

A Produção de Vestuário e a atividade criativa

Luisa Helena Silva Meirelles (SENAI/CETIQT)

Resumo

Esse artigo pretende estabelecer algumas reflexões acerca da atuação do designer de vestuário e de agentes diretamente envolvidos no desenvolvimento de produtos de vestuário comercializados no campo da moda, como as costureiras que atuam na informalidade, prestando serviços de facção para marcas consagradas do mercado no Rio de Janeiro. A partir de uma pesquisa de campo realizada na favela Rio das Pedras, localizada em Jacarepaguá, coletamos depoimentos que ilustram nossa reflexão.

Vestuário. Criatividade. Costureiras.

Abstract

This article seeks to establish some ideas about the role of designer clothing and agents directly involve in the development of apparel products sold in the Field of fashion, like the seamstresses who work in the informal sector, providing services to the fashion known brands on the market in Rio de Janeiro. From a field survey conducted in Rio das Pedras favela, located in the studied area, collect testimonies that illustrate our thinking.

Clothing. Creativity. Seamstresses.

Introdução

Pode-se falar em criatividade na Produção de Vestuário?

Sempre que pensamos em criatividade, a arte surge como possível resposta, assim temos a errônea impressão que só existe possibilidade de ser criativo, produzindo arte.

O questionamento apresentado nesse artigo surgiu a partir da pesquisa de mestrado em design desenvolvida no programa de pós-graduação da PUC - Rio, sob orientação do professor Alberto Cipiniuk, que buscou investigar as relações entre o trabalho informal desenvolvido por costureiras, moradoras da favela Rio das Pedras, localizada em Jacarepaguá, Rio de Janeiro e o mercado institucionalizado da moda.

Quando nos referimos à produção de vestuário, estamos considerando a atuação de dois tipos de agentes envolvidos no processo de concepção e execução dos projetos. São eles os designers de vestuário e as costureiras. Referimo-nos ao primeiro para indicar o profissional que concebe, planeja e projeta artigos do vestuário e acessórios, sejam eles artigos regidos, ou não, pela lógica do fenômeno da moda, procurando denominar assim, de forma mais específica, a área de atuação desse profissional do campo do design. Essa questão está sendo tratada por outra pesquisadora do GRUDAR¹, Deborah Chagas Christo, em sua tese de doutorado, em andamento, razão pela qual os termos ainda não estão totalmente definidos.

Estabelecemos, também, que o entendimento de que a moda é um fenômeno caracterizado pelas lógicas da efemeridade e da fantasia estética e é parte integrante da nossa realidade social, conforme assinala Lipovetsky ao denominar “*era da moda consumada*”. Nesse caso, empregaremos os termos *moda* e *campo da moda* quando formos nos referir especificamente aos aspectos regidos por essas lógicas.

¹ Grupo de estudos sobre design e artesanato, vinculado ao Laboratório da Representação Sensível da PUC - Rio

Criatividade

A criatividade pode ser entendida como uma faculdade do criador, como a capacidade de criar e inventar, de dar forma concreta a algo que foi imaginado abstratamente e de estabelecer novas relações entre os objetos, gerando assim, novas formas e também uma maneira de perceber e entender as coisas, transformando o conhecimento adquirido em coisas novas.²

O senso comum entende a arte ou o trabalho criativo como partícipe de uma essência natural da espécie humana, um “dom”. Do mesmo modo, considera que o produto do trabalho criativo, a obra de arte, resulta de uma ação individual e gratuita que se realiza de forma independente do contexto social. De nossa parte, consideramos que todo trabalho humano é essencialmente criativo e transformador, já que por meio dele o homem se expressa sobre si e sobre o mundo, e toda atividade criativa é coletiva e determinada socialmente.³

O trabalho artístico, como outras formas de trabalho, é uma manufatura que requer esforço e labuta; não deve, portanto, ser compreendido como a criação deslocada ou externa ao meio social, por conta da contribuição carismática de alguém com uma natureza humana especial, de um “gênio”, um indivíduo que tem um talento inato. É importante considerar que essa noção foi historicamente construída, como uma reação à nova situação do artista diante do desenvolvimento do capitalismo industrial e de sua condição precária no mercado, em virtude da substituição do sistema de patrocínio pelo crítico comerciante.⁴

