

A ATUAÇÃO DOCENTE COMO MEDIADORA DOS PROCESSOS DE GERAÇÃO DE RENDA

*Contexto e projeto de ação do professor de moda em regiões empobrecidas
por meio da Economia Criativa*

Santos, Heloisa Helena de Oliveira; Doutora; Instituto Federal do Rio de
Janeiro (IFRJ); heloisahosantos@gmail.com¹.

Resumo: O artigo tem como objetivo apresentar o contexto e proposta de atuação do professor de moda como mediador dos processos de redução de desigualdade e geração de renda. Para tal, discute as noções em torno da economia criativa e propõe um projeto de curso que atenda as demandas de formação de uma região empobrecida localizada no Grande Rio.

Palavras chave: docente; atuação; economia criativa; geração de renda; desigualdade;

Abstract: The article aims to present the context and proposal of action of the fashion teacher as mediator of the processes of reduction of inequality and income generation. To this end, it discusses the notions around the creative economy and proposes a project that meets the demands of formation of an impoverished region located in the Grande Rio.

Keywords: teacher; performance; creative economy; income generation; inequality;

Introdução

O tema central deste artigo é a atuação do professor de moda como mediador dos processos de qualificação socioprofissional e geração de renda, centralmente entre a população de baixa renda, por meio da formulação dos cursos com a preocupação de não apenas formar mão de obra para o mercado. A

¹ Doutora em Design pela PUC-Rio, é mestre em Sociologia e Antropologia pela UFRJ, instituição em que fez sua primeira graduação, em Ciências Sociais. Também é Tecnóloga em Produção de Vestuário pelo SENAI CETIQT, área de conhecimento em que hoje é docente no Instituto Federal do Rio de Janeiro, Campus Belford Roxo, ministrando, atualmente, cursos de Formação Inicial e Continuada e Cursos Técnicos.

motivação central da pesquisa é a atuação da docente em um novo espaço profissional, a cidade de Belford Roxo, município localizado no Grande Rio, ou seja, nos arredores da capital do estado do Rio de Janeiro.

O objetivo do artigo é apresentar o contexto e proposta de atuação da docente como este mediador por meio da discussão de um projeto de curso. Como fundamentos para esta proposta de qualificação e geração de renda, estão os conceitos acerca da Economia Criativa e do Empreendedorismo, ferramentas que, quando utilizadas sob a ótica da promoção social e da redução da desigualdade, podem ser instrumentos reais de modificação do *status quo*.

Este artigo vai se organizar da seguinte maneira: na primeira seção, apresentaremos a proposta de atuação social que fundamenta a criação dos Institutos Federais de Educação (IF), órgão ao qual a autora está atualmente vinculada. Os IFs orientam sua ação educacional no sentido de modificar a realidade do local onde o mesmo se encontra, valorizando o potencial local.

Na segunda seção, apresentaremos a cidade de Belford Roxo, espaço de atuação da docente e do instituto. O município, localizado na Baixada Fluminense, apresenta um dos índices de desenvolvimento humano (IDH) mais críticos do estado, estando na 71ª entre os 92 municípios que compõem atualmente o Rio de Janeiro, segundo os dados desenvolvidos pelo PNUD (2013) com referência no censo de 2010. Na terceira parte, abordaremos alguns conceitos de Economia Criativa. Esta última, em sua relação com o design e a moda no país, foi tema da tese de doutoramento da autora, defendida em 2015. As noções aqui apresentadas serão centralmente aquelas discutidas na tese.

Na última sessão, apresentaremos o projeto propriamente dito. Uma síntese da proposta de trabalho será apresentada por meio do plano de curso e matriz, a fim de que possamos discutir a proposta de atuação do docente de moda junto à população de baixa renda em *regiões empobrecidas pelo Estado*. É fundamental destacar desde já que a utilização da expressão “regiões empobrecidas pelo Estado” não é apenas ocasional, mas política: a ideia que se deseja afirmar é a de que a pobreza não é uma essência do ser ou local, mas uma

ação do Estado na figura de seus governantes que, por ausência de vontade política, produzem e reproduzem as desigualdades sociais por meio das quais alimentam a si e aos seus. Esperamos, com este trabalho, poder dialogar com os pares sobre esta proposta de atuação e discutir sua construção e viabilidade.

Institutos Federais: educação e mudança da realidade local

Após sete anos de embate, em 2004 inicia-se a reorientação das políticas federais para a educação profissional e tecnológica, primeiro com a retomada da possibilidade da oferta de cursos técnicos integrados com o ensino médio seguida, em 2005, da alteração na lei que vedava a expansão da rede federal. (SILVA, 2009, p. 7/8)

Os Institutos Federais de Educação (IF) podem ser considerados uma das principais resultantes das mudanças político-institucionais no âmbito da educação promovidas pelo governo Lula. Um marco do descaso no Era FHC, momento em que foi vedada a expansão da rede federal de educação profissional no país que foi relegada aos Estados e à rede privada², a educação profissional em nível médio torna-se, ainda durante a primeira gestão, um dos focos principais de atuação do governo federal.

A Lei que regulamento os institutos federais não apenas apontava a criação de dezenas de escolas de nível técnico e tecnológico que ofertam ensino médio integrado e subsequente, como também associa as unidades já existentes – inclusive a rede CEFET, os colégios de aplicação (CAP) vinculados às universidades federais e o Colégio Pedro II -, alterando a perspectiva tradicional de abandono político das obras realizadas por governos anteriores. Considerado parte da política de nação empreendida pelo governo, os IFs são percebidos como instrumentos de desenvolvimento de país e ferramenta desta política. Os institutos podem oferecer educação profissional em todos os níveis e modalidades da educação profissional, atuando, contudo, de maneira compromissada com o desenvolvimento integral do cidadão trabalhador.

