

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO – UFRJ**  
**CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS – CFCH**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO – ECO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

Alexandra Santo Anastácio

**COMUNICAÇÃO E MODA NA PERIFERIA DO RIO DE JANEIRO: ENTRE BALAS E BELAS**

Santa Marta na Moda

Rio de Janeiro

2013

Alexandra Santo Anastácio

**COMUNICAÇÃO E MODA NA PERIFERIA DO RIO DE JANEIRO:**

**ENTRE BALAS E BELAS**

Santa Marta na Moda

Dissertação de Mestrado apresentada ao  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social,  
Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro,  
como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em  
Comunicação.

Orientadora: Prof. Dra. Raquel Paiva de Araújo Soares

Rio de Janeiro  
2013

SANTO ANASTÁCIO, Alexandra, 1965  
COMUNICAÇÃO E MODA NA PERIFERIA DO RIO DE JANEIRO: ENTRE BALAS E BELAS,  
Santa Marta na Moda/ Alexandra Santo Anastácio. – 2013  
136 f.  
Orientadora: Raquel Paiva de Araújo Soares  
Trabalho de conclusão de curso (mestrado) – Universidade Federal do Rio de  
Janeiro, Mestrado em Comunicação, 2013.  
1. Comunicação. 2. Moda. 3. Favela. I. Santo Anastácio, Alexandra. II.  
Universidade Federal do Rio de Janeiro. Mestrado em Comunicação.III. Título.

Alexandra Santo Anastácio

**COMUNICAÇÃO E MODA NA PERIFERIA DO RIO DE JANEIRO:  
ENTRE BALAS E BELAS**

Santa Marta na Moda.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós Graduação em Comunicação Social da Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação Social.

Linha de pesquisa: Mídia e Mediações Socioculturais.

**Banca Examinadora:**

---

Raquel Paiva de Araújo Soares, doutor, UFRJ

---

Muniz Sodré de Araújo Cabral, pós- doutor, UFRJ

---

Patrícia Saldanha, doutor, UFF

Filhos podem ser do corpo ou da alma.

Para o Bernardo, filho de corpo e alma.

Sempre.

## **RESUMO**

SANTO ANASTÁCIO, Alexandra. **Comunicação e Moda na Periferia do Rio de Janeiro: Entre Balas e Belas**, Santa Marta na Moda. Rio de Janeiro, 2013. Dissertação: Mestrado em Comunicação Social, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

A presente pesquisa e dissertação pretende abrir um debate entre a dinâmica moda e comunicação, após a implantação da política pública de segurança em curso nas áreas periféricas da cidade do Rio de Janeiro desde novembro de 2008. A pesquisa, realizada durante dois anos, buscou utilizar a experiência prática de costureiras e artesãos, residentes à favela Santa Marta, localizada no bairro de Botafogo como forma de compreensão da realidade concreta dos moradores destes territórios tendo como cenário a comunicação e a moda comunitária. A metodologia utilizada tem como base a experiência de pesquisa ação participante, originária dos meios acadêmicos americanos durante a década de 1950. O objetivo a ser inicialmente atingido mostrou-se de maior complexidade ao previsto durante a formulação do projeto e, portanto, após as narrativas de diversos personagens, proponho a utilização da forma cultural, utilizando a moda e o processo de comunicação a ela inerente como primeiro passo em direção a uma proposta de educação, em anexo.

**Palavras- chave:** Comunicação, moda, favela Santa Marta, pesquisa ação participante e educação.

## **ABSTRACT**

SANTO ANASTÁCIO, Alexandra. **Comunicação e Moda na periferia do Rio de Janeiro: Entre balas e belas**, Santa marta na moda. Rio de Janeiro, 2012. Dissertação: (Mestrado em Mídias e Mediações socioculturais)- Comunicação Social, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

The current dissertation intends to open a debate between communication and fashion after the security public politic recently implemented in Rio de Janeiro's slums, Pacifying Police Units, starting from an ethnographic study that uses as a study case, peripheral fashion and handicraft groups which integrates a implementation project as part of a program that claims to intend to reach social inclusion of the slum's inhabitants to urban city area. After beginning data collection, I've decided for participate action research when I noticed the enormous complexity of the study object in their relation with communication process. During two years, I spent a lot of time with the actors of the process and realize the importance of framing a solid social-political base that could resort culture, represented by fashion and communicational process as a first step towards education.

**Keywords:** Communication, Fashion, Social Inclusion, Public Politic, Education.

“A moderna sociedade burguesa, que surgiu do declínio da sociedade feudal, não aboliu as contradições de classe. Ela apenas colocou novas classes, novas condições de opressão e novas formas de luta no lugar das antigas. Nossa época – a época da burguesia- caracteriza-se, contudo, por ter simplificado os antagonismos de classe.”

Karl Marx

“Com a rápida melhora dos instrumentos de produção e das comunicações, a burguesia logra integrar na civilização até os povos mais bárbaros. Os preços baratos de suas mercadorias são a artilharia pesada com a qual ela derruba todas as muralhas da China e faz capitular até os povos mais bárbaros mais hostis aos estrangeiros. Sob a ameaça da ruína, ela obriga todas as nações a adotarem o modo burguês de produção, força-as a introduzir assim a chamada civilização, quer dizer, se tornarem burguesas. Em suma, ela cria um mundo à sua imagem e semelhança.”

Karl Marx

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	07
<b>1. COSTURANDO COMUNICAÇÃO E COMUNIDADE</b> .....	13
1.1 MODA E COMUNICAÇÃO	
1.1.1 Moda, estilo e luta pela cultura	
1.2 COMUNICAÇÃO E MODA COMUNITÁRIA	
1.2.1 Moda e magia	
1.2.2 Moda comunitária e identidade	
1.3 PESQUISA AÇÃO	
1.3.1 Processo de comunicação	
1.3.2 Cenário da pesquisa	
1.3.3 As fases do projeto de pesquisa	
1.3.4 A moda do ano	
1.3.5 Consumida pelo consumo	
1.3.6 O que fiz em nome da pesquisa	
1.3.7 Santa Marta abraça Zumbi enquanto Madona visita a favela	
1.3.8 Linguagem da moda e da fama	
1.3.9 Colcha de retalhos	
1.3.10 Favela, o local aonde a modernidade não chegou	
1.3.11 Da prática comunitária da Idade Média	
1.3.12 Sem sombras na saída da caverna	
1.3.13 Por uma nova teoria da comunicação	
<b>2 COSTURANDO O DONA MARTA AO SANTA MARTA AO SANTA</b>	
2.1 O MORRO DONA MARTA	
2.1.1 Mais um pouco do caminho	
2.1.2 Arquitetura do morro	
2.1.3 Como o dona virou santa	
2.1.4 Casas de amigos	
2.2 Ações na favela santa marta (NATURA,CORAL,SEBRAE, ECOSOL E CEDAC)	

