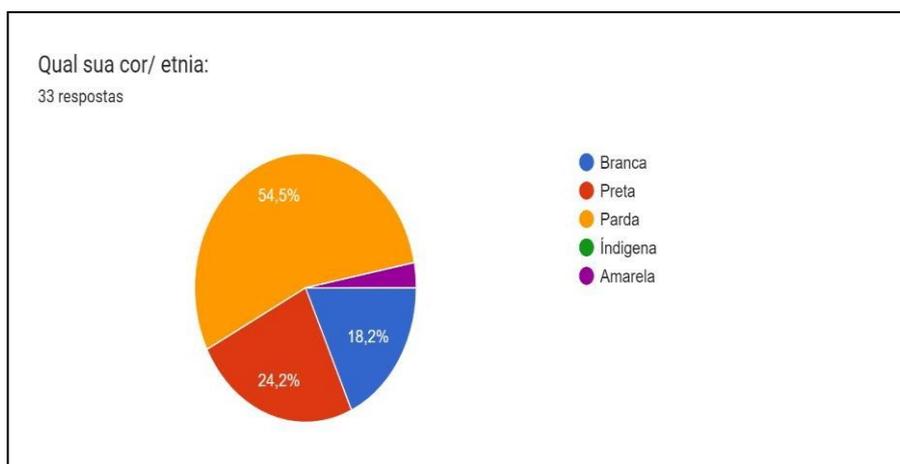
Gráfico 4 – Horas de trabalho/ dia



Fonte: Pesquisa via Formulário *Google*. Elaboração própria, 2023.

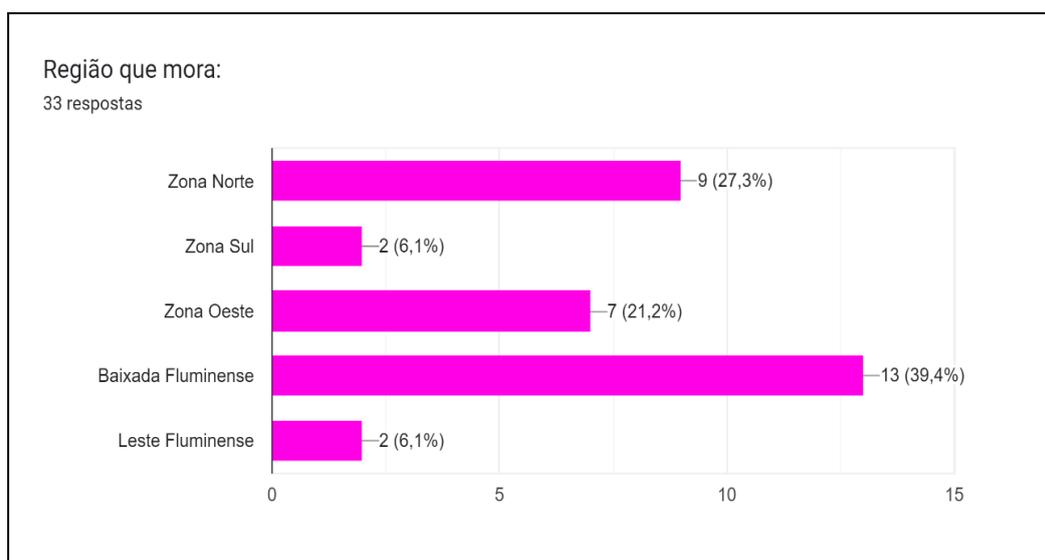
Sobre a cor das trabalhadoras, 54,5% se declaram pardas e 24,2% pretas, somando uma maioria de mulheres negras que compõem o grupo de trabalhadoras neste setor, que são moradoras das zonas Norte, Oeste e Baixada Fluminense. O que corrobora com os dados de que, na região Metropolitana do Rio de Janeiro, 52,78%¹⁴⁶ dos habitantes se declaram negros/as (considerando os critérios do IBGE que incluem pretos ou pardos). O gráfico 5, a seguir, apresenta os dados sistematizados através das respostas das trabalhadoras.

¹⁴⁶ Fonte: <https://projecolabora.com.br/ods1/mapa-da-desigualdade/>. Acesso em: 02 set .2023.

Gráfico 5 - Autodeclaração Étnico-Racial

Pesquisa via Formulário *Google*. Elaboração própria, 2023.

Outro ponto de grande importância está na localização das moradias das trabalhadoras, o que reafirma o nosso argumento, já desenvolvido nesta tese. Das 33 participantes, 87,9% não residem na região das sedes e nem do público alvo das marcas para quem, em última análise, trabalham. Os dados foram sistematizados no gráfico 6:

Gráfico 6 – Região/Local de Residência

Fonte: Pesquisa via Formulário *Google*. Elaboração própria, 2023.

Os relatos coletados no questionário online expressam também o baixo valor pago por peças produzidas, o que vai de encontro com a “justificativa” do empresariado, citada anteriormente, de que o trabalhador produz mais em

domicílio do que na fábrica, desconsiderando que, para garantir o mínimo de retorno financeiro, é preciso produzir muitas peças por dia, ultrapassando a jornada de oito horas diárias de trabalho, devido ao baixo valor pago pelas marcas. O relato destacado a seguir é de uma costureira que declarou produzir de 30 a 50 peças por dia, no valor de R\$ 2 a R\$ 6, em uma jornada de 10 horas de trabalho. Ela informou que procura trabalho nas marcas de vestuário e também utiliza a rede social como espaço de busca. Vejamos:

Infelizmente o serviço de costureira tem sido cada vez mais desvalorizado, o custo da produção tem sido alto para nós e tem algumas que trabalham por centavos, aí as boas profissionais não têm como negociar valor por peça e assim estamos cada vez mais defasadas em relação a ganhos (Costureira nº 28, trabalha em domicílio, branca, moradora da zona Oeste).

Esta situação é confirmada nas figuras de 2, 3 e 4 apresentadas a seguir. Nos grupos de divulgação de trabalho algumas participantes declaram os preços esperados por peça produzida. Não há como saber se essa demanda vem de alguma marca específica porque, geralmente, não é o representante da marca que divulga e expõe a vaga de emprego ou de produção na rede social.

Figura 2 – Divulgação de trabalho 1



Fonte: Facebook. Captura de tela – Grupo Costureiras - Fação RJ/.
Elaboração própria, 2023.

Figura 3 – Divulgação de trabalho 2



Fonte: Facebook. Captura de tela – Grupo Costureiras - Facção RJ/.
Elaboração própria, 2023.

Figura 4 – Divulgação de trabalho 3



Fonte: Facebook. Captura de tela – Grupo Costureiras - Facção RJ/.
Elaboração própria, 2023

A trabalhadora citada a seguir trabalha informalmente para uma facção que presta serviço para várias das famosas marcas cariocas de vestuário. Relatou trabalhar 10 horas por dia em domicílio, recebendo de R\$ 6 a R\$ 25 por peça, com produção diária de até 10 peças. Os prazos de entrega quase sempre rápidos e os pagamentos demorados, onde, de acordo com a trabalhadora, os “*prazos de pagamentos não são compatíveis, isso atrapalha nosso crescimento quando*

somos ainda pequenos” (Costureira nº 33, trabalha em domicílio, parda, moradora da zona Norte).

Dentre as profissionais que possuem vínculo formal de trabalho, há uma clara percepção de redução de espaço de trabalho, número menor da equipe interna e perda de alguns benefícios como café da manhã ou espaço para a manutenção da trabalhadora durante o expediente. A costureira identificada como entrevistada 26 relata que a empresa oferece uma premiação pela produção, porém, conta: *“não ganho por peças, ganho uma premiação de R\$150,00, mas se faltar perde”*. Sobre a produção, descreve que são *“vários lotes por dia, não conto, só vou fazendo e quanto menos pessoas trabalham mais serviço fica pra quem está”*. Em seguida, demonstra insatisfação com as mudanças no espaço de trabalho:

Acho que tinha que ter um espaço pra tomarmos um banho, pois somos mulheres e às vezes, no período menstrual, temos necessidade de tomar um banho, mas infelizmente não tem mais chuveiro na fábrica, os donos fizeram um banheiro pra eles (Costureira 26, trabalha em fábrica, parda, moradora da Baixada Fluminense).

Apesar da informalidade, as relações entre marcas, confecções e facções são estabelecidas por meio de uma hierarquia, pois a marca pressiona para o cumprimento de prazos e define o valor pago por peça produzida. Aplica multa às confecções/facções em caso de atraso na entrega e repassa para as trabalhadoras atividades além da costura, tendo acúmulos de funções, como a retirada e a entrega da produção, custeio dos aviamentos, passadoria, embalagens e etiquetagem que, muitas vezes, não são incluídas no valor acordado. No depoimento a seguir, a costureira relata que custeia os aviamentos, além da máquina de costura e sua manutenção, trabalha informalmente em domicílio e já ganhou por peça produzida valores entre R\$ 1,80 a R\$10, e descreve que *“estão querendo que a costureira faça tudo. E ainda querem que a costureira vá pegar e entregar as peças”* (Costureira 14, trabalha em domicílio, parda, moradora da Baixada Fluminense).