O exemplo de Mozart⁵ torna-se representativo, pois, embora socialmente subordinado, já que os músicos na sociedade de corte do século XVIII tinham *status* semelhante aos pasteleiros e cozinheiros, seu talento musical levava-o a sentir-se igual ou superior aos aristocratas, uma vez que em seu contexto social, a noção de “gênio” era muito importante. Ocorre que o fato de ele ter sido

² STEINBERG, Sílvia. Criatividade. In: COELHO, Luiz Antonio L.(org.) *Conceitos-chave em design*. Rio de Janeiro: PUC - Rio. Novas Ideias, 2008, p.175-177.

³ WOLFF, Janeth. *A Produção Social da Arte*. Rio de Janeiro: Zahar, 1982, p.27.

⁴ *Ibidem*, p. 25.

⁵ ELIAS, Norbert. *Mozart, sociologia de um gênio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1995.

dotado de “uma natureza especial” não o habilitava a receber a proteção do imperador em Viena. Empenhou-se em desenvolver-se como um artista autônomo, semelhante a um profissional liberal burguês, rompendo com seu patrono ou mecenas, e colocando-se em risco, já que a estrutura de poder existente na época permitia à nobreza determinar até onde os artistas poderiam ir, e Mozart estava preso a elas. A questão sociológica implicada na modificação entre a condição de artista e de artesão, sendo que a arte de artista era mais importante, não consistia em questionar a qualidade estética de um ou de outro tipo de trabalho, mas de estabelecer uma ligação direta entre a modificação nas relações dos que produziam e os que consumiam a arte, mudando assim a estrutura da arte e, conseqüentemente o equilíbrio de forças existentes, pois o artista produzia para um patrono de uma classe de *status* superior. Dessa forma, o gosto do produtor subordinava-se ao do patrocinador enquanto o artista artesão baseava-se na paridade social entre ele e o público, e sua produção era destinada a um mercado anônimo, mediada por agentes que induziam o público sobre aquele tipo de trabalho.

Referimo-nos ao questionamento mencionado por Wolff⁶ e retomado por Becker⁷ sobre o dilema existente entre ação individual e estrutura social, indagando de que maneira a ação humana se dá a partir das vontades pessoais, ou se haveria forças sociais determinantes acima dos controles pessoais.

Alguns sociólogos, como Simmel e Blumer,⁸ defendiam que os sistemas sociais eram abstrações e que não existiriam realmente, sendo a ação humana preponderante, e tais sistemas seriam resultantes da interação entre os indivíduos. Outra posição sociológica aponta para as redes de *status* e outros papéis exteriores ao indivíduo, que limitariam e, até mesmo, determinariam suas ações. Giddens⁹ considerava errado separar os sistemas sociais das ações individuais, pois existe uma relação de reciprocidade entre eles, já que não há jogo sem regras, e estas são estruturadas entre os indivíduos, ou seja, eles as estabelecem ao mesmo tempo em que se sujeitam a elas.

⁶ WOLFF, 1982, *op.cit.*, p. 23.

⁷ BECKER, Howard. *Falando da Sociedade: ensaios sobre as diferentes maneiras de representar o social*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2009, p.201.

⁸ Apud: JOHNSON, Allan G. *Dicionário de Sociologia: guia prático da linguagem sociológica*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 1997, p.4.

⁹ *Ibidem*, p.4.

Reportamo-nos, novamente, a Wolff¹⁰ para explicar nosso entendimento sobre liberdade, como a possibilidade para fazer escolhas dentro das estruturas sociais. Assim a ação humana livre e criativa sempre se dá nas estruturas sociais. Estas podem ser entendidas como modos de pensar na vida social e analisadas segundo duas características: relações e distribuição. A primeira refere-se às ligações entre as diferentes partes do sistema¹¹ e ao sistema como um todo, enquanto a segunda analisa como o poder é distribuído entre as partes.¹² O conceito de dualidade de estrutura considera que as instituições apresentam limitações, mas abrem possibilidades.¹³ Isso nos leva a crer que as estruturas desempenham papéis limitadores e libertadores na atividade humana, mas de que forma essas limitações e possibilidades se apresentam concretamente no desenvolvimento de projetos de artigos de vestuário, tanto para os designers quanto para os modelistas, estampadores e costureiras, entre os diversos profissionais envolvidos nessa cadeia produtiva.