- 2.2.1 Utopia na favela santa marta
- 2.2.2 Pesquisa acadêmica
- 2.2.3 Conquista da confiança
- 2.2.4 Passarela da moda
  - a) Desfile de Aniversário – Dez anos
  - b) Desfile de Janeiro – Curso de Maquiagem
  - c) Desfile de Fevereiro – Carnaval e Posto de Saúde
  - d) Desfile de Maio – Festival de Economia Solidária
  - e) Desfile de Julho – Festa na favela
  - f) Desfile de Agosto – Festa na Cinelândia
  - g) Desfile de dezembro – Festa na ONG
- 2.2.5 UPP SOCIAL E PARCEIROS
- 2.2.6 OS EVENTOS DA NATURA
- 2.2.7 NATURA COM UPP SOCIAL
- 2.2.8 CORAL PINTA E BORDA
- 2.2.9 CONFLITO NO FORMATO EDUCACIONAL
- 2.2.10 CEDAC
- 2.2.11 SEBRAE
- 2.2.12 EDUCAÇÃO E O CASO DO QUIOSQUE DE COMERCIALIZAÇÃO
- 2.2.13 UMA INVENÇÃO DE CIDADE E UMA INVENÇÃO DO TRABALHO NA MODA

### **3 COSTURANDO IDEAIS**

- 3.1 ANTES DA PACIFICAÇÃO
- 3.2 OS PERSONAGENS
- 3.3 COSTUREIRAS!?

### **4 CONCLUSÃO**

- 4.1 LIMITES CIENTÍFICOS
- 4.2 O SAPO INGLÊS
- 4.3 ESCOLA TÉCNICA DE MODA, MODELAGEM E COSTURA – PROJETO DE COMUNICAÇÃO, MODA E EDUCAÇÃO.

### **5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

## INTRODUÇÃO

Comunicação e moda são temáticas abordadas no acadêmico local contemporâneo de forma distinta. O campo científico da comunicação está assegurado em diversas pesquisas, dissertações e teses. Já a moda apenas inicia sua trajetória em universidades, grupos de estudo e debates.

Mesmo que Gilles Lipovetsky e Jean Baudrillard tenham se arriscado a desenvolver teorias em que a temática da moda surge como pano de fundo semiótico, ainda assim encontram-se poucas pesquisas a penetrar a fundo nas possibilidades e fundamentos da questão específica do vestuário e de suas representações e mediações na análise concreta da realidade de grupos sociais.

No século XIX, Karl Marx previu os caminhos da indústria têxtil e as possíveis implicações de uma sociedade voltada para o fetichismo de mercadorias. Alertou-nos para as intrincadas relações sociais que poderiam surgir a partir do momento em que os seres humanos vivessem orientados pelo capital e em sua busca cotidiana direcionada pelo desejo de não mais desempenhar papéis de poder e sim em ser o poder.

Durante o final do século XIX e pelas estradas tortuosas a que nos levou o século XXI, tentávamos descobrir novos modelos científicos para iluminar a vida humana. Buscamos facilitar o desempenho no trabalho e pesquisamos modos de torna-lo mais rápido e eficiente. Cientistas debruçaram-se em projetos de pesquisa de forma a que mais pessoas pudessem ter acesso a mais coisas em menor tempo pagando menos. Assim, a Revolução Industrial revelou um novo mundo.

Os camponeses poderiam deixar suas terras e a escravidão de dura vida dedicada aos senhores e direcionar-se a trabalhos rentáveis. Largar o relento e moradias precárias. Construir cidades e abrigar em casas confortáveis seus filhos. Os artesãos teriam menos feridas nas mãos do esforço empreendido na utilização de materiais de trabalho precários. Se antes confeccionavam duas peças em uma semana, estariam aptos a produção em série. Teriam mais dinheiro e seriam mais felizes.

Intelectuais visitavam teorias calcadas no maravilhoso novo mundo a se apresentar diante de seus olhos. Que sociedade emergiria? O espetáculo apresentava-se como infindável. O ser humano poderia ser capaz de conquistar, prever, solucionar, analisar, propor caminhos e

modificar. Invencível ser. Levanta-se a voz de Marx como já havia advertido Honoré de Balzac em suas narrativas sobre a moderna sociedade parisiense. Talvez, não passasse de ilusão.

O período moderno iniciado no entusiasmo do viés de conquistas tecnológicas e científicas apresentava vencedores. A humanidade havia triunfado sobre o século das trevas e dias medievais ficaram no passado. O poder dos reis e da igreja desmoronava do pedestal de séculos de dominação. O primeiro slogan “Liberté, Fraternité, Igualité” ecoa da França absolutista a cada vez mais “democrática” sociedade de consumidores do século XXI.

Na Paris de 2012 véus a encobrir rostos femininos estão por toda parte. Vestidas de Chanel por baixo dos panos de burcas, mulheres de Maomé passeiam por monumentos da vitória do poderio militar dos aliados ocidentais. Lado a lado no metrô londrino as mesmas indumentárias encontradas na França disputam o posto da bolsa mais chique. Não importam os panos pretos a esconder dominações, carregam orgulhosamente provas de sua superioridade nos braços e ombros. Dior, Balenciaga e Yves Saint Laurent marcas da sofisticação ocidental disputadas nas filas dos templos da moda e do consumo ganham as ruas na pele amarela de chineses e japoneses. Quem são e para onde vão dentro de Land Rovers, Mercedes e limusines estes difusos personagens que olhamos sem compreender?

As mesmas marcas são disputadas por modernas e estilosas ocidentais. Sem esconder-se por baixo de niqabs<sup>1</sup> ostentam os mesmos símbolos de superioridade?, competição acirrada?, poder? que convencionamos nominar por moda. Nas bancas de jornal, revistas, títulos de outra indústria, a da comunicação, mediam apresentações e representações. Imagens de modelos celebram opções dispostas em fotos artísticas (e outras nem tanto). Editoriais, páginas de produções e entrevistas regem a ditadura das tendências de lançamentos inovadores dos desfiles de outono/inverno e primavera/verão. Em breve, estarão nas vitrines de marcas populares, ávidas seguidoras dos líderes das duas indústrias: moda e comunicação.

Os dominantes países do chamado primeiro mundo organizam e difundem escolhas de saias, vestidos, casacos e blusas. Partem do local para o global. Após os desfiles de lançamento, Vogue, Elle, Marie Claire e mais um cem números de blogs e sites chegam aos

---

<sup>1</sup> Vêu integral e peça individual, que cobre o rosto da mulher deixando, em muitas vezes, somente os olhos expostos. Geralmente usado por mulheres do Golfo Pérsico, porém, se popularizou em países como EUA, Inglaterra, Espanha e França.

estilistas do segundo e terceiro mundo. Com as ferramentas necessárias ao alcance das mãos reinterpretam copiando as “artes” da Europa e, mais recentemente dos EUA.