Relato que se reforça nas figuras 5 e 5.1, referentes a publicação e os comentários, no grupo de costureiras, sobre o acúmulo de funções e a relação das trabalhadoras com as representantes das marcas. Vejamos a seguir:

Figura 5 - Acúmulo de funções



Fonte: Facebook. Captura de tela – Grupo Costureiras - Facção RJ/
Elaboração própria, 2023

Figura 5.1 - Acúmulos de funções (comentários)



Fonte: Facebook. Captura de tela – Grupo Costureiras - Facção RJ/
Elaboração própria, 2023

Estes relatos revelam situações de trabalho das costureiras que se inserem no contexto de reorganização do trabalho anteriormente referido nesta tese, baseado em redes de subcontratação, com pressão para entrega rápida, onde a marca não possui muitas/os trabalhadoras/es na sede, passando para os moldes de empresa “enxuta” e “flexível”, desverticalizada e subcontratando fornecedoras de produtos e de força de trabalho polivalente e informal (Antunes, 1999a).

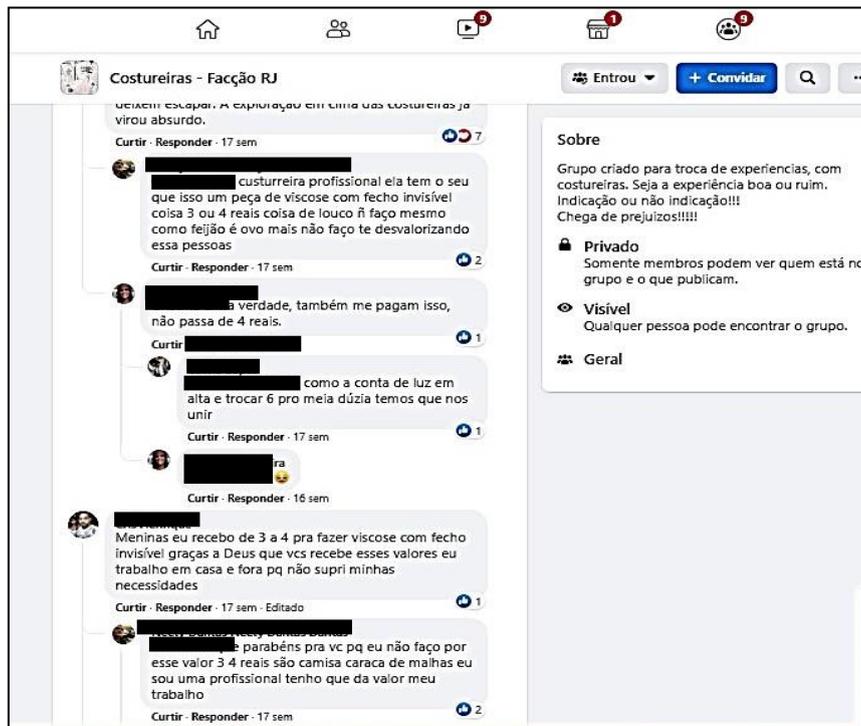
Esse processo de transferência da produção, configurado na terceirização e subcontratação, além de transferir os custos, aqui representados pelos aviamentos, máquinas e manutenção de equipamentos, e até mesmo transporte (já que muitas trabalhadoras buscam e levam as peças até a marca), transfere também os diversos riscos de trabalho e dificulta a “regulação” do Estado ou do sindicato.

Neste contexto, as redes sociais passam a ser um espaço de relato de experiências e desabafo entre as trabalhadoras, pois devido à informalidade das relações de trabalho e ao número de participantes dos grupos específicos de profissionais, como de facções e de costura, fica mais simples encontrar trabalhadores com experiências parecidas.

Com essa falta de regulação e controle, a consequência é a potencialização da exploração do trabalho, uma vez que se reduz a possibilidade de ações que poderiam impor limites à exploração. Reforça-se a superioridade da empresa sobre o trabalhador e retira o máximo de limitações à sua exploração, dando à terceirização a capacidade de ultrapassar esses limites de exploração da força de trabalho feminina (Filgueiras, 2016; Oliveira, 2018).

A desvalorização da força de trabalho, e em especial a feminina, foi mencionada neste estudo em suas variadas faces, mas no setor da moda as costureiras são atravessadas mais profundamente com a desvalorização da força de trabalho. Nas figuras 6 e 6.1 podemos ver o relato de algumas trabalhadoras sobre os baixos valores recebidos pelo seu trabalho:

Figura 6 – Valor do trabalho 1



Fonte: Facebook. Captura de tela – Grupo Costureiras - Facção RJ/.
Elaboração própria, 2023

Figura 6.1- Valor do trabalho 2



Fonte: Facebook. Captura de tela – Grupo Costureiras - Facção RJ/.
Elaboração própria, 2023.

A partir do panorama traçado podemos observar que a indústria da moda carioca conta com a Prefeitura do Rio de Janeiro como forte aliada para sua expansão e manutenção. Desfruta dos aparatos econômico e turístico e do uso do território físico e da imagem da cidade, articulando público e privado para o acúmulo de capital e reforçando a ideia de cidade mercadoria. Porém, essa aliança direcionada ao mercado não tem olhos voltados para o grupo que produz a mercadoria que representa as marcas, dentro e fora da cidade, os/as trabalhadores/as, em especial as costureiras.

Diante dos dados coletados e dos relatos a partir das experiências das costureiras, podemos observar, nos bastidores da indústria da moda carioca, tanto em relação à reestruturação da produção, quanto em relação à composição do perfil das trabalhadoras, que o setor carrega os sintomas da reestruturação do capital e sua depredação das garantias de direitos básicos no mundo do trabalho.

A exclusão da/os trabalhadoras/os dos grupos de organização do setor vinculados à Prefeitura bem como o seu visível enfraquecimento na organização sindical deixa em desvantagem, essas/es trabalhadoras/es *da ponta* do processo produtivo.

As mais afetadas nesta cadeia de produção são as costureiras, pois sua força de trabalho é a mais “barata” por não terem acesso ao mesmo território das marcas, por estarem historicamente atreladas a dupla jornada de trabalho não remunerado e precário e por não representarem o perfil de consumidoras da indústria da moda carioca que, como buscamos demonstrar, está fincada nas belas praias da cidade e no glamour do seu entorno, desconsiderando o restante da cidade e a classe trabalhadora que nela vive e que é fundamental para seu desenvolvimento.

5 Considerações finais

Os elementos trazidos nesta tese buscaram analisar as expressões da precarização do trabalho na indústria da moda, com destaque para a cidade do Rio de Janeiro.

Consideramos que as estratégias adotadas pelo capitalismo e pela indústria da moda, apesar de parecerem desconectadas, se desdobram em importantes alterações nas relações de trabalho e fazem parte de um processo que afeta profundamente a classe trabalhadora.

A moda é indissociável do capitalismo. O que é produzido pela indústria da moda é produzido socialmente e, todo movimento feito para separar o processo produtivo da mercadoria, da imagem deste setor, possui a finalidade de garantir sua permanência no âmbito do místico, do simbólico, do desejo e, por que não dizer, no fetichismo.

Neste sentido, a indústria da moda possui os mesmos moldes de outras indústrias capitalistas e sua rede produtiva possui forte dependência de outros setores, como, por exemplo, a pecuária, a agricultura, a indústria metalúrgica e a indústria de bens de capital. Isto significa que ela está inserida nos vários processos de produção, consumo e circulação de mercadorias, além de ser espaço de reorganização das relações de trabalho e do processo produtivo, ou seja, produção e reprodução da sociabilidade capitalista.

A moda possui características que são fundamentais para a dissimulação de suas relações, em especial as de trabalho, buscando imprimir uma face glamourosa, mística e simbólica para tudo com que se associa.

Algumas pautas de enfrentamento ao sistema capitalista são transformadas em tendências e são capturadas pela indústria da moda, retornando ao debate coletivo na figura de mais uma forma de lucro do capital, pois sua contestação é pautada partir do olhar do glamour, da superficialidade, da produção e do consumo de mercadoria.

Como exemplo, temos as pautas sobre o meio ambiente, onde a indústria da moda está inserida entre as que mais poluem, com uso de material sintético, agrotóxico, lavagem das fibras e a quantidade de produção de mercadorias. A ideia ou discurso de sustentabilidade passou a ser um meio de vender novas peças e se inserir na nova demanda de consumo mais preocupada com o meio ambiente. Porém, além de passar a responsabilidade dos riscos ambientais para

o consumidor, muitas marcas usam a bandeira da sustentabilidade como fachada e não cumprem os critérios necessários para, de fato, se tornarem mais conscientes quanto ao esgotamento dos recursos naturais e a preservação do meio ambiente.

Outro ponto que nos chama atenção é o uso pela moda de conceitos que tentam conscientizar e humanizar o capital, ao defender a ideia, por exemplo, de “comércio justo”, que parte do ponto em que os produtores de países do Norte, como Estados Unidos e países da Europa, ao consumirem os produtos importados dos países do Sul, a exemplo do Brasil, saberão que não estão contribuindo para a exploração do/a trabalhador/a que os produziu. Uma espécie de “*white savior*” da indústria da moda.

Já o conceito de “preço justo” nos mostra um embate importante, pois nessa relação que é comercial e, por natureza, visa o lucro e a competição, como ficaria a definição do que é preço justo, já que este conceito cabe também para o valor da força de trabalho? Será que a diferença entre o valor que a força de trabalho produz e o valor do salário, definida por Marx como mais-valia, seria entregue ao trabalhador/a? Sabemos que mais-valia é a base da acumulação de capital e do capitalista. Portanto, o que é justo?

