**A (IN)VISIBILIDADE DO TRABALHO NO ENSINO DE MODA EM SANTA CATARINA**

*The (In)Visibility Of Work In Fashion Teaching In Santa Catarina*

Ribeiro, Maria Carolina B C; UFSC, mariacarolinabcr@gmail.com[[1]](#footnote-1)¹

Shiroma, Eneida Oto; UFSC, eneida.shiroma@ufsc.br[[2]](#footnote-2)

Grupo de Estudos sobre Política Educacional e Trabalho[[3]](#footnote-3)

Este artigo discute como o trabalho e economia criativa são abordados no ensino de moda. A partir de pesquisa bibliográfica e documental, problematizamos as teses do imaterial como ocultamento dos problemas que atingem os trabalhadores da cadeia da moda. Os cursos tangenciam essas questões com majoritárias orientações para o mercado e empreendedorismo.

**Palavras-chave:** moda; economia criativa; trabalho.

This paper discusses how work in the creative economy is approached in fashion teaching. Based on literature review and document analysis we debate the immaterial thesis as concealment of social problems that affect the workers in the fashion industry. The courses refer to these issues but mostly oriented to the market and entrepreneurship.

**Keywords:** fashion; creative economy; work.

**Introdução**

Segundo dados da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan) sobre o Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, em 2015, este setor foi responsável por 2,8% do Produto Interno Bruto (PIB). O estado de Santa Catarina é o quinto estado brasileiro em volume de trabalhadores da Economia Criativa no país. Os profissionais da moda representam 5,9% dos trabalhadores da Indústria Criativa brasileira e Santa Catarina é o 3º estado que mais possui trabalhadores da moda, ficando atrás somente de São Paulo e Rio Grande do Sul.

A moda é importante setor para a economia de Santa Catarina e exemplar para a discussão do trabalho na indústria criativa. Os processos e relações de trabalho, A exploração dos trabalhadores e sustentabilidade são motes do movimento *Fashion Revolution Day*, que ocorreu em 2018 em Florianópolis. Criado, em 2014, em Londres, em protesto à tragédia de Bangladesh, em 2013[[4]](#footnote-4), o movimento busca aumentar a conscientização sobre o custo da moda e seu impacto em todas as fases do processo de produção e consumo, do agricultor ao costureiro realçando a força de trabalho invisível por trás das roupas que vestimos. Criativamente, ativistas do mundo todo postaram fotos nas redes sociais vestindo roupas pelo avesso, mostrando a etiqueta e a pergunta #quemfezminhasroupas?

Buscando problematizar a invisibilidade das questões do trabalho, esta pesquisa de Iniciação Científica teve o objetivo de discutir como o trabalho está sendo abordado no ensino de moda. Desenvolvemos uma pesquisa bibliográfica e documental, coletando dados em bases de domínio público sobre a indústria da moda, documentos das instituições formadoras e levantamento da produção científica sobre o tema. A relevância deste estudo reside na discussão sobre o trabalho imaterial, conceito bastante citado nos debates sobre a economia criativa porém, pouco pesquisado em sua articulação com o trabalho material.

A ênfase na criatividade como principal insumo na indústria criativa omite ser esta, uma característica do humano. A perspectiva ontológica do trabalho, em Marx (1986), o define como atividade de transformação da natureza para produzir valores de uso, necessários para satisfazer necessidades humanas, do estômago à fantasia. Para Marx (1986), o humano é potencialmente criativo, capaz de figurar em mente uma ideia antes de transformar a matéria, por meio do trabalho, para objetivá-la.

Santos (2013) relembra que a importância do conceito marxiano de trabalho produtivo reside no fato de que cada vez mais, dele se extrai a mais-valia. O trabalho produtivo não é conceituado pela fisicidade de seu resultado, ou seja, da exploração da criatividade, também se extrai valor.

 A atratividade do trabalho imaterial que gera um produto inovador aparece nos discursos sobre a economia criativa como um novo estágio do desenvolvimento, em que o trabalho material teria pedido a relevância. Essa divisão conceitual de trabalho material e imaterial se reproduz na interessante distinção entre “indústria da moda [*fashion]* e a indústria do vestuário [*clothing*] (SANTOS, 2016, p.109)

Pesquisadores críticos (SANTOS, 2013) situam os embates no campo teórico e político em que, de um lado, os marxistas apontam a centralidade do trabalho para a compreensão da sociedade de classes em que vivemos marcadas pela exploração e expropriação dos trabalhadores e, de outro lado, os teóricos do imaterial (GORZ, 2005) consideram que essa é uma discussão datada, da modernidade, e inadequada para o século XXI onde se tem a proeminência do imaterial. Negri e Lazzarato (2001) consideram ultrapassada a teoria do valor de Marx alegando que o trabalho imaterial: “não se reproduz na forma de exploração, mas na forma de reprodução da subjetividade” e que “a mais valia da massa cessou de ser a condição do desenvolvimento da riqueza geral”. Para estes autores, o imaterial carregaria elementos que indicam a superação das relações capitalistas.