Para sair de blocos de desenho, a teoria deve dar lugar à prática. A fim de tornarem-se moda precisam chegar às ruas. E no processo entram costureiras, bordadeiras, pregadoras de botão e cortadoras de panos. A indústria contrata mão de obra para levar a cabo sonhos de cores, texturas, fios e costuras. Países de grande concentração populacional e economia em crise entram na equação. Brasil e China são candidatos a postos de emprego para mulheres sem qualificação profissional ou educação formal, interessadas em criar seus filhos tomando como modelo o aprendizado da herança passada de mãe para filha de geração em geração desde os tempos em que o mundo não era tão industrial assim: a costura, o bordado, em suma, trabalhos manuais. Da Idade Média ao século XXI, o artesanato, em grande parte, desempenhado pela camada feminina, ainda em voga na *Vogue*.<sup>2</sup>

No mercado emergente de desenvolvimento econômico, países como Brasil, China, Índia, Rússia e África do Sul (BRICS) apresentam uma possível transformação do panorama. Estariam, inclusive, através do trabalho realizado em cooperativas de grupos ligados a moda, lançando uma reação ao modelo dominante pelo viés de produtos impregnados de sua identidade cultural. No Rio de Janeiro, por exemplo, as cooperativas administradas por tais grupos em favelas seriam capazes de incluir socialmente a vida da cidade estes atores sociais. Especificamente após o novo programa de segurança pública em implantação nos territórios antes partidos pela violência do poderio do narcotráfico, a mídia estaria incentivando e colaborando com o processo ao apresentar o sucesso de tais grupos em jornais e revistas.

É da observação deste cenário que nasce esta dissertação. Partindo da hipótese acima, o roteiro começou a se delinear. Que objetivo me levava a procurar dissecar tema espinhoso e por vezes, afastado dos setores científicos? Bastava que sugerisse a moda como proposta de pesquisa para que percebesse em mestres e doutores, o desprezo pelo objeto selecionado. Não estava bastante claro ser a moda um espelho de nossas singularidades?

Descobertas científicas nasceram, em grande parte, da curiosidade, paixão e intuição. Darwin gastou dias a observar a natureza. De família religiosa, lutou com ideias pré-concebidas e a fúria da comunidade religiosa de seus círculos sociais. Freud buscou em

---

<sup>2</sup> Palavra francesa que significa voga, moda, sucesso.

experiências com drogas alucinógenas respostas para indagações aparentemente vagas. Em última instância, porque nos dedicamos a experimentar novos compostos?

A ciência tem origem na alma do cientista. Buscamos compreensão do ambiente que nos cerca e objetivamos contribuir para a (com o perdão do uso de palavra tão traiçoeira) evolução da condição humana. Entretanto, optamos por nos atermos a razão e posições isentas da emoção.

Não havia como separar a moda e a comunicação da emoção. Graduei-me em jornalismo em 1986 na Faculdade Hélio Alonso (FACHA). Meu interesse sempre foi escrever em revistas de moda e ao ouvir de meus professores nos anos finais de aulas que para ser uma boa jornalista era preciso começar como “foca” nas páginas policiais dos jornais, pensei e falei: “de jeito nenhum em tempo algum, vou subir morro atrás de bandido”. Desisti da profissão assim que me formei aos 21 anos de idade.

Podemos até deixar o jornalismo. Entretanto, o jornalista permanece em nós. Acima de tudo, sou uma jornalista e uma jornalista, pesquisa. Com estas palavras, iniciei uma apresentação em um colóquio na Universidade de Angers na França.<sup>3</sup> Até onde podemos ir quando decidimos pela educação? No meu caso, ao voltar a estudar e cursar o mestrado após vinte e cinco anos sem entrar uma universidade, até a casa de Marcinho VP que conhecia das páginas do livro “Abusado” além de dar uma “paradinha” em Paris.

Meu maior aprendizado e de atores participantes nesta pesquisa foi constatar o processo de educação pela moda. De etapa em etapa percorrida tornei-me professora e meus companheiros, alunos. Trocamos conhecimento e colocamos em prática as teorias e conceitos do educador Paulo Freire. Aprender é uma questão de tomar consciência, diria Freire. Pesquisar é um trabalho de decidir pela realidade concreta. Transformar é a etapa seguinte.

Pensava em buscar informações para apoiar a hipótese de que a moda poderia ser a agente transformadora no processo de inclusão social em comunhão com a utilização dos meios de comunicação e decorrentes mediações. Acreditava ser este o processo em curso. Para o recorte temático, defini como amostra o grupo de costureiras da favela Santa Marta, o “Costurando Ideais” e de forma a delimitar o temporal, o período pós- implantação da política

---

<sup>3</sup> A convite da Université de Angers apresentei um trabalho com os dados recolhidos até então sobre a experiência de pesquisa em uma favela no Rio de Janeiro após a instalação da UPP.

de segurança pública Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) em curso no Rio de Janeiro desde novembro de 2008.

A princípio pautei-me por modelos tradicionais metodológicos: análise de revisão bibliográfica pertinente, acompanhamento de notícias em jornais e revistas de moda, programas de televisão e entrevistas com as participantes do grupo. Uma vez que um dos objetivos era aprofundar a reflexão sobre o papel da comunicação e da moda e tendo como ponto de partida o grupo delimitado, iniciei o processo de entrevistas.

O contato inicial com o objeto de estudo, entretanto, revelou-se um desafio para a ciência. Não conseguia estabelecer comunicação com os entrevistados, percebia nas falas dos atores, exatamente a teatralidade dos discursos prontos e decorados. E ao ouvir pela enésima vez que no “Costurando Ideais” haviam sido ensinadas a pescar e que não tinham recebido o peixe de graça, pensei: é chegada a hora de cavar outra saída no fundo deste mar.

Aprofundando o conhecimento das teorias e prática do educador Paulo Freire, voltei-me para a tentativa da pesquisa ação participativa. E aqui, quero ressaltar um dos pontos mais desafiadores e porque não confessar, ousados desta dissertação. A metodologia utilizada exigiu certa liberdade na linguagem a começar pelo uso da pessoa do discurso narrativo. É a mestrandas- pesquisadora que narra o processo prático e participativo. Falar de mim mesma em terceira pessoa atingiria o grau da esquizofrenia. De qual lugar falo? Do lugar da prática, do tornar-me personagem e objeto do próprio estudo.

Refletir de que forma acontece a necessidade de vida comunitária no mundo contemporâneo. Abordar a relação moda-atitude revolucionária como possibilidade de agente transformadora na sociedade de consumo unificando espaços. Dissertar sobre comunicação e moda como processos de troca, aproximação, afeto e educação de forma a possibilitar a porta de entrada para a inclusão em mundo pautado por tantas tesouradas, carregam, ainda, mais um desafio. Utilizar conceitos acadêmicos e formatos científicos frente à procura da criatividade e da inovação. Como seguir o modelo estabelecido durante anos de tradição acadêmica e encontrar a janela para a crítica?

Assim, nas próximas páginas narro caminhos, obstáculos, possibilidades e sonhos encontrados ao longo de dois anos de pesquisa na favela Santa Marta. Busco como acadêmicos possam se inserir na pesquisa, desenvolvimento de projetos e na produção cultural entre bairros da cidade e áreas periféricas não somente como reflexão crítica (embora

absolutamente necessária) e sim como participante da capacidade de ação transformadora do homem. Objetivo estimular outros projetos e fornecer subsídios para novas pesquisas acadêmicas sobre teorias da comunicação tendo a moda como vetor.