Por fim, entendemos que o “consumo consciente” é a responsabilidade repassada para o consumidor, que vem sendo bombardeado de informações, de novas mercadorias, estimulado a acreditar que precisa ter as últimas tendências da moda, tendo marcas *online* de roupas como a Shein, com oferta de milhares de produtos a preços baixíssimos. Contudo, agora, passa a ser de sua responsabilidade, apesar de todo estímulo, comprar somente o necessário e pensar no impacto do seu consumo no mundo.

Outra aptidão da indústria da moda é a de embarcar em processos de valorização do capital, como a capacidade de transformar as cidades em mercadorias. Todo aparato construído para facilitar a acumulação capitalista, expresso no espaço da cidade, como a construção de aparelhos urbanos, a constituição de condições facilitadoras de circulação de mercadoria, concentração de força de trabalho em determinados territórios da cidade, são utilizados para criar a ambientação da imagem de determinadas marcas da indústria da moda.

No caso da cidade do Rio de Janeiro, todo aspecto alegórico de parte da cidade é apropriado pela moda. As praias, os equipamentos urbanos como museus, espaços de atividades coletivas, ambos localizados em determinado território. Assim se constrói a marca Rio (moda carioca), sem a participação visível

da classe trabalhadora que produz as mercadorias que são vendidas com a “cara da cidade”.

Além disso, no intuito de ir além das concepções sobre as categorias mercadoria, fetiche e consumo, que são associadas ao mundo da moda e neste contexto se fundam em definições mais superficiais, foi de grande importância pensá-las a partir da teoria marxista e sua análise sobre o capitalismo, pois, assim, nosso ponto de partida está no modo de produção e reprodução capitalista, que possui na mercadoria e na exploração do trabalho seu alicerce, assim como é reproduzido na indústria da moda.

As mercadorias produzidas por essa indústria são envolvidas por uma espécie de “moldura de ouro”, que, na realidade, são representações criadas pelo capitalismo e que causam uma ilusão da mercadoria independente, desvinculada do processo produtivo, de força externa ao mundo e que invertem o sentido das coisas. A dualidade da mercadoria (valor de uso e valor de troca) também é presente nas peças produzidas pela moda, apesar de todo o seu esforço de criar uma áurea fantasmagórica, mágica.

O valor de uso de uma mercadoria, aqui representado pela peça de vestuário, é caracterizado pela sua capacidade de responder a uma necessidade humana. Entretanto, é suprimido quase por completo pelo seu valor de troca, valor definido pela quantidade de trabalho incorporado durante o processo de produção e os valores simbólicos agregados pelas marcas, como algumas representações simbólicas de sentimentos, emoções e, também, luxo, riqueza e distinção social.

As mercadorias produzidas pelos/as trabalhadores/as dentro do sistema capitalista, e por consequência, na indústria da moda, assumem uma forma mística e independente das pessoas que as produziram. Ela se manifesta para as pessoas como um reflexo de algo externo a elas. O fetiche da mercadoria se apresenta neste universo da moda no momento em que a própria mercadoria parece autônoma ao trabalho realizado pelo homem.

Nos bastidores deste processo fica oculto todo o trabalho realizado pela classe trabalhadora que, em sua maioria, esteve e está exposta a condições e relações de trabalho precárias e informais, características presentes nas relações de trabalho na indústria da moda. O que resta na vitrine é apenas a peça, que surge feito mágica para os consumidores, carregada de significados sociais e culturais.

Somado a essas questões, o consumo possui um papel importante na lógica do sistema capitalista. Consumir mercadorias vai muito além de apenas comprar a peça da marca, pois agrega um conjunto de elementos importantes para o

estímulo e desejo das mercadorias. O consumo é parte fundamental na engrenagem do capitalismo, pois ele está presente em todo processo de circulação de mercadorias. E a indústria da moda conta com forte aparato para a criação de formas de estímulo ao consumo, seja via campanhas de *marketing*, na criação de falsas necessidades ou na adoção de ações que estão em tendência no momento, corroborando com a ideia de consumo como elemento de alienação, pelo fato de que, dentro do capitalismo, se perde a compreensão de todo o processo produtivo.

A mercadoria força de trabalho é o ponto central para este estudo e, também, ao nosso ver, para constituição do mundo da moda e de sua indústria. Essa mercadoria se diferencia das outras mercadorias por não ser algo palpável e sim uma capacidade abstrata de trabalhar. Ela se realiza no dispêndio de energia e habilidades para a criação de bens e serviços. Ela é a fonte de criação de riqueza e valor no capitalismo. Quando uma trabalhadora da indústria da moda abre sua máquina de costura e produz 100 peças por dia, ela está utilizando sua força de trabalho para a produção das mercadorias a partir da venda da mercadoria que lhe pertence, ou seja, sua força de trabalho.

Verificamos a desvalorização da força de trabalho no contexto da indústria da moda. Mas essa desvalorização é expressiva especialmente em funções localizadas ao fim do processo produtivo da peça, na *ponta* do processo produtivo, funções ocupadas por um perfil específico de mulheres trabalhadoras. Esse processo é resultado da busca por lucro e acumulação capitalista que resulta em condições e relações precárias de trabalho e na redução do valor da força de trabalho.

Assim como tudo que ocorre na produção e reprodução do capitalismo, a moda possui a habilidade de transformar tudo e qualquer coisa em mercadoria, mercantilizando aspectos das relações sociais e criando “novas” mercadorias. Trouxemos para o debate a tentativa de lucrar por parte do setor da moda em situações extraordinárias, como no incidente ocorrido com a trabalhadora de uma marca, que acabara de ser vítima de uma tragédia; o uso de posições ditas “polêmicas” por parte de algumas marcas que, mesmo “canceladas”, lucraram como o “erro assumido”; a criação de mercadorias invisíveis aos olhos, mercadorias virtuais, roupas virtuais, que transformam a tecnologia em algo natural, obscurecendo sua face humana de produção.

Já nas mudanças do mundo do trabalho, as alterações percorrem questões que vão desde a suposição do fim da centralidade do trabalho, das regulamentações da precarização, até a transformação do/a trabalhador/a em

colaborador/as. Todos esses processos podem ser observados no interior do mundo da moda.

Não podemos nos esquecer da importância do trabalho enquanto componente fundamental e estruturante da sociabilidade humana, como categoria central para compreensão das relações sociais e também históricas e de sua transformação na sociedade capitalista. A nova morfologia do trabalho amplia o contingente de trabalhadores/as terceirizados/as, subcontratados/as, precários/as e desempregados/as. Somado a este contexto, temos as mudanças na organização do Estado, que contribui para o aumento de tais condições, com redução de políticas sociais, mudanças das leis trabalhistas, ações com intuito de remover quaisquer obstáculos que possam reduzir a produção e a circulação de mercadorias e do lucro.

Esta é a nova face do mundo do trabalho, onde as trabalhadoras da indústria da moda, sujeitos deste estudo, se encontram.

É evidente que o mundo da moda e, por consequência, a indústria da moda são setores de face feminina, tanto na criação de sua imagem quanto na predominância do uso da sua força de trabalho. O que é muitas vezes “justificado” pelo senso comum como espaço feminino por “natureza”, por conter atividades criativas e artesanais, vinculadas ao âmbito doméstico. Por isso é também importante ponderar sobre a formação do mercado de trabalho brasileiro, ao olharmos mais de perto a posição que a força de trabalho feminina possui hoje, dentro das relações laborais. Portanto, considera-se sua construção pautada em subdesenvolvimento e informalidade, juntamente com o contingente de trabalhadores/as negros/as excluídos/as dos espaços de trabalho formais.

A força de trabalho feminina está inserida em espaços de trabalho de atividades domésticas informais e com baixos salários. Soma-se aos espaços de absorção de trabalho feminino a indústria têxtil e do vestuário, pelo fato da atividade de costura ser considerada como parte da formação das mulheres. Apesar disso, a inserção das mulheres no mercado de trabalho – não esquecendo das mulheres negras trabalhadoras no período da escravidão, em funções não remuneradas – acontece sem que seja retirada a responsabilidade das atividades domésticas, caracterizando uma dupla jornada de trabalho.

Apesar dos avanços tecnológicos, é possível verificar que a indústria da moda concilia antigas formas de exploração da força de trabalho feminina, somada à transferência da produção para o espaço privado, no caso do trabalho em domicílio. Observamos que o processo de costura não demanda grandes

avanços tecnológicos, o que facilita essa transferência, agravando a terceirização e a subcontratação do trabalho.

Chegando ao nosso campo empírico de estudo, o primeiro cenário encontrado foi o de articulação da indústria da moda carioca com a esfera pública da cidade, representada pela Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Busca-se com essa parceria garantias de organização e de expansão dos mercados e lucros das marcas cariocas. Porém, sem participação das trabalhadoras e nem dos seus órgãos representativos, mesmo que estejam fragilizados. A leitura feita por essa articulação entre público e privado, está baseada na divisão da cidade em territórios que podem ou não representar a cidade no mundo da moda. Há o reconhecimento da predominância da informalidade nas relações de trabalho e do uso da força de trabalho feminina no processo de produção das peças, em especial da costura, porém, é tratado com parte natural das relações do setor. Nos relatórios estudados, foi verificada a leitura das regulamentações trabalhistas como um grande empecilho para a produção e expansão das empresas, fato defendido até mesmo por trabalhadoras que acreditam que o empreendedorismo é a solução para as já péssimas relações e condições de trabalho.

No segundo momento, a partir da pesquisa realizada, verificamos, nos bastidores do setor, que na reorganização do trabalho as trabalhadoras mais afetadas são as costureiras, pois sua força de trabalho é a mais desvalorizada dentro da cadeia produtiva. Este grupo é o mais atravessado pelas formas mais precárias de trabalho, com terceirização, subcontratação, o não pagamento pela produção, acúmulo de funções e pressão para o cumprimento de prazos, sem condições de negociarem os valores pago por peça produzida e arcando com os custos da produção, como material de costura, manutenção do maquinário e aviamentos.