Na pesquisa bibliográfica, identificamos estudos teóricos que abordam o trabalho material e imaterial e situam os embates no campo conceitual, mas não encontramos pesquisas que investiguem a inserção deste debate na formação dos futuros profissionais da moda. Trabalhamos com a hipótese de que o trabalho imaterial do estilista e o glamour das passarelas são apresentados como o grande chamariz dos cursos ligados à moda, ao passo que o trabalho concreto dos que criam e transformam o tecido e artefatos, materializando as ideias dos estilistas, fica invisibilizado tanto nos discursos sobre a indústria criativa quanto a no ensino de moda.

A metodologia de pesquisa abrangeu revisão bibliográfica e na análise documental. O levantamento bibliográfico foi realizado nas bases do Scielo, Portal da CAPES e anais do Colóquio de Moda. Os documentos consultados foram dados sobre a Indústria da Moda nos Relatórios da Firjan sobre Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil e dados dos cursos de moda do estado de Santa Catarina, a saber: texto de apresentação dos cursos, matrizes curriculares e ementas das disciplinas que abordam temas ligados ao trabalho e criatividade nos cursos de moda deste estado. Por meio de análise de conteúdo e análise crítica do discurso, investigamos como trabalho e indústria criativa são discutidos tanto nas pesquisas da área da Moda quanto nas matrizes curriculares e ementas buscando compreender como o trabalho tem sido abordado no ensino de moda.

**1 Economia criativa**

As discussões em torno do tema emergiram na Austrália, nos anos 1990 relacionadas às políticas públicas do governo buscar formas de impulsionar o desenvolvimento econômico do país por meio da criatividade e cultura. Em 1997, o Reino Unido procurou identificar as indústrias criativas mais promissoras, vislumbrando seu potencial em um mundo cada vez mais interessado nos produtos resultantes da utilização intensiva do conhecimento. Com esta perspectiva, ao fim do século XX, a Inglaterra reposicionou sua economia direcionada para criatividade e inovação, em busca de competitividade. Difundiu-se, com este discurso, as noções de economia criativa, alimentando o debate sobre o fim do trabalho e, por consequência das mazelas dele derivadas no capitalismo, e a proeminência do imaterial na chamada “sociedade do conhecimento”.

 Em 2011, o governo brasileiro instituiu a Secretaria de Economia Criativa, vinculada ao Ministério da Cultura (MinC), com princípios baseados no Relatório de Economia Criativa (REC) publicado pela UNCTAD(2010), após a Conferência da Nações Unidas sobre comércio e desenvolvimento, na qual foi ressaltada a relação da produção cultural com a geração de empregos e eventual alívio da pobreza. A criatividade foi enfatizada como forma de se conduzir a inovação, gerar possibilidades de desenvolvimento econômico e produzir renda em espaços ainda não explorados pelo governo, colaborando para atingir as metas globais de alívio de pobreza. Dessa forma a economia criativa atribui aos indivíduos, o papel de motor da economia, localizando no centro desse modelo, a iniciativa privada, enquanto o poder público se torna apenas um facilitador do processo (DE MARCHI, 2012b *apud* SANTOS, 2016, p.96). Esse discurso é apresentado como a solução das altas taxas de desemprego, cabendo aos trabalhadores driblar a crise, empreendendo e abrindo negócios criativos para explorar o valor econômico da cultura.

Em outra perspectiva, Santos (2016) resgata o conceito de indústria cultural, dos teóricos da Escola de Frankfurt, para problematizar o modo com que o conceito de cultura é utilizado no REC da UNCTAD (2010).