² Além de retirar a responsabilidade da esfera federal, a gestão FHC dificultou a oferta do ensino médio geral integrado ao ensino técnico, o que favorecia as entidades privadas de ensino que ofertam cursos técnicos concomitantes e subsequentes.

Em síntese, esse novo desenho constituído traz como principal função a intervenção na realidade, na perspectiva de um país soberano e inclusivo, tendo como núcleo para irradiação das ações o desenvolvimento local e regional. O papel que está previsto para os Institutos Federais é o de garantir a perenidade das ações que visem a incorporar, antes de tudo, setores sociais que historicamente foram aliados dos processos de desenvolvimento e modernização do Brasil, o que legitima e justifica a importância de sua natureza pública e afirma uma educação profissional e tecnológica como instrumento realmente vigoroso na construção e resgate da cidadania e da transformação social. (Pacheco, s/a., p. 14)

A região em que se insere um IF é de fundamental importância para a própria organização da instituição. Tal fato ocorre porque a proposta dos mesmos envolve uma atuação cujo foco esteja na melhoria do lugar em que o mesmo se encontra instalado, de modo que o IF se torne um local de referência para os habitantes. A educação, desta maneira, entra como um agente de modificação regional, devendo, por esta razão, ser instalado não nos grandes centros urbanos/capitais, mas preferencialmente em localidades mais distantes destes centros, onde o ensino público e de qualidade é escasso e onde a desigualdade socioeducacional seja uma evidente desenvolvedora da própria desigualdade econômica. A proposta envolve, ainda, uma preocupação em investigar os potenciais locais, de maneira a não impor qualificações que não estejam de acordo com a realidade do lugar, mas formações coerentes com o mercado de trabalho dos arredores.

O território de abrangência das ações de um Instituto é, em resumo, a mesorregião onde se localiza, mas pode ir além dela quando se concebe sua atuação em rede. Em sua intervenção, os Institutos devem explorar as potencialidades de desenvolvimento, a vocação produtiva de seu lócus; a geração e transferência de tecnologias e conhecimentos e a inserção, nesse espaço, da mão de obra qualificada. Para tanto, o monitoramento permanente do perfil socioeconômico-político-cultural de sua região de abrangência é de suma importância. (Pacheco, s/a, p. 15/6)

Assim, observa-se uma percepção de instituição educacional como parte e instrumento de uma política pública orientada por uma perspectiva de nação inclusiva e democrática, que atua modificando o local em que se instala por meio da qualificação profissional dos moradores de uma região, aproveitando, sempre que possível, os potenciais locais. A educação, neste sentido, se torna a mediadora de um processo maior de redução das desigualdades sociais.



APOIO



REALIZAÇÃO

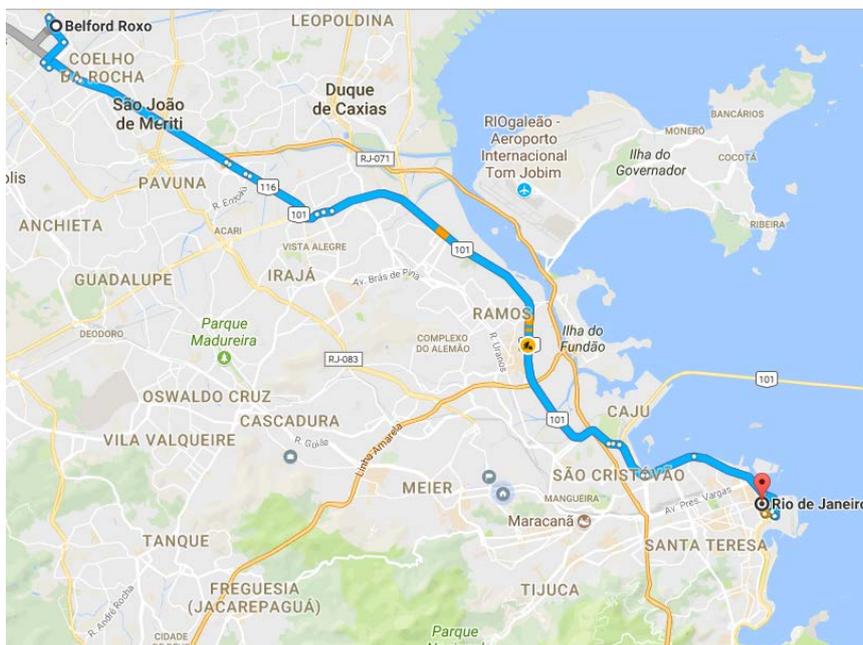


Como o lugar em que se instala o instituto é fundamental para a proposta político pedagógica e seleção dos cursos a serem oferecidos, vamos apresentar, na próxima seção, alguns dados e características do município de Belford Roxo.

Belford Roxo: localizando

Belford Roxo é, historicamente falando, um município jovem. Antes distrito de Nova Iguaçu, cidade também localizada na região da Baixada Fluminense, Belford Roxo apenas se constituiu como município autônomo em 1990 (IBGE, 2016). Com cerca de 470 mil habitantes, de acordo com o Censo de 2010, a cidade é essencialmente urbana. Belford Roxo dista cerca de 30 km do centro da capital, de carro e a linha férrea que conecta a Central do Brasil até Belford Roxo faz o percurso em cerca de uma hora.