A criatividade e a produção de vestuário formal e informal

Estamos considerando nesse artigo, as ações dos designers de vestuário, sejam eles formais ou informais, que atuam no campo da moda. Entendemos como design formal as atividades de conceber e elaborar produtos de moda, prestando serviço ou trabalhando de forma regulamentada em empresas do ramo têxtil, de confecção ou acessórios, seja ele de atacado ou varejo, ou que participe no mercado de trabalho de forma regulamentada, e design informal como a prática desempenhada pelos profissionais autônomos e informais que projetam, planejam e, em muitos casos, desenvolvem seus produtos, comercializando-os, diretamente, aos seus clientes, bem como inserimos a atividade construtiva das costureiras como parte integrante dessa cadeia produtiva.

A atividade do designer de vestuário é pautada por prazos, planilhas de custo, planilhas de venda, contato com fornecedores, análise de desempenho

¹⁰ WOLFF, 1982, *op. cit.* p.23-39.

¹¹ O termo sistema aqui deve ser entendido como um conjunto que constitui um todo e cujas partes derivam umas das outras; o conceito de sistema social, considerado como um dos mais importantes, abarca o princípio sociológico de que o todo é maior que a soma das partes. JOHNSON, 1997, p.208-209.

¹² *Ibidem*, p.98.

¹³ GIDDENS, *apud*: WOLFF, 1982, *op. cit.*, p.34-35.

de produtos anteriores, disponibilidade do fornecedor em atender às solicitações em quantidades materiais, cores, etc. Exige elaboração de fichas técnicas, pesquisa de tendências, tecidos, fios, ou seja, existem restrições de naturezas distintas. Diante de tantos impedimentos de ordem prática, tanto fatores limitadores, tantas regras, o que é ser criativo?

Nenhuma atividade criativa é totalmente livre, no sentido de existir a possibilidade infinita de escolhas de materiais, meios e métodos de execução, pois a simples eleição de um material específico indica alguns caminhos e limita outros, sendo este impedimento posto por características inerentes ao próprio material.

Devemos lembrar que a atividade de design consiste em ser uma prática social cujo objetivo é configurar objetos, desenvolvidos com base em um projeto previamente elaborado com um fim específico.¹⁴ Ocorre que, muitas vezes, esquecemos de mencionar que o fim específico do projeto é a produção de mais valia, o lucro que esse objeto possa produzir, pois o objeto, no contexto em que vivemos, não é apenas algo para atender a uma função utilitária do usuário, a melhoria de sua vida, mas antes uma mercadoria para dar lucro ao seu produtor. Muitas vezes, as limitações impostas pelo projeto, sejam elas de custos, falta de aparato tecnológico necessário, imposição de prazos de produção muito curtos, entre outras, são vistas como impeditivos à criatividade do projetista, contudo não entendemos as limitações impostas pelo *briefing* como cerceadores da criatividade. Ao contrário, consideramos que elas alimentam o processo criativo.

Sabemos que o campo institucional da moda, em geral, valoriza a atividade criativa como resultado do talento individual de um gênio, um artista que desenvolve seus produtos sem que seja necessário considerar aspectos produtivos e comerciais. O processo criativo, todavia, coexiste numa refinada orquestração entre equipes de modelistas, pilotistas, costureiras, fornecedores de tecidos, aviamentos, beneficiamentos, entre outros, que precisam atuar de forma sincronizada, pois qualquer quebra nessa cadeia produtiva pode comprometer o desempenho do produto.