“Ao enfatizar os elementos criativos, a dimensão massificadora e homogeneizadora do conceito perde espaço para essa perspectiva ético-estética cuja ênfase é realocada para a geração de renda e para o desenvolvimento promotor de bem-estar social.” (SANTOS, 2016, p. 101)

O REC induz a uma leitura de que a economia criativa pode ser vista como opção de desenvolvimento para os mais pobres, uma vez que os “setores da economia criativa podem contribuir muito para o crescimento e a prosperidade, especialmente no caso dos países em desenvolvimento que estejam buscando diversificar suas economias e construir resiliência para futuras crises econômicas” (SANTOS, 2016, p.98)

**2 Moda: caminho para inclusão e empoderamento?**

A UNCTAD distingue as “atividades *upstream*” das “atividades *downstream*”: entre as primeiras, as atividades culturais e artísticas tradicionais, como é o caso das artes visuais; as segundas seriam aquelas que já possuem uma relação mais próxima com o mercado, retirando seu valor comercial dos “baixos custos de reprodução e [da] fácil transferência para outros domínios econômicos” (UNCTAD, 2010, p.7 *apud* Santos 2016, p. 103). Para a autora, esta definição, distingue as atividades conforme “a proximidade com a produção mais comercial, logo lucrativa: o design e a moda, em razão do já estabelecido comércio dos produtos desenvolvidos, são considerados como um dos melhores exemplos do potencial da economia criativa no mundo” (SANTOS, 2016, p.103).

         O campo da moda, por empregar, em sua maioria, mulheres, é alvo das políticas para a redução das desigualdades de gênero, assim como para o aumento da renda familiar, considerando que são, em muitos lares, arrimo das famílias. SANTOS (2016) aponta ser esta uma visão conservadora e patriarcalista por ressaltar que a moda é uma produção doméstica, possibilitando que as costureiras trabalhem em casa e cuidem dos filhos pequenos. Deste modo, o documento reforça um “efeito ilusório de libertação e emancipação da mulher; ilusório porque as relações de trabalho, no campo da moda, ainda estão marcadas por um alto índice de exploração e precarização, especialmente das profissionais costureiras” (Santos 2016, p.103)

 Em contraposição, boa parte da literatura ancorada nos teóricos do imaterial refere-se ao trabalho na economia criativa como uma superação do trabalho fabril, explorado, alienado. Em relação à remuneração, os trabalhadores criativos continuaram a apresentar salários superiores à média, mais de duas vezes e meia a remuneração média dos empregados formais brasileiros. Os dados do Sindicato da Indústria do Vestuário do Sul Catarinense (SINDIVEST) o piso salarial de uma costureira nos 90 primeiros dias de admissão é R$1004,69 e depois desse período é R$1365,00 evidenciando a exploração do trabalho. Já um designer de moda no estado de Santa Catarina, segundo dados da FIRJAN recebem R$3429,69, evidenciando desvalorização dos profissionais do trabalho material. Diante destas contradições, procuramos conhecer como o trabalho, economia criativa e empreendedorismo estão sendo tratado no ensino de moda.

**3 Trabalho abordados nos cursos de moda em Santa Catarina**

Foram encontrados 59 diferentes cursos de moda no estado de Santa Catarina, presentes em 22 cidades, em estabelecimentos públicos e privados, de Ensino Superior, Técnicos, livres e de aperfeiçoamento.

Analisando as apresentações, matrizes curriculares e ementários, constatamos que a carga horária dos cursos varia de 3510 a 12 horas, em termos de modalidade, 54 são presenciais funcionam majoritariamente no período noturno.

Dentre os cursos encontrados no levantamento, selecionamos para análise sete cursos de Ensino Superior Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Universidade Regional de Blumenal (Furb), Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó), Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC) e a Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC), que oferta de Curso de Tecnologia em Design de Moda em parceria com o Senai em Criciúma. Os cursos ofertados por universidades públicas, Moda e Design, são gratuitos e os realizados em instituições privadas cobram mensalidades que variam de R$711,60 à R$1214,06.

Os cursos têm projetos formativos com nuances: uns formam bacharéis em Design de Moda para atuar em planejamento, criação e desenvolvimento de produtos, outros, como os Cursos Superiores de Tecnologia em Design de Moda, formam tecnólogos articulando os elementos técnicos, históricos e socioculturais.

Pesquisando as matrizes curriculares, constatamos que o conceito de *trabalho* só está presente nas matrizes da UDESC, UNESC, SENAC e FURB, enquanto os conceitos de *criatividade* e *empreendedorismo* estão contemplados em todas as matrizes. Dessa forma podemos inferir a ausência ou escassez da discussão sobre o trabalho e economia criativa nos cursos pesquisados.