Figura 1: Localização de Belford Roxo tendo a capital do Estado como referência.



Fonte: Google Maps.

A cidade faz divisa com Nova Iguaçu, Mesquita, Duque de Caxias e São João de Meriti, todos importantes municípios da região metropolitana do Rio de Janeiro. No último deles se localiza um grande polo de confecção e comercialização de jeans e roupas em geral, qual seja, Vilar dos Teles.

Considerando a importância do potencial local para definição dos cursos do instituto, compreendemos a criação dos cursos na área de moda e, Belford Roxo.

Figura 2: Município de Belford Roxo com destaque para a localização do IF e de Vilar dos Teles.



Fonte: Desenvolvido pela autora a partir de imagens do Google Maps.

Durante muito tempo, o bairro de Vilar dos Teles dominava a produção e comercialização de jeans na cidade. No entanto, vem atualmente dividindo espaço com outros centros, como aponta matéria do Jornal o Dia sobre o comércio de jeans no estado:

A busca por preços mais baixos cresceu tanto que o comércio desse tipo de roupa, antes concentrado em Vilar dos Teles, em São João de Meriti, se expandiu para outros locais, como a Saara, no Centro do Rio, e os bairros Alcântara e Nova Cidade, ambos em São Gonçalo. (Sorosini, 17/09/2015)

Os dados sociais de Belford Roxo não são os mais animadores. Ainda segundo informações do Censo de 2010 do IBGE, um pouco mais de 6000 pessoas frequentavam o Ensino Superior na cidade e menos de 250 pessoas estavam cursando Mestrado ou Doutorado. A estes dados se agregam a triste informação de que cerca de 200 mil pessoas com mais de dez anos (total em torno de 440 mil) foram categorizadas como sem instrução ou não completaram o ensino fundamental. Os dados apontam ainda um total de mais de 18 mil pessoas analfabetas com mais de 15 anos de idade, sendo a maioria mulheres (10.407 mulheres). São mulheres, ainda, que chefiam mais de 62 mil domicílios na cidade:

a maior parte entre elas é preta ou parda. Vale destacar ainda que o rendimento médio de todas as fontes de mulheres acima de 10 anos em 2010 era de R\$ 710,57 (a dos homens era R\$ 1016, 20). Causa ou consequência, mais de 11 mil domicílios tinham, à época, renda per capita de até ¼ do salário mínimo: dentre estes, mais de 6 mil não tinham pavimentação no entorno e mais de 2.300 ainda conviviam com esgoto a céu aberto.

A localidade de Belford Roxo também já foi considerada uma das mais violentas do Estado. Segundo tabela desenvolvida pelo Laboratório de Análise de Violência da UERJ, em 2004, a cidade estava em 4º lugar no índice de homicídios. Os dados são referentes ao ano de 2001:

Figura 3: Tabela com registro de taxa de homicídio em cidades do Estado.

Taxa de Homicídio por Município em 2001 Região Metropolitana do Rio de Janeiro			
Município	Número de homicídios	População Residente	Taxa por 100.000 hab.
Belford Roxo	328	444.820	73,73
Duque de Caxias	527	789.981	66,67
Guapimirim	18	39.016	46,86
Itaboraí	131	193.702	67,57
Itaguaí	51	85.034	59,95
Japeri	61	85.261	72,01
Magé	114	296.828	38,41
Mangaratiba	6	26.134	22,73
Marica	32	80.794	39,21
Mesquita	72	170.035	42,45
Nilópolis	91	153.209	59,10
Niterói	221	461.386	47,94
Nova Iguaçu	580	772.487	75,12
Paracambi	7	40.704	17,85
Queimados	113	124.898	90,66
São Gonçalo	516	904.903	57,04
São João de Meriti	370	452.935	81,61
Seropédica	45	67.672	67,08
Tanguá	13	26.922	46,44
Rio de Janeiro	3268	5.930.213	55,10
Outros Municípios da Região Metropolitana	3296	5.216.724	63,19
Região Metropolitana	6564	11.146.936	58,89

Fonte: Cano; Sento-Sé; Ribeiro, 2004.

Como pode ser visto na tabela, Belford Roxo foi ultrapassada apenas por municípios próximos/vizinhos, todos localizados também na Baixada Fluminense: Queimados, São João de Meriti e Nova Iguaçu. Historicamente, a Baixada, como é frequentemente denominada a região pelos moradores da cidade, é conhecida por ainda ser um lócus de pobreza e violência.

Figura 4: Municípios da baixada Fluminense.



Fonte: Wikipedia.

Considerando a proposta político-pedagógica dos IF, é possível identificar, na cidade de Belford Roxo, uma série de elementos que justificam a instalação de um polo de educação de referência que possa qualificar as cidadãs e cidadãos do local e das redondezas. Vale destacar que também foram criados institutos federais em outras seis cidades da região da Baixada Fluminense. Neste sentido, a atuação politicamente atuante dos docentes pode ser de fundamental importância para a promoção da qualidade de vida dos mesmos.

Economia Criativa: mudança social ou individualização das responsabilidades

A unidade de Belford Roxo está reunindo diversos cursos que atuam, direta ou indiretamente, com os setores da Economia Criativa. O crescimento, ou melhor, a popularização da economia criativa está diretamente relacionada com as mudanças propostas pelo governo britânico no final dos anos 1990. Ainda que as primeiras reflexões tenham ocorrido na Austrália e o conceito de nação criativa tenha sido lá pela primeira vez mencionado, foram as discussões no Reino Unido que trouxeram ao centro do debate o tema da criatividade como insumo para as atividades produtivas. Tal processo ocorre já no final do século XX, após o processo de desindustrialização inglês, momento em que há uma redução generalizada de empregos no país. Com a crise financeira global de 2008, torna-se necessário pensar em alternativas para o reaquecimento da

economia. É exatamente neste momento que surge a reflexão sobre a criatividade como insumo para o trabalho.