Mulheres trabalhadoras com perfil específico, que não são representadas pelas marcas que trabalham. Trabalhadoras negras, moradoras das zonas menos valorizadas da cidade com vínculo informal de trabalho e que utilizam seus espaços de moradias como ambientes de produção.

Desta forma, acreditamos ter nos aproximado de alguns dos elementos importantes que compõem a forma do “mundo da moda”, vinculando-a ao desenvolvimento capitalista, onde se utiliza da organização e da divisão do trabalho, juntamente com todas as suas consequências na indústria, na tecnologia, no território e nas relações sociais.

Buscamos, assim, apresentar a importância de entender melhor o que está por trás dos bastidores da indústria da moda, onde se verificam expressões da

precarização do trabalho, vividas pelas trabalhadoras, em especial as costureiras, procurando refletir à luz do referencial analítico mobilizado sobre as contradições encontradas e que não ficam evidentes nas peças expostas nas vitrines cariocas e do mundo.

6 Referências bibliográficas

ABRAMO, Laís; VALENZUELA, María Elena. Tempo de trabalho remunerado e não remunerado na América Latina: uma repartição desigual. In: ABREU, Alice Rangel de Paiva; HIRATA, Helena; LOMBARDI, Maria Rosa (Org.). **Gênero e trabalho no Brasil e na França: perspectivas interseccionais**. 1 ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

ABREU, Alice Rangel de Paiva. **O avesso da moda: trabalho a domicílio na indústria de confecção**. São Paulo: Hucitec, 1986.

ABREU, Maurício de Almeida. **Evolução urbana do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: IPP, 2011.

ALMEIDA, Giovana Goretti Feijó de; ENGEL, Vonja. A cidade-mercadoria e o marketing urbano na (re)construção da imagem dos espaços públicos: o caso da marca da cidade do Rio de Janeiro. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, Recife, v. 19, n. 1, p. 89-105, jan./abr. 2017. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/5139/513954270006.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2023.

ALVES, Giovanni. Dimensões da reestruturação produtiva: ensaios de sociologia do trabalho. 2ª ed. Londrina: Praxis; Bauru: Canal 6, 2007.

ANDERY, Maria Amélia Pie Abid; MICHELETTO, Nilza; SÉRIO, Tereza Maria de Azevedo Pires. **Para compreender a ciência: uma perspectiva histórica**. Rio de Janeiro: Garamond, 2012.

ANTUNES, Ricardo.) **Adeus ao trabalho?** Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. São Paulo: Cortez; Campinas: Ed. Unicamp, 1996.

ANTUNES, Ricardo (org.). **Uberização, trabalho digital e Indústria 4.0**. São Paulo: Boitempo, 2020a.

ANTUNES, Ricardo. Dimensões da precarização estrutural do trabalho. In: DRUCK, Graça; FRANCO, Tânia (Org.). **A perda da razão social do trabalho: terceirização e precarização**. São Paulo: Boitempo, 2007.

ANTUNES, Ricardo. **O caracol e sua concha: ensaio sobre a nova morfologia do trabalho**. Asian Journal of Latin American Studies [online], Coreia do Sul, v. 18, n. 4, p. 137-155, 2005.

ANTUNES, Ricardo. **O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital**. São Paulo: Boitempo, 2018.

ANTUNES, Ricardo. O trabalho no capitalismo pandêmico: para onde vamos? In: Lole, Ana. **Diálogos sobre o trabalho, serviço social e pandemia**. Rio de Janeiro: Mórula, 2021.

ANTUNES, Ricardo. **Os novos proletários do mundo na virada do século**. Lutas Sociais, São Paulo, n. 6, p. 113-124, 1999b.

ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho**. Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. 3 ed. São Paulo: Boitempo, 1999a.

ANTUNES, Ricardo. **Pandemia desnuda perversidades do capital contra trabalhadores**. Publicada em 27 de junho de 2020. Entrevista concedida ao Brasil de Fato. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/06/27/ricardo-antunes-pandemia-desnuda-perversidades-do-capital-contra-trabalhadores>. 2020b. Acesso em: 24 abr. 2021.

ANTUNES, Ricardo; DRUCK, Graça. **A terceirização sem limites: a precarização do trabalho como regra**. O Social em Questão, Rio de Janeiro, ano XVIII, n. 34, p. 19-40, 2015.

AUGUSTO, Andre Guimarães. **O fim da centralidade do trabalho?** Pesquisa & Debate, São Paulo, v. 9, n. 2 (14), p. 87-104, 1998.

BEHRING, Elaine. **Brasil em contrarreforma: desestruturação do Estado e perda de direitos**. São Paulo: Cortez, 2003.

BRAGA, Gustavo Bastos; FIÚZA, Ana Louise Carvalho; REMOALDO, Paula Cristina Almeida. **O conceito de modo de vida: entre traduções, definições e discussões**. Sociologias, Porto Alegre, ano 19, no 45, mai/ago 2017, p. 370-396. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/soc/a/WTrTjtdQCVfVXNdHchQRmgk/?format=pdf&lang=pt> Acesso em: 14 abr. 2023.

BRANDÃO VAZQUEZ, Ana Carolina. **De Cidade Maravilhosa à cidade mercadoria: o Rio de Janeiro como valor de troca**. Em Pauta, Rio de Janeiro, 1º sem. 2017, nº 39, v. 15, pp. 224-238. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revistaempauta/article/viewFile/30384/21550>. Acesso em: 07 jun. 2023.

BRASIL. **Lei Nº 13.429, de 31 de março de 2017**. Altera dispositivos da Lei no 6.019, de 3 de janeiro de 1974, que dispõe sobre o trabalho temporário nas empresas urbanas e dá outras providências; e dispõe sobre as relações de trabalho na empresa de prestação de serviços a terceiros. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/L13429.htm>. Acesso em: 12 abr. 2018.

BRUSCHINI, Cristina; LOMBARDI, Maria Rosa. A bipolaridade do trabalho feminino no Brasil contemporâneo. **Cadernos de Pesquisa**, nº 110, p. 67-104, julho 2000. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cp/a/dzDXTKKnr96DdTZSqnmH5r/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 18 mai. 2023.

BRUSCHINI, Maria Cristina A.; ROSEMBERG, Flávia. A mulher e o trabalho. In: **Trabalhadoras do Brasil**. São Paulo: Brasiliense; Fundação Carlos Chagas, 1982.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito: manifesto pela grande virada**. São Paulo: Paralela, 2017.

CHESSAIS, François. **A mundialização do capital**. São Paulo: Xamã, 1996.

COUTINHO, Ronaldo. “Crise ambiental” e desenvolvimento insustentável: a mitologia da sustentabilidade e a utopia da humanização do capitalismo “selvagem”. **Praia Vermelha**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 2, p. 21-36, jul./dez. 2009.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Senac, 2006.

DA LUZ, Ricardo Santos. **Trabalho alienado em Marx: a base do capitalismo**. Dissertação de Mestrado (Filosofia). Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Filosofia da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre: PUC-RS, 2008.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

DE MASI, Domenico. **O ócio criativo**. 3.ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

DION, Eder da Costa; COSTA, José Ricardo Caetano. A categoria do trabalho como questão central na sociedade capitalista atual: uma análise do trabalho à luz da teoria marxista. In: **Marxismo e direito**. [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UFPB; coordenadores: Enoque Feitosa Sobreira Filho, Enzo Bello, Paulo Henrique Tavares da Silva. – Florianópolis: CONPEDI, 2014. Disponível em: <http://publicadireito.com.br/artigos/?cod=294579d00ba8c230#:~:text=O%20trabalho%20%C3%A9%20categoria%20central,a%20nega%C3%A7%C3%A3o%20do%20pr%C3%B3prio%20ser>. Acesso em: 10 mai. 2023.

EIGA, João Paulo Cândia; GALHERA, Katiúscia Moreno. **Ação coletiva transnacional na cadeia de confecção do vestuário e a questão de gênero**. Sociologias, Porto Alegre, ano 19, no 45, mai/ago 2017, p. 142-174. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/sociologias/article/view/70479>. Acesso em: 10 mar. 2023.

ENGELS, Friedrich. **A situação da classe trabalhadora na Inglaterra**. São Paulo: Boitempo, 2010. (Originalmente publicado em 1845).

ENGELS, Friedrich. Sobre o papel do trabalho na transformação do macaco em homem. In: ANTUNES, Ricardo (Org). **A dialética do trabalho**. Escritos de Marx & Engels. São Paulo: Expressão Popular, 2004.

FILGUEIRAS, Victor Araújo. Terceirização e trabalho análogo ao escravo: estreita relação na ofensiva do capital. In: TEIXEIRA, Marilane Oliveira; RODRIGUES, Helio; COELHO, Elaine d’Ávila (Orgs.). **Precarização e terceirização**: faces da mesma realidade. São Paulo: Sindicato dos Químicos-SP, 2016.

FILGUEIRAS, Victor Araújo. **“É tudo novo”, de novo**: as narrativas sobre grandes mudanças no mundo do trabalho como ferramenta do capital. São Paulo: Boitempo, 2021.