A dissertação divide-se em três capítulos conforme as fases da pesquisa. No primeiro capítulo discorro sobre a moda como forte indústria no mercado capitalista e da forma como se apropria de emoções e sensações inerentes aos indivíduos de modo a transformar tudo em todos em objetos mercadológicos. Costuro comunicação a comunidade pelo emaranhado de fios da moda.

Trato da temática moda comunitária ao tecer magia, Karl Marx e identidade no tear da pesquisa ação. Assim descrevo o cenário da pesquisa inserido no processo da comunicação ao descrever as fases do projeto e o que fiz em nome da pesquisa. Analiso a linguagem da fama e da moda no cenário da favela Santa Marta enquanto apresento fatos ocorridos durante a experiência vivenciada com personagens e parceiros do “Costurando Ideais”. Concluo o capítulo ao reler a modernidade e seu início pelas lentes da Idade Média.

Costuro o dona Marta ao anta Marta ao Santa com a técnica do bordado cheio. Apresento o cotidiano da favela e seus habitantes. Narro, de forma breve, suas histórias de vida, sonhos e projetos em andamento. Reflito sobre a nova fase pós-pacificação no Rio de Janeiro e os parceiros empresariais convidados a se integrar ao processo em andamento nas assim nomeadas, comunidades pacificadas.

Descrevo as instalações na sede do grupo, cotidiano e relações de trabalho entre as costureiras. Objetivo deixar claro a precariedade da vida em condições tão adversas, sob o jugo da violência em suas diversas formas, seja pelo jugo do crime ou do abandono de políticas públicas.

Finalmente, encontro ação de um processo educativo, respostas para a questão que se impôs durante o tempo em que coexisti em espaço bastante contraditório ao qual habitualmente circulo, nas ruas da cidade ou nas salas de aula da universidade.

E trago na teoria e na prática o conhecimento da orientadora Raquel Paiva e do emérito Muniz Sodré: a ação transformadora do homem só pode ser alcançada ao colocarmos em ação o humanismo prático. Portanto, na conclusão do trabalho apresento um projeto de educação tendo a moda e a comunicação como verdadeiros protagonistas.

## 1. COSTURANDO COMUNICAÇÃO E COMUNIDADE

A moda na sociedade capitalista é indústria. Indústria da moda que trata a tudo como novidade e necessidade, utilizando-se de todos os meios de comunicação para tornar-se desejo, a ser atendido como criança mimada, em qualquer local do mapa mundial.

Os efeitos da indústria da moda na sociedade das favelas atingem mulheres a partir dos trinta anos de idade, com filhos e desempregadas. Mulheres que precisam estar próximas aos seus locais de moradia em suas horas de trabalho por falta de locais para deixar seus filhos. Mulheres que não tiveram oportunidade de frequentar escolas. Mulheres que sonham em ser estilistas, modelos, produtoras de moda. Mulheres para quem, utopia é viver todo dia sem poder desanimar.

Adorno cunhou o termo indústria cultural para fazer referencia a cultura na sociedade capitalista que transforma tudo em mercadoria, submetida à lei da troca quando não é mais trocada, tão cegamente confundida com o uso que não se pode mais usá-la e por isso, se funde a publicidade para buscar resultados marcadamente econômicos. (ADORNO: 2011, 23). Exatamente como a moda.

Os grupos de costura com sede nas favelas seguem dois caminhos distintos. Produzem uma moda artesanal e sem ligação com as tendências da moda ou servem apenas como mão de obra barata quando realizam serviços de facção para as grandes marcas. Foi o que aconteceu recentemente com a loja de departamentos internacional Zara que atua em vários países tanto no setor de produção como no de comercialização.

As grandes marcas tratam direto com os fornecedores e adquirem as peças acabadas e entregues nas lojas ou no depósito central sem conhecer o processo de produção. Quando se sentam em salas climatizadas para negociar preços e condições de pagamento não há preocupação com o fator humano envolvido. Foi também desta forma que o departamento de comunicação da Zara se defendeu em jornais e em redes sociais. Certamente, (e falo do lugar de uma ex-compradora de moda) não é a única a trabalhar com essa ideologia de produção-comercialização- consumo, a prática é corriqueira no mercado da moda na corrida atrás do melhor preço.

Uma rede de comercialização de produtos artesanais e sustentáveis parece não se dar conta que realiza o mesmo processo. As consultoras da rede vão até os grupos nas favelas, pedem que as costureiras e artesãs façam uma peça piloto do que gostariam de produzir para o catálogo. Após a aprovação, fotografam para o catálogo e fazem o pedido inicial. A partir daí o produto aparece na revista da rede com a legenda: produzido na favela fulano pelo grupo

beltrano nas práticas sustentáveis em trabalho associado, nas bases do comércio e preço justo. Inclusive, pedem que o grupo coloque o seu preço.

Se em determinado momento do processo, quando as artesãs descobrem o preço da revista e solicitam um aumento ou se o grupo não consegue realizar as quantidades solicitadas pelas vendas ou se não conseguem mais o material, ou seja, por qualquer razão relacionada à produção insuficiente, a rede passa a contratar outro fornecedor, mas no catálogo consta o grupo da favela mesmo que o produto passe a ser produzido em uma indústria formal. É considerada como um sucesso na área sustentável e de comércio justo.

### 1.1. MODA E COMUNICAÇÃO

A partir da ocupação policial em alguns morros e do rompimento do isolamento das favelas em relação ao território mais amplo onde se encontram os bairros uma nova forma de ver se instala. A maior facilidade de comunicação e o trânsito estabelecido tornam possível uma troca social, econômica, política e cultural entre ambos os lados. Essa nova sociedade onde as relações sociais começam a se modificar, se ampliar, se desafiar, desenvolve mesmo sem que se perceba o que Gilda de Mello e Souza nomeou por “*espírito das roupas*” em uma clara referência ao termo “*zeitgeist*”, status intelectual e cultural de uma sociedade em dado momento no tempo.

Gilda definiu como objeto de estudo a moda no século XIX por ser a partir do advento da burguesia e da Revolução Industrial, o momento da virada na história. O Renascimento e o trânsito entre área rural e área urbana modificaram as relações. A moda refletiu anteriormente a mudança e pressentiu a direção cultural que se estabeleceria a partir daquele momento. Momento semelhante ao séc. XXI no Rio de Janeiro, no qual, a partir da pacificação das favelas, novas formas culturais parecem ter surgido. A moda presente a mudança e reflete nas produções de grupos comunitários a nova direção.

Ao produzir uma moda basicamente de forma artesanal, privilegiando matéria prima reciclada, retalhos e aviamentos descartados pelas grandes marcas, lançam um novo “*espírito das roupas*”. Passam a traduzir em seus produtos, o que agora o mundo da moda passou a se apropriar no discurso de economia criativa e verde, no uso indiscriminado do termo sustentabilidade. Nas favelas, esses materiais são utilizados através de técnicas de bordado, crochê e “*patchwork*” tendências que os grandes estilistas internacionais sugerem ser sua criação inovadora a partir do início do século XXI.