É quando as ditas “economias avançadas” se desindustrializam que “fazer dinheiro com ideias” torna-se plausível, senão necessário. É no momento em que se desmantela a “condição salarial” [...] que “já não podemos mais falar em empregados das 8h às 18h”, mas de empregos criativos e flexíveis. É quando o PIB cresce enquanto a renda das famílias e os empregos diminuem que se torna preciso pensar em outros tipos de trabalho. Não é à toa que os ventos da economia criativa sopram inicialmente da desindustrializada e financeirizada Londres. (MICHETTI, 2012b, p. 176)

Este contexto de desindustrialização inglês conduziu à eleição dos trabalhistas comandados pelo primeiro ministro Tony Blair e é concomitante à emergência da denominada sociedade da informação ou sociedade do conhecimento. Esta nova ordem social é característica dos contextos pós-industriais europeus e seu crescimento se deu com o advento das tecnologias de informação e comunicação. Como indica De Marchi (2012a), esta sociedade está fundamentada essencialmente nas atividades do setor de serviços, sendo que este ambiente se caracteriza por uma mudança fundamental: ao invés da utilização intensiva do capital trabalho orientado para uma fabricação de produtos em massa como origem da produção de mais valor, a economia se volta para o uso da informação — um capital de base intelectual — e para a comunicação dos conhecimentos que são utilizados com o fim de produzir bens criativos e inovadores. Neste momento, as atividades ditas simbólicas passam a ser consideradas como recurso para o desenvolvimento e, no caso britânico, são percebidas como “capazes de tornar a economia pós-industrializadas do Reino Unido competitiva em uma economia globalizada” (DE MARCHI, 2012a, p. 3/4), de maneira que se passa a investir não mais centralmente no desenvolvimento de produtos industrializados, mas sim em uma inserção no mercado de bens e serviços criativos devido a seu alto valor agregado, valor este centralmente angariado por meio dos ativos da propriedade intelectual.

Para o autor, dentro desta sociedade do conhecimento, uma ênfase maior é fornecida à criatividade e tal centralidade está alinhada com o objetivo dos governos de promover desenvolvimento econômico: nesta lógica, entende-se que a criatividade conduz à inovação, sendo que esta última é percebida

como o motor do crescimento. Como decorrência, a cultura perde espaço como objeto de políticas públicas, já que a criatividade e a economia criativa, por extensão, passam a ser equiparadas à própria noção de desenvolvimento. Com esta percepção do setor criativo como a grande força econômica da nova Grã-Bretanha, foi lançado o projeto *Creative Britain* em que o Estado se torna o principal responsável por fomentar os setores criativos. Ainda que possua este papel de incentivador, caberia, contudo, aos empreendedores individuais a tarefa de abrir os novos negócios criativos: neste sentido, a economia criativa concede ao indivíduo o papel de motor da economia, localizando no centro deste modelo a iniciativa privada, enquanto o poder público se torna apenas um facilitador do processo (DE MARCHI, 2012b). Assim, a solução para uma crise de empregos deixa de estar centrada no trabalho do governo como um fomentador das atividades produtivas tradicionais e se direciona para um incentivo à autonomia individual, aquilo que vem sendo recentemente denominado — e estimulado no Brasil, cabe salientar — como empreendedorismo. Como resultado, críticos ingleses apontaram que este caminho tomado pelo Estado britânico indicava para uma retirada do mesmo da responsabilidade com relação às atividades culturais em prol da iniciativa privada, o que privilegiava especialmente as grandes corporações de comunicação e mídia. Tal postura poderia conduzir, como consequência, a uma maior segregação cultural, na medida em que o governo estaria indo na contramão da democratização do acesso, especialmente quando se fornece grande importância, como ocorre no caso inglês, aos direitos de propriedade intelectual (DE MARCHI, 2013).

A definição dos setores que comporiam a indústria criativa inglesa ficou sob a responsabilidade do Departamento de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS) que encomendou uma pesquisa a fim de definir o setor. No entendimento do órgão, os setores criativos podem ser definidos como as áreas “que têm sua origem na criatividade, na perícia e no *talento individuais* e que possuem um potencial para a criação de riqueza e empregos através da *geração e da exploração da propriedade intelectual*” (DCMS *apud* FIRJAN, 2008, p. 7 —



APOIO



REALIZAÇÃO



grifos nossos), o que revela grande ênfase às características individuais e aos rendimentos privados, como podemos perceber. A seleção incluía os setores de publicidade, arquitetura, mercado de artes e antiguidades, artesanato, *design*, moda, filmagem, *softwares* interativos de lazer, música, artes performáticas, editoração, serviços de computação e rádio & televisão. Esta abrangência, como indicado, foi costurada por meio da noção de criatividade:

Desde logo, o documento resultante [da discussão do DCMS] definia as indústrias criativas, em primeiro lugar, a partir da união de diversas atividades: culturais (pintura, música, dança, cinema etc.), de comunicação (imprensa, rádio, televisão), de desenho (desenho industrial, moda, diversas especialidades de *design*) e de tecnologias da informação (conteúdos para *internet*, jogos eletrônicos, produção de hardwares e *softwares*). A despeito da singularidade de cada uma dessas atividades, afirmava-se que todas comungavam de “criatividade”, *termo que era definido como sendo originado a partir da habilidade e talento individuais cujos produtos apresentavam potencial para geração de empregos e riquezas por meio da exploração de propriedade intelectual*, outro aspecto que definia essas atividades. (DE MARCHI, 2014: 198 — grifos nossos)