¹⁴ MONTENEGRO, Luciana. Design. In: COELHO, Luiz Antonio L. *Conceitos-chave em design*. Rio de Janeiro: PUC - Rio. Novas Ideias: 2008 p.187-188.

O “bom” produto de moda é o que proporciona bastante lucro para o empresário. Então, podemos considerar que, em muitos casos, a sua consagração também está diretamente relacionada aos participantes da cadeia produtiva, já que estamos falando de redes de relações de trabalho, logística, custos, prazos, uma gama de aspectos que não estão relacionados aos aspectos formais do produto, mas que fazem parte dele, e, nesse sentido, entendemos que as qualidades mercadológicas, em geral, suplantam as qualidades estéticas.

Entendemos criatividade como a capacidade de burlar essas regras e encontrar saídas e opções para problemas e limitações propostos. Por isso, vemos a criatividade como algo que se dá numa relação inversamente proporcional à liberdade, ou seja, quanto menor a liberdade para criar, maior será a criatividade do designer formal ou informal ao apontar soluções exequíveis, para o desenvolvimento dos produtos de vestuário.

As costureiras da favela Rio das Pedras

Apresentamos uma parcela dos trabalhadores que estão inseridos no campo do design de vestuário e também atuam como produtores de mercadorias para o campo institucionalizado da moda, fornecendo serviços de costura para pequenas confecções que produzem e vendem para os varejistas de moda. Esse trabalho de costura que elas desenvolvem, na maior parte das vezes, caracteriza-se como uma prestação de serviços de “facção”. Em alguns casos isolados, como quando atendem a encomendas de clientes avulsos, ou mesmo quando a produção é bem pequena, temos exemplos em que elas afirmam desenvolver todas as etapas de elaboração da roupa como modelar, cortar, costurar e arrematar, chegando até a comprar o tecido para o desenvolvimento da peça. Poderíamos considerar que essas mulheres, quando desenvolvem o trabalho de “facção”, estão desempenhando suas atividades segundo o modelo fordista de produção e, dentro do processo de concepção e desenvolvimento de produtos de vestuário a costura seria considerada como uma das etapas. Seguindo esse raciocínio, essas mulheres repetiriam mecanicamente, sem pensar, as sequências de montagem das peças. A afirmação é, em parte, verdadeira, pois a costura consiste em uma das etapas de desenvolvimento desse tipo de artigo, contudo é parcial, pois, nesse modelo de produção, em que os

artigos são costurados em oficinas domésticas, semelhantes a unidades artesanais de produção, não existe um setor de engenharia que decodifique todas as etapas de montagem. Tampouco essas etapas estão sistematizadas, muitas vezes, em função da própria necessidade de renovação constante, já que, atualmente, as lojas recebem mercadorias “novas” semanalmente. Dessa forma, a produção vai acompanhada de uma peça-piloto, que serve como exemplo do produto final, e que, na maioria das vezes, é desenvolvida por outra profissional, a qual não mantém contato com a equipe de montagem. Sendo assim, essa profissional precisa refletir sobre o processo de montagem, pois o trabalho desenvolvido nas oficinas consiste em costurar a peça toda e não em apenas em fazer uma única etapa de costura. Além disso, elas também precisam estar atentas para resolver questões de montagem de uma determinada peça de vestuário e chegam a auxiliar na resolução de problemas referentes ao processo construtivo de determinado artigo de vestuário, quando estes estão em fase de desenvolvimento. O depoimento de Ana que, atualmente, trabalha como modelista, indica a importância da costureira nesse processo:

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

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

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

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

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

Dos Anjos declara que:

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

Notamos que, mesmo no caso dos serviços de “facção”, elas acabam interferindo no processo de montagem das peças e, por vezes, o modificam, ainda que de forma imperceptível, pois, na maior parte das vezes, o aspecto formal do objeto não pode ser modificado. Apesar da pouca autonomia para decidir as modificações, quando a empresa é menor, a possibilidade de entrar em contato com quem pode autorizá-las é maior, conforme nos indica Bianca:

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

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

Eu já tinha feito, em outros modelos, esses detalhes, só que ela queria uma coisa diferente, que ela não sabia nem explicar o que ela queria, aí eu falei: 'eu acho que aqueles detalhes que eu fiz naquelas peças antigas de outro cliente dá para eu encaixar nessa', fiz, coloquei e ela gostou, e mandou eu fazer. Faço, sempre que o cliente me dá autorização, 'se você quiser criar'..., eu tenho a Claudia que é uma que me dá, e tenho o Guilherme e a esposa dele que são os que me dão autorização. E é muito difícil eu fazer um design assim e não ficar bom, e ela não gostar, [...] depende do 'design' da peça, eu vou e crio outro 'design' em cima daquele para dar um diferencial no mercado, porque para ela vender ela tem que ter uma peça diferenciada e não igual a que já está lá no mercado.

Reputamos o trabalho das costureiras do Rio das Pedras como uma atividade altamente criativa, na medida em que elas estão constantemente buscando modificações e soluções construtivas que agilizem o processo produtivo, melhorem os acabamentos, mesmo quando, na maioria das vezes, possuem inúmeras limitações, já que, em geral, não podem modificar o aspecto formal do produto final.

Considerações Finais

Contrariando a visão hegemônica que entende o trabalho criativo como resultante de um "dom" e consiste em materializar formas que, inicialmente, existem apenas no plano das ideias, verificamos que essas mulheres exercem sua atividade profissional, criativamente, pois buscam soluções e opções que melhorem o processo produtivo dos artigos que costuram para os seus clientes, mesmo nos casos em que existem inúmeras limitações que as impedem, inclusive, de modificar a forma e a aparência do produto. O exemplo também revela o fato de que o trabalho delas não é uma mera repetição mecânica de etapas fragmentadas de costura, comumente empregadas no modelo fordista de produção.

Desta forma podemos considerar que a atividade criativa deve ser desenvolvida a partir do diálogo, da colaboração e da sincronia entre os diversos agentes envolvidos no projeto de produto de vestuário, sejam eles os designers, os modelistas e as costureiras.

Referências

BERGAMO, Alexandre. *O Campo da Moda*. Rev. Antropologia, V, 41, nº 2 São Paulo, 1998. Disponível em:<<http://www.scielo.br>>. Acesso em: 04 jun.2007.

BECKER, Howard S. *Falando da sociedade: ensaio sobre as diferentes maneiras de representar o social*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

BOURDIEU, Pierre. *A Economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Ed. Perspectiva, 2005.

BURGOS, Marcelo Baumann. *A utopia da comunidade: Rio das Pedras, uma favela carioca*. Rio de Janeiro: PUC - Rio, 2002.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade*. São Paulo: Edusp, 2006.

COELHO, Luis Antonio L. (org.). *Design Método*. Rio de Janeiro: Editora PUC - Rio, 2006.

_____. *Conceitos-chave em design* Rio de Janeiro: Ed. PUC - Rio, 2008.

ELIAS, Norbert. *Mozart, sociologia de um gênio*. Jorge Zahar, 1995.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo Aurélio Século XXI*. O dicionário da língua Portuguesa: Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

HOUAISS. *Mínidicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2008.

JOHNSON, Allan G. *Dicionário de Sociologia*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

MALERONKA, Wanda. *Fazer roupa virou moda: um figurino da ocupação da mulher (São Paulo 1920/ 1950)*. São Paulo: Editora SENAC, 2007.

MONTENEGRO, Luciana. Design. *In: COELHO, Luiz Antonio L. Conceitos-chave em design*. Rio de Janeiro: PUC - Rio. Novas Ideias: 2008.

SENNETT, Richard. *O artífice*. Rio de Janeiro: Record, 2009.

STEINBERG, Sílvia. Criatividade. *In: COELHO, Luiz Antonio L.(org.) Conceitos-chave em design*. Rio de Janeiro: PUC - Rio. Novas Ideias, 2008.

TREPTOW, Doris. *Inventando moda: planejamento de coleção*. Brusque: Empório do Livro, 1997.

WOLFF, Janeth. *A Produção Social da Arte*. Rio de Janeiro: Zahar; 1982