Economia criativa, sustentabilidade e reciclagem são para estas mulheres apenas nomes sem significados. O que conhecem é a utilização de materiais doados por pura necessidade econômica. Começaram a reciclar materiais encontrados no lixo porque precisavam continuar a produzir peças de forma a vendê-las e sustentar-se e não por estarem comprometidas com a preservação da natureza e com o que a moda passou a chamar de economia sustentável (ponto de integração entre os vértices das questões sociais, ambientais, econômicas e culturais). Inserem-se no mercado da sustentabilidade criativa e pensam “lançar moda.” Pretendem dar um salto inesperado.

A professora de bordado nas oficinas promovidas na sede do Costurando Ideais, Miriam Freitas, conta:

Um dia estava entrando na favela por uma rua lateral quando vi jogados no lixo, sacos e sacos de retalhos de moda muito bonitos. Imediatamente me lembrei do Costurando e fui falar com o segurança da empresa. Soube assim que os retalhos eram da famosa marca de biquíni Leny e pedi para que eles não jogassem os retalhos no lixo. Daí, passaram a deixar os sacos na portaria para que os recolhêssemos. Com os retalhos montamos blusas, saias, pegamos uns pedaços menores para criar bordados, isso foi mais ou menos em 2004, 2005, por aí. (Miriam, 2011, entrevista)

Para os grupos que começaram informalmente nas favelas não há novidade alguma em criar e costurar com pedaços e restos das grandes marcas. Novidade mesmo é presenciar as mesmas marcas quando tentam desenvolver produtos com materiais retirados do lixo. Não compreendem o motivo de recolher do lixo o que pode ser comprado.

Acho uma besteira eles acharem que estão fazendo alguma coisa diferente, eu hem! Se podem usar couro, para que é que vão usar caixa de leite? Até parece que vão usar. Compram porque acham diferente na hora, mas não usam ou então acham bonito, mas não compram. Vê lá se alguma dessas dondocas vai sair por aí de blusa de retalhos ou bolsa de caixa de leite. (Sonia de Oliveira, 2011, durante uma produção de bolsas)

Um sistema apoiado em ideologia democrática que pretende ser a dimensão de um progresso social e uma possibilidade para que todos tenham acesso aos modelos, diria Baudrillard, uma ascendência sociológica que traria todas as camadas da sociedade para o luxo material e cada vez mais perto do modelo absoluto através da “personalização” (BAUDRILLARD, 1993, p.163) ou como dizem as mulheres, do “customizo”.<sup>4</sup>

É justamente neste ponto que se encontra o perigo. Estamos mais e mais afastados de uma igualdade diante do objeto nesta era de consumo já que a ideia de modelo: “refugia-se concretamente em diferenças sutis e definitivas tais como as nuances de cores ou o

---

<sup>4</sup>Customização- tentativa dos artistas da moda para tornar determinadas peças únicas, um produto de identidade pessoal. Cortam, bordam, pintam nas peças.

comprimento de saias”. (Idem) Exatamente no ponto que o Costurando Ideais e outros grupos de áreas periféricas parecem não se deter com maior atenção. Deixam de lado, a preocupação com o preciso molde das roupas e a combinação sofisticada de cores e tecidos. Interessam-se pelo modo simplificado ao extremo de unir pedaços de retalhos selecionados ao acaso e descartados anteriormente por não serem mais adequados ao uso das marcas poderosas na indústria da moda.

### 1.1.1 MODA, ESTILO E LUTA PELA CULTURA

“A correlação perpétua do que chamamos alma com o que chamamos corpo explica perfeitamente como tudo o que é material ou emanção do espiritual representa e representará sempre o espiritual de onde provém.” (BAUDELAIRE, 1997, p.29) A roupa é uma linguagem essencialmente simbólica. Cada classe social, cidade, estado, país representa determinados aspectos culturais por algumas imagens que perpassam a moda.

Assim, no nordeste brasileiro, as rendeiras são conhecidas pela precisão de suas formas: no sul, são as crocheteiras, no nordeste as estampas coloridas e florais. E seria através da apropriação desses símbolos que diversos grupos representam ou são assim representados na relação entre consumo e subjetividade.

Por outro lado, deve-se lembrar de que o que impulsiona esse desejo de inclusão por parte das classes menos favorecidas, além de suprir as necessidades mais básicas (alimentação, moradia adequada, saúde e educação), é realizar o sonho da inclusão social. Simbolicamente representado pela aquisição de bens de consumo de marcas famosas, de modas e modos da Zona Sul carioca, sonhos de consumo igualam-se a sonhos de inclusão. Mais uma vez a questão dialética instalada: movimentos de pretensa resistência nascem dentro do modelo dominante, levam de volta e invertem a ordem, ao sentimento humano de sentir-se parte de um grupo, de pertencer a uma comunidade.

Eduardo Coutinho em exposição sobre ideologia e hegemonia afirmou que é na sociedade civil que se legitima ou se contesta a dominação com o consentimento do dominado pela persuasão e não apenas pela força. (aula ECO-URFRJ, 2011) Portanto, no coração da sociedade civil, lugar de luta pela hegemonia e pela cultura, sendo a cultura uma das instâncias da luta política.

Durante o período de dominação por parte do tráfico, verifica-se que os menores infratores em conflito com a lei, apropriavam-se de alguns símbolos capazes de permitir que ao estar no asfalto se confundissem aos jovens burgueses. O tênis Nike, as mochilas

importadas, as bermudas da “Redley”, marcas de consumo da juventude endinheirada do Rio de Janeiro utilizadas pelo crime em uma identificação sonhada e forçada.

Marcinho VP comemorou o sucesso das negociações para a gravação do clipe de Michael Jackson na Santa Marta, distribuindo tênis importados para todos os homens da segurança particular durante a estadia do cantor no morro, “a qualidade de um exército se avalia pelos pés. Hoje é o nosso dia e nós merecemos tirar essa onda”. (BARCELLOS, 2003, p.347) E ali ficou junto com seu exército ao lado dos policiais, boné, sem cavanhaque, bermuda e tênis importado, cheio de estilo, misturando-se na multidão. Igual, normatizado por uma pretensa identidade simbolicamente representada pelos trajes dos detentores do poder.