Como é assinalado no documento da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro — FIRJAN (2008, p. 7), as áreas consideradas parte do núcleo criativo pelo DCMS compreendiam centralmente “atividades de serviços e comércio”, sendo que esta foi a primeira classificação realizada que incluiu áreas que, até aquele momento, não eram entendidas como primordialmente culturais, podendo ser mencionadas aqui centralmente a grande indústria, como é o caso do setor de *design*. Assim, percebemos que é nesse momento que se iniciou a construção de uma nova abordagem sobre a cultura que deixa de conter apenas as áreas tradicionais e passa a incluir atividades que delas são aproximadas. Contudo, estes setores não são apropriados sem uma avaliação de um “grau de cultura envolvido”, aquilo que foi denominado pelo DCMS como “testes da cultura”. Vale citar um trecho da publicação do DCMS citado em Reis (2012):

As “indústrias criativas” são analiticamente primas-irmãs das indústrias culturais; diferentes mas obviamente da mesma família ou atividade. O que elas produzem tem alto grau de valor simbólico e funcional. Arquitetura, *design*, moda, serviços de computação e propaganda são tipicamente setores criativos, que no mercado têm de passar pelos testes da cultura e funcionalidade. Anúncios têm de vender produtos, mas funcionam melhor quando expressam firmemente a cultura. Edifícios devem ser tanto esteticamente agradáveis como funcionais. *Design* deve incorporar cultura, mas é inútil se os produtos não funcionam direito. Roupas devem ser culturalmente de vanguarda mas ao mesmo

tempo trajáveis. Nem todo edifício roupa, anúncio ou peça de *design* passa por ambos os testes, mas as indústrias criativas são mais saudáveis e vitais quando o maior número possível deles passa. (DCMS a *apud* REIS, 2012, p. 43).

Tal definição foi tomada como referência por toda a reflexão posterior sobre as indústrias criativas, ainda que não tenha se tornado unânime. Apenas para citar um exemplo, os Estados Unidos da América, mesmo após a popularização da versão britânica, optaram por uma classificação mais tradicional em que o foco de atuação da economia criativa se restringiu aos negócios envolvidos na produção e distribuição das artes e, como decorrência, não consideraram áreas como a pesquisa científica — que embora não apareça na classificação inicial do DCMS, é considerada profissão criativa por alguns autores que refletem sobre o tema — e a computação, ambas áreas que, embora criativas, não são habitualmente tratadas como artísticas. Há uma grande discussão sobre se as áreas de pesquisa científicas poderiam fazer parte dos setores criativos. No entendimento de seus defensores, qualquer pesquisa possui ideias e criatividade como insumo principal e estes ingredientes conduzem à inovação, o que justificaria a inserção da pesquisa entre os setores criativos. Para os opositores não há dúvida sobre a presença da criatividade na produção da pesquisa: o problema se encontra no fato de que a criatividade, quando enfatizada como componente fundamental destes setores, acabar por “engolir” os recursos que poderiam ser investidos nas áreas que não são tão inovadoras, como é o caso das artes tradicionais, podendo conduzir a um cenário em que tendem a receber mais investimentos do que estas últimas, em razão de o retorno econômico (lucro) por elas produzido ser muito maior. Esta é uma das críticas frequentemente retomadas dentro do parlamento inglês.

Como é possível perceber, toda a lógica da economia criativa inglesa — e, logo, a postura que se passou a adotar em relação aos bens culturais — envolveu uma realocação que pode ser resumida — ainda que possamos incorrer, momentaneamente, em um simplismo — em uma passagem das principais responsabilidades referentes à produção e circulação dos artefatos

culturais para o setor privado. Desta maneira, o governo retirou de si mesmo, em certa medida, o papel de financiador central das manifestações culturais e relegou ao empreendedorismo individual e às grandes corporações da iniciativa privada esta função. Por outro lado, abriu espaço — por meio da manipulação de um entendimento da noção de criatividade que a aproxima bastante com o conceito de inovação tecnológica — para que o Estado respalde áreas que já recebem grande financiamento: essencialmente os setores de tecnologia de informação e comunicação. Além destes elementos, grande centralidade foi fornecida aos direitos de propriedade, restringindo à população de modo mais amplo o acesso às manifestações culturais.

Ainda que estes fatores sejam razão para um enfrentamento por parte da sociedade civil com relação ao modo como a economia criativa foi inicialmente tomada, algumas instituições demonstraram um grande interesse nos benefícios que a mesma poderia gerar para os países em desenvolvimento, como é o caso da ONU. Sob o ponto de vista da ênfase fornecida à criatividade na sua relação com o comércio, a economia criativa permite valorizar uma série de atividades produtivas que podem ser uma importante alternativa para a geração de trabalho e renda. Esta é a perspectiva central da ONU que, em 2008, lança um documento em que incentiva que os governos dos países em desenvolvimento invistam nestas áreas. Apesar das críticas, as noções de economia criativa são avaliadas, no relatório, por meio de uma visão bastante positiva cujo objetivo parece ser abrir uma nova possibilidade de atuação para as economias em desenvolvimento, possibilidade esta que teria a cultura e a criatividade — própria de qualquer atividade humana — a seu serviço. Nesta perspectiva, define-se as indústrias criativas:

[...] como os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam a criatividade e o capital intelectual como principais insumos. Elas compreendem um conjunto de atividades baseadas no conhecimento que produzem bens tangíveis e intangíveis, intelectuais e artísticos, com conteúdo criativo e valor econômico. (UNCTAD, 2010, p. XVI)

Considerando este crescimento e a expansão em potencial da Economia Criativa, o relatório destaca em diversos momentos a importância dos governos criarem políticas públicas específicas para o setor. Para tal, devem avaliar as particularidades de suas economias, reconhecendo suas necessidades reais, alinhadas com suas diferenças culturais e identitárias, a fim de investir nos produtos com maior possibilidade de retorno: desta maneira, cada nação deve analisar onde está o seu potencial particular. Este posicionamento se alinha com uma perspectiva que não mais valida políticas internacionais de desenvolvimento baseadas em modelos generalistas que se vendem como salvacionistas, especialmente quando se conhece que as teorias econômicas tradicionais já se demonstraram incapazes de dar conta das assimetrias não apenas econômicas, mas também culturais das diversas sociedades. Ainda que direcionados para o setor criativo, estes investimentos não devem apenas se voltar para a esfera do econômico, uma vez que a natureza multidisciplinar da economia criativa demanda ações interministeriais. Deste modo, o relatório orienta que os governos desenvolvam políticas públicas para os setores cultural, tecnológico, ambiental, educacional e social de modo mais amplo, além de ações voltadas para o crescimento de uma economia que se desenvolva de maneira sustentável. Assim, se de um lado há um incentivo para que os países em geral invistam na economia criativa como alternativa, de outro estimula-se a busca por soluções locais para este estímulo, baseando-se em áreas que se revelem lucrativas para cada caso em particular.

No Brasil, a discussão sobre a economia criativa ganha espaço no setor público com o lançamento do Plano da Secretaria de Economia Criativa. Em coerência com a mudança iniciada com a gestão de Juca Ferreira, no PSEC constrói-se uma nova percepção sobre o MinC, de modo que o órgão deixa de ser um ator secundário dentro do planejamento político de governo e passa a ser compreendido como um articulador de projetos interministeriais alinhados a outros planos de governo, como é o caso do “Brasil sem Miséria” e do “Brasil Maior” que são nominalmente mencionados. O objetivo, como é destacado, é inserir a cultura dentro da perspectiva do desenvolvimento, de modo a atender

a premissa expressa na Constituição Federal que entende ser aquela um direito do cidadão. Neste sentido, a reflexão sobre o desenvolvimento passa a envolver, dentro de sua concepção, o entendimento de que a esfera do simbólico-cultural contribui para a sua produção. Como indica De Marchi (2012, p. 1), entendida a partir de uma perspectiva desenvolvimentista, a cultura, em decorrência, passa a ser percebida como um ativo econômico, de modo que as produções que possuem como principal valor seus aspectos simbólicos passam também a ser posicionadas em local privilegiado, segundo o autor. No caso brasileiro, a análise e desenvolvimento de uma política para a economia criativa fica a cargo do MinC.

Figura 5: Escopo dos setores criativos segundo a Secretaria de Economia Criativa.



Fonte: MinC, 2012, p. 30.

O Ministério da Cultura se coloca o desafio de formular, implementar e monitorar as políticas públicas para um modelo de desenvolvimento cujas

bases estão “na inclusão social, na sustentabilidade, na inovação e, especialmente, na diversidade cultural brasileira” (MINC, 2012, p. 7). Aproveitando as classificações realizadas pelas diversas instituições ao redor do mundo, mas se guiando pela sugestão da ONU de observar as especificidades e o potencial local, a Secretaria de Economia Criativa apresenta esta classificação para os setores criativos. A moda é uma das áreas inseridas na Economia Criativa no Brasil. Considerando esta inserção, o projeto docente desenvolvido visa a constituição da qualificação socioprofissional orientada para o desenvolvimento de negócios criativos cuja ênfase não esteja no individualismo dos empreendedorismos tradicionais, mas que se volte para a realização de parcerias entre os produtores envolvidos. Estas parcerias, além de beneficiar os negócios, também têm como objetivo promover a localidade, seja pelo aumento da oferta de empregos, seja pela oportunização de alternativas à violência e pobreza.

Docência e atuação social: a qualificação em moda como geradora de renda

O projeto foi desenvolvido no ano de 2017 com o objetivo de ser analisado e corrigido ainda neste ano e desenvolvido em 2018. Seu foco central está na qualificação na área de moda em diálogo com a economia criativa e o empreendedorismo, buscando ainda a formação integral dos alunos, isto é, uma qualificação que não se centre apenas no desenvolvimento de competências técnicas, mas também a formação humana, socioprofissional e política. A proposta do projeto é atuar na formação de mulheres, público mais vulnerável socialmente. Além disso, como visto pelos dados do Censo de 2010, aquelas que apresentam renda média cerca de 30% inferior a dos homens na cidade de Belford Roxo. É relevante destacar que a área de moda tradicionalmente emprega muitas mulheres, seja na produção – modelagem, costura, etc. -, seja nas áreas de pesquisa e design.