Alguns cursos anunciam interesse em formar os estudantes para a leitura da realidade tecnológica e social da cadeia produtiva têxtil e de confecção do vestuário por meio de experimentação de materiais com disciplinas que abordam o processo de trabalho, produção de Moda em diversos formatos (editorial, catálogo, filmes, desfile, lançamentos), processos criativos e práticos (Produtor, Figurinista, *Stylist*, *Personal Stylist*/ Consultor) e inter-relações de trabalho. Abordando aspectos do trabalho concreto, esses cursos discutem o conteúdo simbólico da Moda associada ao contexto cultural, a História da Moda, Moda e contestação social, os significados e tendências da moda, Moda e mobilidade social e ditames da moda.

 Algumas ementas explicitam o interesse de ofertar aos alunos uma visão sistêmica em aspectos históricos, tecnológicos, econômicos e sócios culturais.  Outras abordam o trabalho mais ligado à indústria, mercado e empreendedorismo.

 As disciplinas de criatividade abrangem conceitos, princípios e ferramentas de criatividade, processo criativo. A abordagem da criatividade também é diferençada. Alguns cursos voltam-se às fontes de criatividade para construção de padronagens na área têxtil; estilo autoral e sustentabilidade. Outros se voltam à superação de bloqueios mentais, perceptivos, emocionais, culturais e ambientais, intelectuais e de expressão, bem como para os desbloqueadores. Técnicas de geração, sistematização e avaliação de ideias, apoiam-se em uma bibliografia sobre “Gerência da criatividade”, “Como resolver problemas de forma criativa”; evidenciando um abordagem da criatividade associada à viabilidade técnica. Planejamento financeiro, marketing, gestão, administração, configuram uma visão mais mercadológica da moda.

Empreendedorismo é parte do ementário de todos os cursos analisados, abordando administração, plano de negócios fontes de financiamento de projetos empreendedores com base em uma bibliografia sobre ideias para negócios lucrativos, ações sociais e desenvolvimento local, desenvolvimento sustentável e empreendedorismo social. Essa perspectiva reproduz a visão da UNCTAD de uso da criatividade para fomentar inclusão e geração de renda.

 Alguns cursos apresentam disciplina de Sociologia, versando sobre temas candentes como: sociedade e cultura; imitação e especificação; moda e globalização; dignidade humana; respeito à diversidade; direitos civis, políticos, econômicos, sociais e culturais; papéis estereotipados da mulher na sociedade. Propõem pesquisas sobre riqueza cultural, influência dessas culturas na moda, população e consumo, moda acessível, exploração e trabalho escravo na moda, relação digna no trabalho, entre outros temas. Isso é relevante, pois outras ementas indicam preocupações do curso com ergonomia projetual, sustentabilidade, mas sem mencionar o trabalho humano.

 No que tange aos espaços e recursos formativos, destacam-se: modateca, teciteca, ateliês de desenho, confecção, modelagem plana e tridimensional. Na Unochapecó, os estudantes contam com laboratório de fotografia e estúdio, laboratório com softwares especializados em vestuário, fablab Pronto 3D e laboratório de prototipagem. Na Unesc, além dos laboratórios de criatividade, softwares específicos para modelagem, criação, desenho, os alunos desenvolvem projetos interdisciplinares que proporcionam vivências de aproximação às necessidades do mercado de trabalho como “Design Experimental”, o “EnModa”, “Na Linha do Tempo” e “Eu Que Fiz”.

 Em apenas dois cursos, da UFSC e do Senac, constatamos que a disciplina de criatividade aparece associada à discussões de gênero.  Suas ementas contemplam valores éticos e sociais, papéis estereotipados da mulher na sociedade, moda agênera, envolvem atividade de pesquisa sobre movimentos de militâncias, gênero, feminismos e diversidades.

 A análise das matrizes e ementas curriculares, bem como das apresentações dos cursos permitiu constatar que o conceito de Economia Criativa não está contemplado nas disciplinas embora um de seus traços, o empreendedorismo, esteja presente em todos os cursos. A criatividade e trabalho são abordados separadamente e a perspectiva de trabalho predominante é a de negócios voltados ao mercado. Em menor incidência aparecem ementas que relacionam o trabalho em moda com questões sociais como trabalho escravo e gênero.

**4 Considerações finais**

A moda é constituída de conhecimentos tradicionais e novos, conteúdo material e simbólico. O trabalho intelectual, de concepção do estilista está intimamente articulado ao trabalho manual, do tecido, objetos e instrumentos de trabalho que possibilitam dar materialidade à ideia, criar. A base material da produção de homens e mulheres que cotidiana e anonimamente produzem a vida e, dentro dela, a moda nos evidencia a trama tecida entre trabalho material e imaterial.