FRANCO, Tânia; DRUCK, Graça; SELIGMANN-SILVA, Edith. As novas relações de trabalho, o desgaste mental do trabalhador e os transtornos mentais no trabalho precarizado. **Revista Brasileira de Saúde Ocupacional**, São Paulo, v.35, n.122, p. 229-248, 2010

FUKUYAMA, Francis. **O fim da história e o último homem**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

GAZZONA, Raquel da Silva. Trabalho feminino na indústria do vestuário. **Educação & Sociedade**, ano XVIII, nº 61, dezembro/1997.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GONÇALVES, Aguinaldo. Em busca do diálogo do controle social sobre o estilo de vida. In: VILARTA, Roberto (org.). **Qualidade de vida e políticas públicas: saúde, lazer e atividade física**. Campinas: IPES Editorial, 2004, Disponível em: https://www.fef.unicamp.br/feff/sites/uploads/deafa/qvaf/qualidade_politicas_publicas_completo.pdf. Acesso em: 04 fev. 2023.

GORZ, Andre. **Adeus ao proletariado: para além do socialismo**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária: 1987.

GRESPLAN, Jorge. **Marx: uma introdução**. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2021.

GUIBERT, Bernard. A metamorfose das necessidades em desejos. **Ide (São Paulo)**, São Paulo, v. 37, n. 58, p. 71-84, jul. 2014. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-31062014000200007&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 27 mai. 2023.

GUIRALDELLI, Reginaldo. Trabalho, trabalhadores e questão social na sociabilidade capitalista. **Cadernos de Psicologia Social do Trabalho**, vol. 17, n. 1, p.101-115, 2014.

HABERMAS, HABERMAS, Jürgen. **Técnica e ciência como ideologia**. Lisboa: Edições 70, 1987.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 22 edição. 2012.

HARVEY, David. **O neoliberalismo: história e implicações**. São Paulo: Loyola, 2014.

HARVEY, David. **O novo imperialismo**. São Paulo: Loyola, 2009.

HARVEY, David. O problema da globalização. **Novos Rumos**, Marília/SP, ano 13, n. 27, p. 8-16, 1998.

HARVEY, David. **Política anticapitalista em tempos de Coronavírus**. Entrevista concedida ao Blog da Boitempo. Publicada em 24/03/2020. Disponível em: <https://blogdaboitempo.com.br/2020/03/24/david-harvey-politica-anticapitalista-em-tempos-de-coronavirus/>. Acesso em: 24 abr. 2021.

HIRATA, Helena. Tendências recentes da precarização social e do trabalho: Brasil, França, Japão. **Caderno CRH**, Salvador, v. 24, n. esp. 01, p. 15-22, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccrh/a/M4ycWQHC74JXtmXcfqNxTyy/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 31 out. 2022.

HOBBSAWN, Eric. **Era dos extremos**. São Paulo: Cia. das Letras, 1995.

HOSKINS, Tansy E. **Stitched up**: the anti-capitalist book of fashion. United Kingdom: Plutobooks, 2014.

HOSKINS, Tansy E. **The anti-capitalist book of fashion**. United Kingdom: Plutobooks, 2023.

IAMAMOTO, Marilda Villela. **Serviço Social em tempo de capital fetiche**: capital financeiro, trabalho e questão social. São Paulo: Cortez, 2007.

IANNI, Octavio. **A ditadura do grande capital**. São Paulo: Civilização Brasileira, 1981

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Coordenação de População e Indicadores Sociais, Estimativas da população residente**. 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pe/toritama.html>. Acesso em: 10 dez. 2022.

JENNINGS, Andrew et al. **Brasil em jogo**: o que fica da Copa e das Olimpíadas? 1 ed. São Paulo: Boitempo; Carta Maior, 2014.

JINKINGS, Isabella; AMORIM, Elaine Regina Aguiar. Produção e desregulamentação na Indústria têxtil e de Confecções. In: Antunes, Ricardo (org.). **Riqueza e miséria do trabalho no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2006.

JORDÃO, Ana Paula Ferreira; STAMPA, Inez. Precarização e informalidade no “mundo do trabalho” no Brasil: notas para reflexão. **Anais da VII Jornada Internacional de Políticas Públicas**. São Luiz: UFMA, 2015. Disponível em: <http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinpp2015/pdfs/eixo2/precarizacao-e-informalidade-no-mundo-do-trabalho-no-brasil-notas-para-reflexao.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2021.

KOLLBRUNNER, Timo. Trabalhando duro para Shein: Olhando por trás da fachada brilhante da gigante chinesa da “moda ultrarrápida”. **Public Eye**, nov 2021. Disponível em: <https://stories.publiceye.ch/en/shein/index.html#group-section-The-company-ord5CuUhUA>. Acesso em: 18 fev. 2023.

KREIN, José Dari. Trabalho, emprego e renda: as condições de vida de trabalhadoras e trabalhadores no capitalismo contemporâneo. **Argumentum**, Vitória, v. 14, n. 3, p. 9-23, set./dez. 2022.

LEITE, Márcia de Paula. **Tecendo a precarização: gênero, trabalho e emprego na indústria de confecções de São Paulo**. Trabalho, Educação e Saúde, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p. 239-265, 2004.

LÊNIN, Vladimir Ilitch. **O imperialismo, etapa superior do capitalismo**. Campinas: Navegando, 2011.

LESSA, Sérgio. Centralidade do trabalho: qual centralidade, qual trabalho. In: LESSA, Sérgio. **Mundo do trabalho: trabalho e ser social**. 3 ed. São Paulo: Boitempo, 2012.

LESSA, Sérgio. **Uma “praga de fantasias”**. Praia Vermelha, Rio de Janeiro, v. 10, p. 84-111, 2004.

LIBERA, Graciele Dalla; CALGARO, Cleide; ROCHA, Leonel Severo. A insustentável sustentabilidade do capitalismo. **Revista Direito e Justiça**:

Reflexões Sociojurídicas, v. 20, n. 38, p. 137-155, set./dez. 2020. Disponível em: <https://san.uri.br/revistas/index.php/direitojustica/article/view/162/46>. Acesso em: 17 set. 2022.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LOBO, Elizabeth Souza. **A classe operária tem dois sexos**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

LOUREIRO, Carlo Frederico B.; TOZONI-REIS, Marília Freitas de Campos. Teoria social crítica e pedagogia histórico-crítica: contribuições à educação ambiental. **REMEA - Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental**, ed. especial, julho/2016, p. 68–82.

LUZ, Ricardo Santos da. **Trabalho alienado em Marx**: a base do capitalismo. 2008. 101f. Dissertação (Mestrado em Filosofia) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

MANDEL, Ernest. **O capitalismo tardio**. Coleção Os Economistas. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

MARCELINO, Paula. Afinal, o que é terceirização? Em busca de ferramentas de análise e de ação política. **Pegada**, v. 8, n. 2, p.55-71, dezembro 2007. Disponível em: <https://revista.fct.unesp.br/index.php/pegada/article/view/1640/1570>. Acesso em 19 ago. 2022.

MARINI, Ruy Mauro. Dialética da dependência. In: TRASPADINI, Roberta; STEDILE, João Pedro (Org.). **Ruy Mauro Marini**: vida e obra. São Paulo: Expressão Popular, 2011.

MARX, Karl. **Contribuição à crítica da economia política**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2008. (Originalmente publicado em 1859).

MARX, Karl. **Manuscritos econômico-filosóficos**. Tradução, apresentação e notas de Jesus Ranieri. São Paulo: Boitempo Editorial, 2010.

MARX, Karl. **O capital**: crítica da economia política. Livro I: o processo de produção do capital. São Paulo: Boitempo, 2013. (Originalmente publicado em 1867).

MARX, Karl. Processo de trabalho e processo de valorização. In.: ANTUNES, Ricardo (Org). **A dialética do trabalho**. Escritos de Marx & Engels. São Paulo: Expressão Popular, 2004.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã**. São Paulo: Boitempo, 1998.

MÉSZÁROS, István. **A crise estrutural do capital**. São Paulo: Boitempo, 2009.

MISHU, Moshraf. 10 anos do colapso do Rana Plaza, porque os trabalhadores não receberam indenização até hoje. **The Daily Prothom Alo**. 24 de abril de 2023. Disponível em: <https://www.prothomalo.com/opinion/column/bnuwkzvgp3>. Acesso em: 20 mai.2023. (Tradução nossa).

MOTA, Ana Elizabete; SILVA, Maria das Graças e. A questão ambiental e o contraditório discurso da sustentabilidade. **Praia Vermelha**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 2, p. 37-50, jul./dez. 2009.

NETTO, José Paulo. **Crise do socialismo e ofensiva neoliberal**. São Paulo: Cortez, 1993.

NETTO, José Paulo. Transformações societárias e Serviço Social: notas para uma análise prospectiva da profissão. **Serviço Social e Sociedade**, nº 50. São Paulo: Cortez, 1996.

NETTO, José Paulo; BRAZ, Marcelo. **Economia política: uma introdução crítica**. São Paulo: Cortez, 2007.

NOGUEIRA, Claudia Mazzei. **O trabalho duplicado**. A divisão sexual no trabalho e na reprodução. São Paulo: Expressão Popular, 2010.

O GLOBO. Marcas mostram como o estilo carioca pode ser um bom negócio. Franquias chegam a faturamentos de R\$ 130 milhões com produtos que são a cara da cidade. Matéria de Eduardo Vanini. **O Globo**, de 28/02/2016. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/marcas-mostram-como-estilo-carioca-pode-ser-um-bom-negocio-18756617>. Acesso em: 22 mai. 2023.