Entre as costureiras, profissionais fundamentais para o desenvolvimento das roupas, é comum encontrarmos mulheres com poucos anos de estudo. De

acordo com dados apresentados na pesquisa “Territórios da Moda” (2011) desenvolvida pela Prefeitura/RJ em parceria com o Sebrae/RJ, um dos principais problemas do setor, de acordo com os confeccionistas, é a falta de profissionais qualificados, o que acaba por se refletir em baixos salários. Na mesma pesquisa, sabemos que os baixos valores pagos são vistos como o principal problema da profissão, segundo as costureiras. Tal fator revela sua faceta mais crítica e cruel quando sabemos que entre as 5160 costureiras pesquisadas, 51,4% tem na costura sua única fonte de renda³.

Considerando estes dados, é possível afirmar que qualificar estas profissionais ou qualificar futuras profissionais pode ser uma maneira de reduzir os problemas relacionados aos salários. Contudo, não basta formar estas profissionais apenas para o exercício da função dentro das confecções, produzindo, assim, mais mão de obra barata para a indústria da moda. Assim, a proposta do curso a ser desenvolvido estaria na qualificação para a autonomia, de maneira que a profissional estivesse capacitada não apenas para receber a produção como facionista, mas também ser capaz de criar o produto considerando as tendências e o público; comprar a matéria-prima; calcular os custos; precificar sua mão-de-obra e/ou do produto e, mais importante, buscar meios de se associar a outras profissionais em benefício próprio e da coletividade, de modo que a qualificação permitisse o aumento da renda ou mesmo a geração de renda por parte de mulheres dos arredores de Belford Roxo. Considerando estes aspectos, foram desenvolvidos o projeto e matriz de curso abaixo.

O principal diferencial proposto estaria em oferecer um momento inicial do curso em que se discutisse a noção de projeto de vida. Embora possa parecer óbvio para os membros das classes medias e altas, a noção de projeto de vida não é natural, mas construída por meio da educação: inicia-se mesmo quando alguém pergunta “o que você quer ser quando crescer?” Quando não discutida, ela não necessariamente se desenvolverá.

³ É interessante ressaltar que a principal vantagem apontada pelas pesquisadas em atuar com costura externa (faccão) foi poder cuidar dos filhos, o que revela a importância da moda como profissão para as mulheres.

Curso: Confeccionista

Resumo: Programa socioprofissional na área de confecção de roupas femininas, com duração de 200h, voltado a mulheres entre 16 e XX anos, que buscam iniciar uma nova carreira, se (re)integrando no mercado de trabalho, ou receber qualificação formal, certificando-se em sua área de atuação, possibilitando o acesso ao desenvolvimento de competências técnicas básicas, além de formação geral para o mundo do trabalho.

Público-alvo: mulheres de baixa renda entre 16 a 60 anos, moradoras programa Belford Roxo e redondezas.
Certificação: Àquele que concluir o curso receberá o certificado de conclusão do curso de Confeccionista.

Composição da oferta (unidades curriculares):

- I) Projeto de vida e mundo do trabalho (28h)
- II) Produto de moda: pesquisa e design para negócios criativos (32h)
- III) Matéria-prima: características, pesquisa de mercado e custo (24h)
- IV) Desenvolvimento de produto: modelagem introdutória; noções de corte e costura (76h)
- V) Empreendedorismo para negócios criativos (20h)

Objetivos socioprofissionais:

- Construir projeto de vida e de carreira;
- Desenvolver o produto em sua integralidade;
- Identificar oportunidades de negócios e de parcerias;
- Precificar os artigos que confecciona.

Perfil do egresso: o aluno egresso será capaz tanto de prestar serviços de confecção de roupas de vestuário, quanto de desenvolver os próprios produtos, iniciando a área de moda.

Organização e composição curricular: o curso será composto de três módulos.

*Módulo I	*Módulo II	*Módulo III
a) Projeto de vida e mundo do trabalho (28h)	a) Matéria prima II (16h)	a) Desenvolvimento de Produto I (40h)
b) Matéria prima I (8h)	b) Empreendedorismo para negócios criativos (20h)	b) Custo e Precificação (20h)
c) Produto de Moda (32h)	c) Desenvolvimento de Produto I (36h)	

Detalhamento das unidades curriculares:

I) Projeto de vida e mundo do trabalho (28h)

- Desenvolver a noção de Projeto de Vida;
- Inserir o projeto profissional dentro dos objetivos pessoais;
- Compreender a saúde e segurança física como projeto de vida;
- Desenvolver a identidade de gênero e raça como marcos referenciais do ser;

II) Produto de moda: pesquisa e design para negócios criativos (32h)

- Reconhecer a moda como um setor criativo;
- Compreender o produto de moda, suas partes e etapas de desenvolvimento;
- Pesquisar tendências nas mídias e no mercado;
- Identificar o público-alvo e segmentar o mercado;
- Criar produto e desenvolver ficha técnica;

III) Matéria-prima: características e pesquisa de mercado (24h)

- Diferenciar fibra, fio e tecido;
- Reconhecer os tipos de beneficiamentos;
- Desenvolver fornecedores e negociar preços;

IV) Desenvolvimento de produto: modelagem introdutória; noções de corte e costura em tecidos planos (76h)

- Reconhecer tabelas de medidas e bases de modelagem feminina;
- Interpretar modelos sobre as bases de modelagem;
- Enfeitar o tecido;
- Posicionar os moldes e cortar as partes do modelo manualmente sobre os tecidos;
- Costurar em máquina reta e overlock (acabamento);

V) Empreendedorismo para negócios sociais criativos (20h)

- Compreender e distinguir os negócios sociais e criativos;
- Identificar oportunidades de negócios;
- Desenvolver plano de negócios;
- Desenvolver parcerias de negócios produtivas;

VI) Custo e Precificação (20h)

- Identificar elementos que interferem no custo do produto;
- Desenvolver planilha de custos.