Entretanto, o trabalho é pouco discutido nas publicações científicas e no ensino de moda em Santa Catarina. Produz-se, reforçando a perspectiva do imaterial, um apagamento do trabalho na área , ocultando sua base material. O trabalho com a matéria-prima que permite dar visibilidade ao conceito, à ideia do estilista, é invisibilizado. A mercadoria desfila na passarela, enquanto o suor, stress, pressão, intensificação do trabalho ficam no *backstage*, os olhares e flashes voltam-se para a criatividade, para o imaterial que ganha a visibilidade. O trabalho concreto é invisibilizado.

Somando-nos aos autores que discutem a relevância de se pensar a formação docente para as áreas criativas, ressaltamos que conhecimento técnico-prático e a experiência podem ser ricamente complementados com formação didático-pedagógica e densa formação teórica, incorporando reflexões sobre o trabalho no ensino. Mesmo que condenado pelos teóricos do imaterial, apagado nos discursos glamorosos da economia criativa, não podemos prescindir do trabalho por fornecer a base material indispensável para a produção da vida. Afinal, refletir sobre para qual estilo de vida fazer moda, requer pensar não só o projeto de artefato, mas também de sociedade.

**5  Referências**

BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Indústria Criativa**. Brasília, 2012.

CATARINENSE, Sindicato da Industria do Vestuário do Sul. **Convenções coletivas.** Disponível em: http://www.sindivestsulcatarinense.com.br/images/sindivestcriciuma.com.br/cct2017.pdf. Acesso em: 14 jun. 2018.

FIRJAN. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil.** Rio de Janeiro: FIRJAN, **2016.**

FFW. **Fashion Revolution Day promove reflexão sobre real custo da moda**. 24.abril.2015. Disponível em <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/fashion-revolution-day-promove-reflexao-sobre-real-custo-da-moda> Acesso em: 14.jun.2018

GORZ, André, **O imaterial**: conhecimento, valor e capital. São Paulo: Annablume, 2005.

KELLER, Paulo Fernandes. O Estilista e a Indústria da Moda. **Modapalavra E-periódico**, Florianópolis, v. 6, n. 3, p.19-36, jun. 2010.

LAZZARATO, M.; NEGRI, A.**Trabalho imaterial**: formas de vida e produção de subjetividade. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

MARX, Karl. **O capital:**crítica da economia política. São Paulo, DIFEL, 1986.

REVOLUTION, Fashion. **Fashion Revolution Brazil.** Disponível em: <https://www.fashionrevolution.org/south-america/brazil/>. Acesso em: 14 jun. 2018.

SANTOS, Heloisa Helena de Oliveira. A definição da moda em contextos de economia criativa: o relatório da UNCTAD/ONU e suas repercussões no Brasil. **Iara**: Revista de Moda, Cultura e Arte, São Paulo, v. 9, n. 1, p.93-113, set. 2016.

SANTOS, Vinicius Oliveira. **Trabalho imaterial e teoria do valor em Marx**: semelhanças ocultas e nexos necessários.  São Paulo: Expressão Popular, 2013.

VIGOTSKI, L. S. **A formação social da mente**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

UNCTAD/Conferência das Nações Unidas para Comércio e desenvolvimento. **Relatório de economia criativa 2010.** Nações Unidas, 2010.

1. Bacharel em Têxtil e Moda pela EACH - USP, graduanda em Pedagogia pelo Centro de Ciências da Educação CED da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e participante do Grupo de Estudos sobre Política Educacional e Trabalho (GEPETO). [↑](#footnote-ref-1)
2. Professora do Programa de Pós-graduação em Educação da UFSC. Doutora em Educação pela UNICAMP. Pesquisadora Bolsista Produtividade do CNPq e vice-lider do GEPETO. [↑](#footnote-ref-2)
3. Grupo de Estudos sobre Política Educacional e Trabalho (GEPETO) é vinculado ao Centro de Ciências da Educação da UFSC. Website: <gepeto.ced.ufsc.br> [↑](#footnote-ref-3)
4. No dia 24 de abril de 2013 aconteceu uma das maiores tragédias que a indústria da moda já viveu: o colapso do Rana Plaza, em Bangladesh, edifício que abrigava diversas fábricas de roupas que produziam, em larga escala, para renomadas marcas globais. A catástrofe deixou mais de 1.133 trabalhadores têxteis mortos e outros 2.500 feridos.(FFW, 2015) [↑](#footnote-ref-4)