OFFE, Claus. **Capitalismo desorganizado: transformações contemporâneas do trabalho e da política**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

OLIVEIRA, Aline Lourenço de. **Fashionismo às avessas: expressão da precarização do trabalho nos bastidores da moda**. Dissertação (Mestrado em Serviço Social) – Programa de Pós-Graduação em Serviço Social. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2018.

OLIVEIRA, Aline Lourenço de; STAMPA, Inez. Fashionismo às avessas: trabalho de costureiras nos bastidores da moda na cidade do Rio Janeiro. **Anais do 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Serviço Social (ENPESS)**. Vitória: UFES, 2018.

OLIVEIRA, Roberto Vêras de. O polo de confecções do agreste de Pernambuco: ensaiando uma perspectiva de abordagem. In: ARAÚJO, Ângela; OLIVEIRA, Roberto Vêras de. (orgs.). **Formas de trabalho no capitalismo atual: condição precária e possibilidades de reinvenção**. São Paulo: Editora Annablume, 2011.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD). **Relatório Nosso Futuro Comum** (Relatório Brundtland). 1987. Disponível em: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>. Acesso em: 22 mai. 2023.

PADILHA, Valquíria. Desejar, comprar e descartar: da persuasão publicitária à obsolescência programada. **Ciência e Cultura**, vol. 68, n. 4, p. 46-49, São Paulo, out./dez. 2016. Disponível em: http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252016000400015. Acesso em: 16 jul. 2023.

PEDROSO, Marina. Cor, leveza e brasilidade: conheça a história da carioca Farm. **Revisa Claudia**, 17 de janeiro de 2020. Disponível em:

<https://claudia.abril.com.br/moda/cor-leveza-e-brasilidade-conheca-a-historia-da-carioca-farm/>. Acesso em: 21 fev. 2022.

POCHMANN, Marcio. **Desenvolvimento e perspectivas novas para o Brasil**. São Paulo: Cortez, 2010.

POCHMANN, Marcio. **O emprego na globalização**: a nova divisão internacional do trabalho e os caminhos que o Brasil escolheu. São Paulo: Boitempo, 2001.

RANGEL, Felipe; CORTELETTI, Roseli de Fatima. O polo de confecções do Agreste Pernambucano: origens e configurações atuais. **Estudos de Sociologia**, Araraquara, v. 27, n. 00, p. e022013, 2022. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/estudos/article/view/13897>. Acesso em: 21 abr. 2023.

RIFKIN, Jeremy. **O fim dos empregos**: o declínio dos níveis dos empregos e a redução da força global de trabalho. São Paulo: Makron Books, 1995.

RODRIGUES, Vicente Arruda Câmara; STAMPA, Inez. A pandemia e a “inteligência” do presidente. In: LOLE, Ana; STAMPA, Inez; GOMES, Rodrigo Lima R. (orgs.). **Para além da quarentena**: reflexões sobre crise e pandemia. Rio de Janeiro: Mórula, 2020.

RODRIGUES, Victor César Fernandes. Os extremos da mercantilização da vida social na contemporaneidade do capitalismo. Uma análise à luz do fetichismo da mercadoria. **SER Social**, v. 21, n. 45, Brasília, julho a dezembro de 2019. Disponível em: file:///C:/Users/Inez/Downloads/cdarevista,+ATL_OS+EXTREMOS+DA+MERCA_NTILIZACAO+DA+VIDA+SOCIAL_366-389.pdf. Acesso em: 10 ja. 2023.

SAFFIOTI, Heleieth Lara Bongiovani. **A mulher na sociedade de classes**: mito e realidade. São Paulo: Expressão Popular, 2013.

SAFFIOTI, Heleieth Lara Bongiovani. O trabalho da mulher no Brasil. **Perspectivas**, São Paulo, v.5, p. 115-135, 1982.

SANTOS, Elizete Ignácio. **Território da moda**: a indústria da moda na cidade do Rio de Janeiro; [Relatório de pesquisa etapa qualitativa]. Rio de Janeiro: Instituto Pereira Passos, 2011. Disponível em: http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/1806097/DLFE-230511.pdf/Territorios_da_ModaRelatorio_Qualit.pdf. Acesso em: 07 set. 2023.

SANTOS, Flávia Barbosa Pardini dos; STAMPA, Inez. Medidas recessivas sobre os direitos dos trabalhadores no Brasil: breve esboço histórico sobre ofensivas e resistências. **Libertas**, Juiz de Fora, v.17, n.1, p. 45-64, jan./jul. 2017.

SANTOS, Milton. Desenvolvimento econômico e urbanização em países subdesenvolvidos: os dois sistemas de fluxo da economia urbana e suas implicações espaciais. **Boletim Paulista de Geografia**, n. 53, p. 35–60, fevereiro de 1977 (republicado em abr. 2017). Disponível em: <https://publicacoes.agb.org.br/boletim-paulista/article/view/1096>. Acesso em: 15 mai. 2023.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, María Laura. **O Brasil**. Território e sociedade no início do o século XXI. 9 ed. Rio de Janeiro, Record, 2006.

SANTOS, Theotônio dos. **A atualidade da Teoria da Dependência**. Galiza: Terra e Tempo, 2012.

SECRETARIA MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO INOVAÇÃO E SIMPLIFICAÇÃO (SMDEIS). **Economia da moda carioca**. Rio de Janeiro: SMDEIS, 2023. Disponível em: <https://observatorioeconomico.rio/wp-content/uploads/sites/5/2023/07/Economia-da-Moda.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2023.

SILVA, Érica Monique. **O (des)costurar da trajetória escolar de mulheres de Toritama**: e no meio do caminho havia uma máquina. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Pedagogia). Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2021. Disponível em: <https://attena.ufpe.br/handle/123456789/42757>. Acesso em: 22 mai. 2022.

SILVA, Keila Garcia da. Diaristas e bordadeiras. **Formas de apropriação do trabalho feminino na contemporaneidade**. Dissertação (Mestrado em Serviço Social). Programa de Pós-Graduação em Serviço Social. Departamento de Serviço Social. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2014.

SILVA, Silvana Cristina da. Circuito superior e inferior: sinônimos para a economia formal e informal? **Coluna Territorium**, 10 ago. 2012. Disponível em: http://colunaterritorium.blogspot.com/2012/08/circuito-superior-e-inferior-sinonimos_10.html. Acesso em: 12 abr. 2023.

SOARES, Laura Tavares. **Os custos do ajuste neoliberal na América Latina**. São Paulo: Cortez, 2000.

SOUZA-LOBO, Elisabeth. **A classe operária tem dois sexos**. Trabalho, dominação e resistência. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1991.

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx**: roupas, memória, dor. Tradução de Tomaz Tadeu. 3. ed. Editora Autêntica. Belo Horizonte, 2008.

STAMPA, Inez. **Nos trilhos da privatização**: ferrovias e ferroviários do Rio de Janeiro em questão. São Paulo: Annablume, 2011.

STAMPA, Inez. Transformações recentes no mundo do trabalho e suas consequências para os trabalhadores brasileiros e suas organizações. **Em Pauta**, v. 10, p. 35-60, 2012. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revistaempauta/article/view/5104>. Acesso em: 21 mar. 2022.

STAMPA, Inez; LOLE, Ana. Trabalho e precarização social no capitalismo contemporâneo: dilemas e resistência do movimento organizado de trabalhadores. **Revista de Políticas Públicas**, v. 22, n.1, São Luís, 2018.

STEDILE, João Pedro. **A questão agrária no Brasil**: O debate tradicional – 1500-1960 (Introdução). João Pedro Stedile (org); Douglas Estevam (assistente de pesquisa). 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2011.

SVENDSEN, Lars. **Moda**: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

TAUILE, José Ricardo. **Para (re)construir o Brasil contemporâneo**: trabalho, tecnologia e acumulação. Rio de Janeiro: Contraponto, 2001.

TOLEDO, Cecília. A mulher no mundo do trabalho. In: TOLEDO, Cecília. **Gênero & classe**. São Paulo: Sundermann, 2017.

TRINDADE, Hiago. Sob a ponta da agulha: dimensões do trabalho precário da indústria têxtil. **O Social em questão**, Rio de Janeiro, Ano XX, n. 39, p. 285-300, set./dez. 2017.

VAINER, Carlos B. Pátria, empresa e mercadoria. Notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano. In: ARANTES, Otilia Beatriz; VAINER, Carlos B.; MARICATO, Ermínia (orgs.). **A cidade do pensamento único**: desmanchando consensos. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

VETTORAZZO, Lucas. O resgate da marca Rio. **Revista Exame**. Publicado em 22 de dezembro de 2011. Disponível em: <https://exame.com/revista-exame/o-resgate-da-marca-rio/>. Acesso em: 10 dez. 2022.

VIDAL DE SOUZA, José Fernando. Uma abordagem crítica sobre o greenwashing na atualidade. **Revista de Direito Ambiental e Socioambientalismo**. Maranhão, v. 3, n. 2, p. 148-8172, jul./dez. 2017. Disponível em: <https://indexlaw.org/index.php/Socioambientalismo/article/view/3765/pdf>. Acesso em: 03 jun. 2023.

VILASBOAS, Jaqueline. Flexibilidade, gênero e família: o trabalho domiciliar no setor de confecção. In.: **Anais do XVIII Congresso Brasileiro de Sociologia** Brasília-DF, 26 a 29 de julho de 2017.

WOLFF, Simone. **Informatização do trabalho e reificação**: uma análise à luz dos programas de qualidade total. Campinas: Editora da Unicamp; Londrina: Editora UEL, 2006.