O projeto de vida também envolve nossa constituição como ser, como profissional e mesmo nossa percepção de gênero, raça e até nossa relação com a saúde e segurança: engravidar ou não; proteger-se nas relações sexuais, etc. Esta relação com o projeto impacta em toda a construção do indivíduo como cidadão portador de direitos e mesmo de um indivíduo que prospecta um futuro para si.

Além disso, o curso pretende abordar todas as etapas do processo, a fim de fornecer às alunas uma percepção integral do desenvolvimento do produto, de modo a não alienar as mesmas do processo produtivo, compartimentando os conhecimentos: entendemos que, deste modo, contribui-se ainda para a autonomia das alunas como profissionais.

A discussão e proposição de uma abordagem comercial social e criativa também é um diferencial: buscaremos desenvolver uma perspectiva centrada na cooperação e não na pura concorrência, desenvolvendo a perspectiva do trabalho em equipe. Busca-se ainda reduzir a própria noção de competição a qual são expostas às mulheres em culturas machistas, como a brasileira.

A partir da proposta acima, articularemos o curso como se segue:

Matriz de Articulação

Organização Curricular

	Módulo I	Módulo II	Módulo III
Objetivos			
Construir projeto de vida e de carreira;			
Desenvolver o produto em sua integralidade;			
Identificar oportunidades de negócios e de parcerias;			
Precificar os artigos que confecciona.			

Considerações Finais

Neste artigo, apresentamos o contexto e proposta de atuação da docente como mediador dos processos de geração de renda e redução de desigualdade por meio da discussão de um projeto de curso de moda. Para tal, apresentamos a proposta institucional e as características locais do local onde o mesmo está inserido. Também apresentamos as noções que pautam a economia criativa, conceitos que nortearão o curso. Por fim, apresentamos a estrutura do curso a fim de podermos discuti-lo com os pares.

Referências

CANO, Ignácio; SENTO-SÉ, João Trajano; RIBEIRO, Eduardo. **Mapeamento da criminalidade na área metropolitana do Rio de Janeiro**. 2004. Disponível em: http://www.lav.uerj.br/docs/rel/2004/map_crim_rio_2004.pdf. Acesso em: 09 Jul. 2017;

DE MARCHI, Leonardo. “Entre o desenvolvimento econômico e o direito à cultura: uma análise dos usos do termo ‘economia criativa’ pelo governo brasileiro”. *In. Anais do XI Congresso Latinoamericano de investigadores de la comunicación*. 2012a. Disponível em: http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/leonardo_de_marchi_economia_criativa_e_politicas_de_cultura_artigo_1.pdf. Acesso em: 10/07/2014.

_____. “Construindo o conceito de economia criativa no Brasil: política cultural no contexto neodesenvolvimentista brasileiro”. *In. Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação/INTERCOM*. 2012b. Disponível em: www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-2053-1.pdf. Acesso em: 10/07/2014.

_____. Construindo um conceito neodesenvolvimentista de economia criativa no Brasil: Política Cultural na era do novo MinC. **Novos Olhares**, São Paulo, v. 2, n. 2, jul./dez. 2013. Disponível em: www.revistas.usp.br/novosolhares/article/viewFile/69826/72486. Acesso em: 10/07/2014.

FIRJAN. A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil. *In. Estudos para o desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro*, n.2, mai. 2008. Disponível em: <http://www.firjan.org.br/data/pages/2C908CEC3286DF68013286FCB8CE2E1C.htm>. Acesso em: 23/07/2014.

IBGE. **Cidades**: Belford Roxo. 2016. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=330045&search=|j|nfoqr%E1ficos:-informa%E7%F5es-completas>. Acesso em: 08 Jul. 2017;

MICHETTI, Micheli. “Da mestiçagem como panaceia à diversidade como (anti) commodity: notas sobre economia criativa no Brasil”. *In. Latitude*, v. 6, n. 2, pp. 175-190, 2012b. Disponível em:

<http://www.seer.ufal.br/index.php/latitude/article/view/877/573>. Acesso em: 11/07/2014.

MINC. **Plano da Secretaria de Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações 2011-2014**. Brasília: MINC, 2012;

PACHECO, Eliezer. **Os institutos federais: uma revolução na educação profissional e tecnológica**. Brasília: MEC, s/a;

PNUD. Ranking IDHM Municípios 2010. 2013. Disponível em: <http://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/idh0/rankings/idhm-municipios-2010.html>. Acesso em: 08 Jul. 2017;

PREFEITURA/RJ; SEBRAE/RJ. **Territórios da moda: a indústria da moda na cidade do Rio de Janeiro [Relatório de Pesquisa: Etapa Quantitativa]**. Rio de Janeiro: Prefeitura/RJ, 2011;

REIS, Ana Carla Fonseca (Org). **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008;

SILVA, Caetana Juracy Resende. **Institutos Federais Lei 11.892, de 29/12/2008: comentários e reflexões**. Natal: IFRN, 2009;

SOROSINI, Marcela. Polos de Jeans no Rio vendem calça a R\$20. **O dia** [Caderno Economia]. 17/09/2015. Disponível em: <https://extra.globo.com/noticias/economia/polos-de-jeans-no-rio-vendem-calcas-partir-de-20-8287085.html>. Acesso em 08 Jul. 2017;

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

WIKIPEDIA. **Baixada Fluminense**. 21/5/2017. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Baixada_Fluminense. Acesso em: 09 Jul. 2017;