Entendi. Acha que isso não tem nada a ver com você. Você vai até o guarda roupa e escolhe esse suéter azul folgado para dizer ao mundo que se leva muito a sério para se importar com o que veste. O que você não sabe é que esse suéter não é apenas azul. Nem turquesa, nem lápis-lazúli. Na verdade, é cerúleo. E você não tem a menor noção de que em 2002 Oscar de La Renta fez vestidos cerúleos e Yves Saint Laurent jaquetas militares cerúleas. E o cerúleo logo foi visto em oito coleções diferentes. E acabou nas grandes magazines e, um tempo depois em alguma lojinha vagabunda de esquina, onde você sem dúvida o comprou em uma liquidação. Esse azul representa milhões de dólares e vários empregos e é meio cômico que ache que sua escolha a isente da indústria da moda, quando, de fato, usa um suéter que foi selecionado pelas pessoas nesta sala. (Miranda Priesly – personagem do filme “O diabo veste Prada”).<sup>5</sup>

Na sociedade de consumo da atualidade, a moda seria o melhor exemplo de incorporação das massas, criando o consenso necessário à produção do capital, servindo-se da mídia e em seu poder para organizar as consciências da massa para criar e recriar esse “acordo” entre as classes sociais. Roupas de personagens de novelas, revistas de moda, jornais, os meios de comunicação são fartos e encontram-se a disposição a qualquer hora, atualmente, a um clique no computador. O que é moda na Europa é moda no Brasil de forma simultânea, não é mais preciso esperar a nova edição das revistas. As fotos e coberturas nos lançamentos dos desfiles das grandes marcas podem ser acompanhadas no momento em que acontecem.

Os países da América Latina, colônias da Europa e dos Estados Unidos da América, bem exemplificam essa relação de dominação na moda. Estamos sempre uma coleção atrás, os consideramos os lançadores de tendências e a indústria daqui, aguarda que os desfiles de lá aconteçam para só então desenvolver suas coleções de primavera/verão e outono/inverno. Só após a aprovação das revistas de moda internacionais e do mercado consumidor europeu e

---

<sup>5</sup> Filme: O Diabo veste Prada      Diretor: David Frankel      ano: 2006

americano ter dado seu aval é que nos sentimos aptos a lançar nossas coleções na América Latina e seguir a risca o que o modelo dominante “*fashion*” aprovou.

Assim como a beleza, a moda é colhida pelo processo de interação do global e do local. Cada vez mais países organizam ‘*fashion weeks*’, destinadas a promover marcas e criadores nacionais. Um pouco em toda parte, estes revisitam as tradições nacionais, ‘modernizando’ os estilos ‘autênticos’ com vistas a um mercado internacionalizado. (LIPOVETSKY, 2011, 116)

Recentemente no “*Fashion Business*”, pode-se notar nas revistas e páginas de moda na internet como debaixo de um forte calor, mulheres brasileiras, cariocas em sua maioria, calçavam botas até o joelho. Afinal, era inverno e no inverno da Europa a moda era usar botas, sem considerar o frio ou o calor. Se a moda é usar bota na Europa é moda no Brasil. Dominados, colonizados pela ditadura imposta pela moda.

A indústria da moda organiza ativamente a cultura, exerce com vigor a liderança intelectual e confirma o modelo dominante: a alta costura representada pelos grandes estilistas e as revistas de moda. Aqueles que poderíamos considerar como grupos dominantes querem continuar dominantes e os grupos dominados, os seguidores das tendências lançadas pelos formadores de opinião no setor, parecem desejar continuar dominados ao seguir a risca a ditadura do usar o que está na moda sem se importar, por exemplo, com as condições climáticas.

(...) os brasileiros, Alexandre Herchcovitch, a Coopa Roca, (...) metamorfoseando os códigos indumentários tradicionais em um estilo moderno, contribuem para o advento de uma moda global baseada na reabilitação das “raízes”, das identidades étnicas”. Ao sistema-moda comandado por Paris, sucedeu uma configuração de estilos policentrada e multicultural. A cultura-mundo vê afirmar-se o reino da fusão “*fashion*” paralelamente às grandes marcas internacionais. (LIPOVETSKY, 2011,117)

Quantas vezes ouvimos mulheres afirmar com convicção a máxima “a mulher faz o tempo” ou “mulher chique não sente calor nem frio”. Seguidores e seguidoras da indústria da moda, em alguns casos, chamados até mesmo de “vítimas da moda”, tal o nível de abstração do real em direção ao modelo dominante. Embora “livres” para escolher entre várias opções disponíveis, “escolhem” o que a classe dominante já escolheu, seguem o modelo ideológico já aprovado. “É quando, não servindo para nada, serve profundamente para qualquer coisa.” (BAUDRILLARD, 1993, p.83)

Entretanto, novos ventos parecem soprar.

Anote. Uma coisa interessante está acontecendo com a alta costura. Enquanto a vulnerabilidade econômica roda de um país a outro, a produção de roupas elaboradas, criativas e extravagantemente caras está “bombando” no mundo. Certamente podemos agradecer isto aos novos mercados, inclusive, o Brasil, China e Índia, assim como os estados ricos do

petróleo,mas também influenciado pelos criadores percebendo o processo da alta costura novamente. (VOGUE UK, 2012, p.53)<sup>6</sup>

Uma “coisa engraçada” acontece e será mais uma vez a crise econômica e política refletida pela moda que indicará a direção. Ventos em direção a países representantes do poder do sistema capitalista em crise vão ao encontro de uma moda “sustentável” e “natural” enquanto que em alguns setores de países emergentes, indivíduos parecem querer “ir às forras” e consumir tudo o que querem porque agora podem. E, outros setores dos países outrora nomeados por “em desenvolvimento” tentam aproveitar os novos ventos e sair em busca de novos mares, de novas maneiras de fazer política e economia ao conscientizar a população para a busca de um consumo sustentável.

Nossa época não vê mais a globalização como aquela que liberta automaticamente do passado: ela apreende o futuro não sem medo de perda de identidade e de impersonalização. Daí o investimento nas identidades culturais particulares. Recusamos a nos ver desapossados ou expropriados de uma parte que nos constituiu. Não se trata de modo algum de espírito tradicionalista, mas de uma resistência à violência de ser arrancado do que nos fez ser o que somos e da parte de nós a que estamos ligados. É nesse sentido que esse fenômeno é uma das expressões da nova cultura individualista centrada na busca do viver melhor e da qualidade de vida. (...) (LIPOVETSKY, 2011, 119)

## 1.2. COMUNICAÇÃO E MODA COMUNITÁRIA

De forma a considerar uma reação a este conflito, busquei analisar o trabalho realizado em grupos de costura localizados em áreas periféricas, em especial o “Costurando Ideais”, com sede no morro Santa Marta em Botafogo e procurei identificar suas origens a partir da informalidade de seu “nascimento” nas dependências da igreja católica da comunidade na década de 2000.

O “Costurando Ideais” participou de vários projetos públicos e privados através de projetos em parcerias com ONGs atuantes no morro. Participaram também de feiras, exposições e inclusive de eventos da indústria da moda como “Fashion Rio” e “Fashion Business” em conjunto a outros grupos comunitários em um programa do SEBRAE<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> Take note. A funny thing is happening to haute couture. As economic vulnerability rattles around from one country to another, the production of the most labour-intensive, creative, extravagant and expensive clothes in the world is experiencing a boom. Certainly you can thank several of the new markets for this, including Brazil, China and India, as well as the oil-rich states- but it is also influenced by designers looking at the process of couture afresh.