WOOD, Ellen O que é agenda pós-moderna? In WOOD, E.M. & FOSTER, J.B. (orgs.). **Em defesa da História – marxismo e pós-modernismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

ZACARIAS, Rachel. Sociedade de consumo ou ideologia do consumo: um embate. **Jornal Eletrônico das Faculdades Integradas Vianna Júnior**, v. 5, n. 1, p. 107-125, Juiz de Fora, maio 2013. Disponível em: <https://www.jornaleletronicofivj.com.br/iefvj/article/view/511/487>. Acesso em 17 mai. 2023.

SÍTIOS ELETRÔNICOS

A Conferência foi a primeira grande reunião de chefes de Estado e a Organização das Nações Unidas (ONU) para tratar sobre a degradação do meio ambiente. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/conferencias-de-meio-ambiente-e-desenvolvimento-sustentavel-miniguia-da-onu>. Acesso em: 07 mai. 2018.

A Covid-19 é a doença infecciosa causada pelo novo coronavírus, identificado pela primeira vez em dezembro de 2019, em Wuhan, na China. Fonte: <https://www.paho.org/pt/covid19>. Acesso em: 02 mai. 2021.

Accordon Fire and Building Safety in Bangladesh. Disponível em. Fonte: http://mneguidelines.oecd.org/global-forum/2013_S1_1.pdf. Acesso em: 04 jun. 2023.

Alliance for Bangladesh Workers' Safety. Disponível em: <https://fdra.org/latest-news/alliance-for-bangladesh-worker-safety-update>. Acesso em: 04 jun. 2023.

ASOS, Boohoo and Asda investigated over fashion 'green' claims. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/news/asos-boohoo-and-asda-investigated-over-fashion-green-claims>. Acesso em: 02 mai. 2023.

BoF Sustainability Index. Disponível em: <https://www.businessoffashion.com/reports/sustainability/measuring-fashion-sustainability-gap-download-the-report-now/>. Acesso em: 02 mar. 2023.

Boohoo lança colaboração centrada na sustentabilidade com Kardashian Barker. Disponível em: <https://pt.fashionnetwork.com/news/Boohoo-lanca-colaboracao-centrada-na-sustentabilidade-com-kardashian-barker,1436397.html>. Acesso em: 18 fev. 2023.

Código de conduta para parceiros da Booksfield. Disponível em: <https://www.brookfield.com/sites/default/files/2020-11/Codigo%20de%20Conduta%20%C3%89tica%20para%20Fornecedores%20-%20Brookfield%20Properties.pdf>. Acesso em: 01 mai. 2023.

Como a pandemia mudou a vida dos trabalhadores de Toritama. Disponível em: <https://12ft.io/proxy?q=https%3A%2F%2Ftab.uol.com.br%2Fedicao%2Ftoritama%2F%23page1>. Acesso em: 05 jun. 2023.

Conheça as principais certificações para moda sustentável. Disponível em: <https://www.senacmoda.info/certificacoes/>. Acesso em: 11 jun. 2022.

Corte em linhas de ônibus é criticado por moradores dos subúrbios do Rio. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2015/09/18/corte-em-linhas-de-onibus-e-criticado-por-moradores-do-suburbio-do-rio.htm>. Acesso em: 25 fev. 2023.

Covid outbreak exposes dire conditions at Guatemala factory making US brands. Disponível em: <https://www.theguardian.com/global-development/2020/aug/06/covid-outbreak-exposes-dire-conditions-at-guatemala-factory-making-us-brands>. Acesso em: 03 mai. 2022.

Desempenho Grupo Soma. Disponível em: <https://api.mzig.com/mzfilemanager/v2/d/dd835c95-0412-4284-82db-dae5784acebc/f41e0675-6400-16c4-2783-61cdeb3f67e5?origin=1>. Acesso em: 09 mai. 2022.

Entrevista concedida por Marina Colerato (Modifica) à Revista Elle. Disponível em: <https://elle.abril.com.br/moda/o-que-significa-consumir-moda-de-forma-mais-consciente-e-como-aplicar-isso-na-sua-vida/>. Acesso em: 11 mai. 2020.

Entrevista concedida ao Blog da Boitempo. Disponível em: <https://blogdaboitempo.com.br/2020/03/24/david-harvey-politica-anticapitalista-em-tempos-de-coronavirus/>. Acesso em: 24 abr. 2021.

Entrevista concedida ao Brasil de Fato. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/06/27/ricardo-antunes-pandemia-desnuda-perversidades-do-capital-contra-trabalhadores>. Acesso em: 24 abr. 2021.

Estatística - empreendedorismo individual.
Fonte: <http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemi/private/pages/relatorios/relatorioMunicipioCnaeSexo.jsf>. Acesso em :11 ago. 2023.

Fábrica Guararapes encerra atividades e demite 2 mil funcionários em Fortaleza. Disponível em: <https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2023/01/10/fabrica-guararapes-encerra-atividades-e-demite-2-mil-funcionarios-em-fortaleza.ghtml>. Acesso em: 04 jun. 2023.

Fabricante das Havaianas anuncia demissão em massa no Nordeste. Disponível em: <https://asbraf.com/economia-mercado/fabricante-das-havaianas-anuncia-demissao-em-massa-no-nordeste/>. Acesso em: 04 jun. 2023.

Farm. Disponível em: <https://www.farmrio.com.br/institucional/sobre>. Acesso em: 01 abr. 2023.

Fast fashion hasn't stopped putting profits over people. The Coronavirus fallout. Disponível em: <https://www.huckmag.com/art-and-culture/style/covid-19-poses-an-existential-threat-to-fast-fashion-industry/>. Acesso em: 03 mai. 2022.

Fica permitido à empresa de terceirização subcontratar outras empresas para realizar serviços de contratação, remuneração e direção do trabalho a ser realizado por seus trabalhadores nas dependências da contratante.
Fonte: <http://www2.camara.leg.br/camارانoticias/noticias/TRABALHO-E-PREVIDENCIA/526747-CAMARA-APROVA-TERCEIRIZACAO-PARA-TODAS-AS-ATIVIDADES-DA-EMPRESA.html>. Acesso em: 27 mai. 2017.

Haddad anuncia acordo com Shein e plano de nacionalização das vendas.
Fonte: <https://veja.abril.com.br/economia/haddad-anuncia-acordo-com-shein-e-plano-de-nacionalizacao-das-vendas>. Acesso em: 20 de mai. 2023.

Índice de Transparência da Moda Brasil – Edição 2022. Disponível em: https://www.fashionrevolution.org/wp-content/uploads/2022/12/FR_IndiceDeTransparenciadaModaBrasil_2022.pdf. Acesso em: 02 mai. 2023.

Íntegra dos esclarecimentos de Brookfield e Grupo Soma. Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/2022/12/integra-dos-esclarecimentos-de-brookfield-e-grupo-soma/>. Acesso em: 02 jan. 2023.

Marcas mostram como o estilo carioca pode ser um bom negócio. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/marcas-mostram-como-estilo-carioca-pode-ser-um-bom-negocio-18756617>. Acesso em: 22 mai. 2023.

Moradores da Vila Aliança, em Bangu, na Zona Oeste, dizem que estão sem luz há sete dias. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de->

[janeiro/noticia/2022/01/28/moradores-da-vila-alianca-em-bangu-na-zona-oeste-dizem-que-estao-sem-luz-ha-sete-dias.ghtml](#). Acesso em: 01 abr. 2023.

National Tripartite Plan of Action. Disponível em: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-dhaka/documents/publication/wcms_761054.pdf. Acesso em: 04 jun. 2023.

O Delta do Rio das Pérolas é uma das regiões mais desenvolvidas da China continental, com uma forte indústria de exportação. In: HOSKINS, Tansy. *“Fashion” is just an excuse for the rich to exploit the poor.* Disponível em: <https://www.newstatesman.com/culture/2014/05/fashion-just-excuse-rich-exploit-poor>. Acesso em: 03 mai. 2022. (Tradução nossa).

O resgate da marca Rio. Disponível em: <https://12ft.io/proxy?q=https%3A%2F%2Fexame.com%2Frevista-exame%2Fo-resgate-da-marca-rio%2F>. Acesso em: 25 fev. 2023.

Os três bairros com metro quadrado mais caro do Rio. Disponível em: <https://12ft.io/proxy?q=https%3A%2F%2Foglobo.globo.com%2Fblogs%2Fmiriam-leitao%2Fpost%2F2023%2F02%2Fos-tres-bairros-com-metro-quadrado-mais-carro-do-rio.ghtml>. Acesso: 01 abr. 2023.

Painel Regional: Rio de Janeiro e Bairros. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RJ/Anexos/Sebrae_IN_FREG_2014_CapitalRJ.pdf. Acesso em: 26 mar. 2023.

Pandemia agrava condições de trabalho no polo de confecções do Agreste pernambucano. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2021/04/04/pandemia-agrava-condicoes-de-trabalho-no-polo-de-confecoes-do-agreste-pernambucano>. Acesso em: 03 mai. 2022.

Portal do Empreendedor. Fonte: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>. Acesso em: 11 ago. 2023.

Rana Plaza Donors Trust Fund. Disponível em: <https://ranaplaza-arrangement.org/trustfund/>. Acesso em: 04 jun. 2023.

Referência ao texto no site da marca Farm. Disponível em: <https://www.farmrio.com.br/institucional/sobre>. Acesso em: 01 abr. 2023.

Relatório da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento – CMMAD, 1987. Disponível em: <http://www.un.org/documents/ga/res/42/ares42-187.htm>. Acesso em: 07 mai. 2020.

Remoção virtual: Google reduzirá presença de favelas no mapa do Rio. Cidades Possíveis. Disponível em: <https://cidadespossiveis.tumblr.com/post/5322311866/remo%C3%A7%C3%A3o-virtual-google-reduzir%C3%A1-presen%C3%A7a-de>. Cidades Possíveis. Acesso em: 25 fev. 2023.

Remoções na Vila Autódromo expõem o lado B das Olimpíadas do Rio. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2015/06/20/politica/1434753946_363539.html. Acesso em: 25 fev. 2023.

Rio de Janeiro e o resgate financeiro. Disponível em: <https://exame.com/colunistas/opiniaio/nelson-rocha-rio-de-janeiro-e-o-resgate-do-mercado-financeiro/>. Acesso em: 25 fev. 2023.

Salário mínimo nacional em maio de 2022: R\$1.320,00. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestao-publica/2023/02/presidente-anuncia-salario-minimo-de-r-1-320-a-partir-de-maio-e-isencao-do-ir-para-quem-recebe-ate-r-2.640>. Acesso em: 01 mai. 2023.

Sindicato dos Professores das Redes Públicas Estadual e Municipais no Paraná. Tragédia Rana Plaza. De Bangladesh ao Brasil a lógica de exploração das mulheres. Disponível em: <https://appsindicato.org.br/tragedia-rana-plaza/>. Acesso em: 15 mai. 2022.

Sobre violações de direitos em favelas com UPP. Disponível em: <http://www.global.org.br/blog/sobre-violacoes-de-direitos-em-favelas-com-upp/>. Acesso em: 25 fev. 2023.

Thrown to the wolves': how Covid-19 laws are being used to silence garment workers. Disponível em: <https://www.theguardian.com/global-development/2020/oct/26/thrown-to-the-wolves-how-covid-19-laws-are-being-used-to-silence-garment-workers>. Acesso em: 03 mai. 2022.

Trabalhadores denunciam salários baixos e adoecimento em fábricas de Adidas, Nike e Puma no Brasil. Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/2022/12/salarios-baixos-adoecimento-e-banheiro-controlado-assim-nascem-os-produtos-adidas-nike-e-puma-no-brasil/>. Acesso em: 02 jan. 2023.

Trabalhadores denunciam salários baixos e adoecimento em fábricas de Adidas, Nike e Puma no Brasil. Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/2022/12/salarios-baixos-adoecimento-e-banheiro-controlado-assim-nascem-os-produtos-adidas-nike-e-puma-no-brasil/>. Acesso em: 02 jan. 2023.

Trabalho infantil na cadeia produtiva da moda: Onde, por que e o que pode ser feito. Child labour in the fashion supply chain. Disponível em: <https://labs.theguardian.com/unicef-child-labour/>. Acesso em: 30 mai. 2022. (Tradução nossa).

T-SHIRT Dolce & Gabbana. Disponível em: <https://www.farfetch.com/br/shopping/men/dolce-gabbana-camiseta-dg-essentials-decote-careca-item-19173589.aspx?storeid=13537>. Acesso em: 01 mai. 2023.

Trabalhadores denunciam salários baixos e adoecimento em fábricas de Adidas, Nike e Puma no Brasil. Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/2022/12/integra-dos-esclarecimentos-de-brooksfeld-e-grupo-soma/>. Acesso em: 01 mai. 2023.

Apêndice 1 – Survey online (Google formulário)

Trabalho na Moda Carioca

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Departamento de Serviço Social

Programa de Pós-Graduação em Serviço Social

Doutorado Acadêmico em Serviço Social

Pesquisa: **MODA E TRABALHO: expressão da precarização das condições de trabalho na moda carioca**

Pesquisador: Aline Lourenço de Oliveira

Profa. Orientadora: Inez Stampa

NATUREZA DA PESQUISA: Você está sendo convidado(a) a participar desta pesquisa que tem como finalidade analisar a expressão da precarização das condições de trabalho na moda carioca.

1. Confidencialidade: todas as informações coletadas durante a entrevista são estritamente confidenciais. Somente a pesquisadora e a orientadora terão conhecimento do inteiro teor das entrevistas. No entanto, trechos das mesmas poderão ser utilizados na apresentação dos resultados da pesquisa, podendo haver trechos que possam identificar você.

2. Benefícios: ao participar desta pesquisa você não terá benefícios diretos. Entretanto, esperamos que este estudo traga informações importantes sobre a precarização do trabalho na indústria da moda.

3. Contatos: a qualquer momento você poderá desistir de participar, sem qualquer prejuízo para você. Caso queira informações ou esclarecimentos sobre este estudo, você poderá solicitá-los pelo e-mail lourrensse@gmail.com

Minha orientadora e eu estaremos à disposição para informações que não tenham ficado claras.

Concordo

Não concordo

DADOS

E-mail ou Telefone:*

Idade:*

Sexo:* Feminino / Masculino / Outros

Qual sua cor/ etnia:* Branca/ Preta/ Parda/ Indígena/ Amarela

LOCAL DE MORADIA

Região que mora:* Zona Norte/ Zona Sul/ Zona Oeste/ Baixada Fluminense /Leste Fluminense

Bairro:* livre

É comunidade? * Sim/ Não

TRABALHO

Profissão:* **Costureira** (inclui: Auxiliar de Expedição - Auxiliar de Modelagem - Auxiliar de Aviamento - Caseadeiras - Costureira de Máq. Reta - Frizadeiras - Overloquista - Pregadeira de Bolsos - Pregadeira de Pala - Pregadeira de Viés Pregadeira de Botões - Pregadeira de Mangas - Pregadeira de Punho Pregadeira de Zíper - Bordadeira - Costureira Máq. de 02 agulhas) / **Dobradeiras/ Embaladeiras/ Empacotadeira / Passadora /Cortador /Revisor de corte /Modelista**

Vínculo de trabalho:* CLT/ Informal

CONDIÇÕES E RELAÇÕES DE TRABALHO

Em qual espaço trabalha:* Fabrica da marca/ Em casa/ Espaço próprio

Quantas horas trabalha por dia:* 6h por dia / 8 horas por dia / 10 horas por dia

Qual o menor valor pago a você, por peça: * livre

Qual o maior valor pago a você, por peça: * livre

Algum material é por sua conta:* Aviamentos/ Máquinas / Instrumentos de costura/ Manutenção do Maquinário/ Todo material é da marca que solicitou o serviço

Quantas peças produz por dia? Live

Como o trabalho chega até você: A marca me procura/ Alguém que trabalha para a marca me procura e divide o serviço / Trabalho para uma facção que presta serviço para as marcas/ Eu procuro serviço nas marcas, via rede social e conhecidos.

MARCAS

Para quais marcas produz ou produziu:* Farm Cantão Osklen Animale Salinas Totem Maria Filó Sacada Richard Oh Boy Zinzane

Caso queira relatar alguma questão, fique à vontade:

Apêndice 2 – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido



Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
 Departamento de Serviço Social
 Programa de Pós-Graduação em Serviço Social
 Pesquisa: MODA E TRABALHO: expressão da precarização das condições de trabalho na moda carioca
 Pesquisador: Aline Lourenço de Oliveira
 Profª Orientadora: Inez Terezinha Stampa

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

1. Natureza da pesquisa: Você está sendo convidado(a) a participar desta pesquisa que tem como finalidade analisar a expressão da precarização das condições de trabalho na moda carioca.

2. Sobre a entrevista: serão realizadas entrevistas com roteiro de questões abertas e fechadas, organizados em três blocos temáticos. Caso você autorize, a entrevista será gravada para facilitar e tornar mais fidedigno o registro das informações prestadas.

3. Confidencialidade: todas as informações coletadas durante a entrevista são estritamente confidenciais. Somente a pesquisadora e a orientadora terão conhecimento do inteiro teor das entrevistas. No entanto, trechos das mesmas poderão ser utilizados na apresentação dos resultados da pesquisa, mas você não será identificado.

4. Benefícios: ao participar desta pesquisa você não terá benefícios diretos. Entretanto, esperamos que este estudo traga informações importantes sobre a precarização do trabalho terceirizado de limpeza no setor público e privado.

5. Contatos: a qualquer momento você poderá desistir de participar, sem qualquer prejuízo para você. Caso queira informações ou esclarecimentos sobre este estudo, você poderá solicitá-los pelo e-mail lourrensse@gmail.com ou pelo 21 96910 9683 Minha orientadora e eu estaremos à disposição para informações que não tenham ficado claras.

6. Riscos: todas as providências para que nem você e nem a empresa para quem trabalha sejam identificados serão tomadas. No entanto, pode haver algum risco de identificação. Neste caso, você pode decidir por não participar.

Você receberá uma cópia assinada deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, conforme recomendações da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (Conep).

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para participar desta pesquisa. Portanto, leia por favor, todos os itens acima e preencha os que se seguem:

Após a leitura e explicação recebida, acredito ter sido suficientemente esclarecido(a) a respeito das informações que li ou que foram lidas para mim, a respeito do estudo MODA E TRABALHO: expressão da precarização das condições de trabalho na moda carioca.

Ficaram claros para mim quais são os propósitos do estudo, os procedimentos a serem realizados, seus desconfortos e riscos. Concordo voluntariamente em participar deste estudo e poderei retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem penalidades ou prejuízo.

Rio de Janeiro, de de .

Nome e assinatura do(a) entrevistado(a)

Aline Lourenço de Oliveira – pesquisadora