<sup>7</sup> Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, disponível em [www.sebrae.com.br/](http://www.sebrae.com.br/)

Ponto crucial: ao não definir uma personalidade própria, ao não se apropriar de suas diferenças e ao procurar seguir a risca as tendências de forma a se sentir incluído no grupo da moda, perdeu o foco. Ficou vagando no limbo entre defender uma identidade própria sem encontrar a saída e o desejo de inclusão. Talvez devido a esse conflito de identidade, o grupo se desfez algumas vezes. De projeto em projeto, majoritariamente do órgão SEBRAE, foram perdendo participantes, formando algumas, ficando apenas com a presença constante de duas fundadoras.

Quando afirmo que casacos, botas etc. estabelecem relações entre essas mercadorias e o linho (ou entre elas e o ouro ou a prata, o que muda na substância da coisa), como equivalente universal, ou encarnação do trabalho humano abstrato, é precisamente sob aquela forma absurda que expressam a relação entre seus trabalhos particulares e o trabalho social total. ”Formas dessa natureza constituem as categorias da economia burguesa. São formas de pensamento socialmente válidas, portanto objetivas, ajustadas às relações desse modo de produção historicamente definido, a produção de mercadorias. Todo o mistério do mundo das mercadorias, todo o sortilégio e a magia que enevoam os produtos do trabalho, ao assumirem estes a forma de mercadorias, desaparecem assim que examinamos outra forma de produção. (MARX: 2011, 97-98)

Várias vezes, as fábricas que produzem as roupas “magicamente” dispostas em ambientes sofisticados em ruas nobres das cidades ficam localizadas em espaços precários, comumente denominados por “fábrica fundo de quintal”, ou seja, em residências de costureiras, geralmente nas áreas periféricas da cidade.

### 1.2.1 Moda e Magia

Além disto, a moda engloba todas as representações e signos da contemporaneidade ao mesmo tempo em que tece em sua cadeia de funcionamento várias instâncias (produção, distribuição e comercialização) em um complexo processo. Pode-se inclusive ser considerada como linguagem visual e simbólica pela qual nos comunicamos e reconhecemos mundialmente. Um meio de comunicação compreendido pelos habitantes do globo sem tradutores.

Não foi a moda que criou o movimento hippie na década de 1960, nem os punks na Inglaterra por volta da década de 1970 e nem mesmo a tribo dos yuppies nos anos 80 e não é ela que caminha desde os anos da década de 1990 em diante na direção de um mundo verde ou eco sustentável. Entretanto, é a moda que ao reconhecê-los como símbolos das singularidades individuais e coletivas das sociedades contemporâneas, deles se apropria como mercadorias industriais.

Embora não seja possível determinar com exatidão o ano em que a época moderna começou, é consenso entre historiadores situar a origem da modernidade a partir do século XVIII com a propagação das ideias iluministas na França. Foi também em meados do século XVIII na Inglaterra que a Revolução Industrial casou grande impacto na expansão do alcance dos meios de comunicação e produção. Passou a modificar as relações econômicas e sociais de forma mais contundente no século XIX e o que eram vestimentas ganharam a alcunha de moda.

Se buscarmos a etimologia da palavra moda, compreendemos melhor o sentido do uso do termo anterior à época moderna. Moda vem do latim “*modus*” – modo, modelo. Assim, modo de trabalhar (*modus operandi*), modo de fazer (*modus faciendi*) e modo de viver (*modus vivendi*). Guia dos costumes da vida, a modelagem que nos costura em grupos socioeconômicos.

Moda e comunicação uniram-se ao capital de forma incontestável. Por parte da moda, desde o plantio do algodão e criação de animais (bicho da seda, carneiros, bois) a máquinas e aparelhos tecnológicos de última geração. Tingem, tecem, cortam costurados aos meios de comunicação em canais de divulgação e informação. Em resumo: massifica, media as celebridades como manequins vivos. Conquista todo o sistema capitalista desde o primeiro momento até o decurso de divulgação e comercialização.

A moda é o triunfo do capital. Cria desejos onde antes havia a necessidades e abraça o espírito humano em um aspecto aparentemente chave da questão. Artesão há mais de vinte anos, Reynaldo Sardinha, na ânsia de explicar porque alguns objetos criativos e primorosos permanecem nas prateleiras das lojas enquanto outros claramente de inspiração chinesa vendem como água, procurou assim colocar em palavras o espírito que está no ar: “As pessoas gostam da certeza, se a atriz da novela está usando, se aparece nas revistas, se alguém nos jornais e revistas disse que é bonito e está na moda, ninguém precisa se arriscar é mais fácil”. De uma adolescente em Cidade de Deus guardei a frase: “como é bom poder comunicar exatamente quem a gente é pelo que veste.” E, Liliane Borges, completou:” se não estou de short grudado ou de saia bem curta, tá na cara que não sou ‘piriguete’.”<sup>8</sup>

O que seria da moda da maneira que a conhecemos em 2012, se não fosse a expansão dos meios tecnológicos de comunicação?

A estesia midiática é, assim, a mesma do consumo. (...) Não é tanto o objeto-valor- de uso que move o desejo de consumir, mas a emoção ou a sensação vinculadas à semiose (marca, desenho, cores) do objeto, ou seja, à imagem

---

<sup>8</sup> Denominação em uso pelos jovens que pretendem dizer: “é quase uma prostituta”.

como forma acabada da mercadoria. (...) É precisamente isto o que Baudrillard tem enfatizado há décadas: a ideologia do consumo seduz primeiramente a consciência, não com objetos ou bens materiais, mas com imagem. Imagem de quê? ‘Imagem consumida de consumo.’ (SODRÉ: 2002,59)

E assim, segue a indústria da moda. Vale lembrar: fortemente apoiada pelos meios de comunicação, a sua porta voz. O jornalismo de moda e a publicidade caminham lado a lado com estilistas e marcas, lançando tendências e ao mesmo tempo em que “convencem” o grande público das melhores escolhas.

Ao nos determos atentamente nos séculos anteriores podemos constatar o caminhar da moda claramente a acompanhar o cinema, as novelas de televisão, as páginas de revistas criadas para informar o leitor das novidades de uma indústria camuflada pela aura mágica do fetiche visando o lucro. Benjamim, filósofo da modernidade, chamou de aura a trama singular de espaço e tempo:

(...) aparição única de uma distância, por mais próxima que esteja. (...) Mas “fazer as coisas se aproximarem de nós”, ou antes, das massas, é uma tendência tão apaixonada do homem contemporâneo quanto à superação do caráter único de cada situação por meio de sua reprodução. A cada dia torna-se mais irresistível a necessidade de possuir o objeto de tão perto quanto possível, na imagem, ou melhor, na cópia. (BENJAMIN: 2012, 08)

Na contemporaneidade, “*as coisas se aproximam de nós*” enquanto moda e estão ao nosso alcance, em nosso poder, em um vestido de festa, em um aparelho de celular ou em uma calça jeans.

Karl Marx nos revelou o segredo no século XIX nomeando por fetiche esta dinâmica entre sujeito e objeto: “A primeira vista, a mercadoria parece ser coisa trivial, imediatamente compreensível. Analisando-a, vê-se que ela é algo muito estranho, cheio de sutilezas metafísicas e argúcias teológicas.” (MARX: 2011). E todas essas sutilezas nos deixam soltos no ar.

Existe, aqui, um nível vulgar de determinação material que é difícil até de considerar, embora as considerações materiais vulgares fossem precisamente aquilo que Marx estava discutindo: todo o primeiro capítulo de O Capital traça as migrações de um casaco, visto como uma mercadoria, no interior do mercado capitalista. (STALLYBRASS, 2004, 23)

Marx viveu na Inglaterra, no centro do nascente capitalismo e analisou justamente a indústria têxtil. Engels trabalhou na fábrica de algodão de sua família na Inglaterra e foi a partir da realidade concreta em que viviam que refletiram e profetizaram sobre o sistema capitalista. Refletir e pesquisar sobre política, roupas e comunicação dá pano para muitas mangas.

A mão de obra não custa nada na China, um dia de trabalho vali ali três sous (...) Pois bem! É preciso substituir os procedimentos do chinês por alguma máquina. Com as máquinas resolve-se o problema do preço baixo, como na China o preço baixo é garantido pela mão de obra. (...) (BALZAC: 2007,147).

E se máquina e mão de obra barata forem consideradas quase a mesma coisa no decorrer do fortalecimento do sistema? Como proceder se a moda virar uma forma de vida e a comunicação seguir em seu encaixe? As costureiras nas favelas e as fábricas de fundo de quintal do século XXI podem responder com facilidade a tão grave interrogação.

### 1.2.2. Moda Comunitária e Identidade

A evolução do conceito de identidade na contemporaneidade torna-se cada dia mais complexa exigindo dos pesquisadores uma reflexão crítica sobre a passagem da sociedade de produção industrial à sociedade de consumo. A partir da década de 80, marcadamente de caráter empresarial, surge o modelo de recursos humanos que investe na motivação, criatividade e desenvolvimento da personalidade. No período pós- fordista, os usuários dos meios de comunicação investem no formato marketing e deste modo transformam mercados e produtos.

Os anos 90 foram marcados pela liberalização do comércio e avanço no campo tecnológico. O desenvolvimento de novas formas de comunicação e a expansão do consumo transformaram as relações sociais. No entanto, qualquer novidade na modelagem carrega em seu núcleo, códigos e tramas para novas combinações e transgressões até então existentes. Os novos meios foram compreendidos e utilizados de forma mundial. O sintoma revelou-se: a globalização rompeu fronteiras no panorama mundial, não apenas econômicas mas culturais.

O ritmo acelerado dos novos tempos criou meios rápidos, instantâneos de produção e reprodução, a chamada hibridização contemporânea. Legou-nos a seguinte impressão: o mundo parece ser o mesmo, assume características de igualdade, “integra” todos os povos em um mesmo “território virtual”. O cidadão, perdido na imensidão da sociedade que Bauman chamou de “líquida” tenta responder as antigas e perpetuas questões da humanidade: Quem sou eu? De onde venho? Para onde vou? Questões básicas para a construção da identidade de qualquer indivíduo ou grupo social, mostrando-se desde a antiguidade como de complexas respostas.

A abertura dos processos de identidade surgidas no bojo da globalização lançou no mercado, o sujeito inserido no século XXI. O tradicional sistema de espaço/tempo foi descosturado e, em certos pontos, tesourado. A comunicação desfilou nas passarelas do

consumo até o centro da discussão formada em torno da compreensão das novas formas e modos das relações sociais. A roupagem tecnológica das mídias assumiu diversas tonalidades e pilotagens na formação e desconstrução das subjetividades e representações sociais.

Em relação aos estudos e pesquisas desenvolvidos na área da comunicação, especificamente, sobre a aceleração permitida a partir deste momento sobre o processo circulatório dos produtos informacionais e culturais.

O que tem-se chamado de comunicação na contemporaneidade é justamente a aceleração das grandes massas de capitais integrada ao plano sistêmico da estrutura de poder e deixa-se de lado o que antes designava uma outra ideia: a vinculação social ou o ser-em-comum, problematizado pela dialética platônica, pela koinonia politiké aristotélica e, ao longo dos tempos pela palavra comunidade. (SODRÉ, 2002, p.15)

Identidade é também uma relação social e, portanto, sujeita a relação de poder e objeto de disputa entre grupos sociais: assim, se sou negro não posso ser branco, se sou pobre não sou rico, se sou morador da cidade em áreas periféricas e favelas, com certeza, não usufruo das áreas urbanas. Podemos assinalar que a afirmação de quem somos, carrega em si a forte demarcação de quem não somos. O tempo todo presente em nossos atos cotidianos e de certa forma, abre e fecha portas em toda e qualquer parte do mundo. Contudo, um exercício de poder, embora restrinja e simplifique ao mesmo tempo constrói possibilidades de alternativas, poderiam até mesmo construir uma reação contrária ao modelo dominante.

Se refletirmos sobre a linguagem da moda como objeto a ser utilizado para exemplificar a cultura como um todo, perceberemos que nossas roupas trazem um código comunicacional através do qual nos inserimos em grupos e tribos. Narram ao outro, na verdade, não apenas quem somos e, inclusive, até mesmo a qual lugar gostaríamos de pertencer.

Considerei o “*espírito das roupas*” confeccionadas em grupos de áreas periféricas na cidade do Rio de Janeiro como a possível reação ao modelo restrito e simplificado da moda globalizada contemporânea, uma possível reação ao modelo dominante. Delimitei como recorte a temática tão ampla, um grupo de costureiras em ação na favela Santa Marta com o objetivo de pesquisar e analisar as articulações entre movimentos de inclusão e exclusão nas áreas urbana e periférica no âmbito da moda globalizada. Procurei abordar a temática como possível atitude revolucionária e agente de ação transformadora na presente sociedade de consumo.

No entanto, assim que iniciei a pesquisa, tanto a hipótese inicial como o objetivo principal, revelaram-se instigantes e revolucionários também na questão da metodologia a ser

utilizada. Levaram-me, inclusive, a repensar o lugar do campo científico da comunicação. Ao buscar teorias e métodos de forma a apoiar a hipótese, encontrei inúmeras possibilidades, contudo, nenhuma específica para o campo delimitado. Nas aulas do mestrado na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Muniz Sodré, debruça-se justamente sobre a temática e foram as suas aulas em comunhão com as aulas dos mestres Eduardo Coutinho, Renzo Taddei, Marcos Dantas, Nízia Villaça e Raquel Paiva, a base de orientação para o caminho da pesquisa.

### 1.3. PESQUISA AÇÃO

A metodologia da pesquisa, para a qual reservo um capítulo da dissertação, mostrou-se tão complexa quanto à temática delimitada para a presente análise. Por esta razão, dividi o processo em duas etapas: a primeira, na qual mergulhei de corpo e alma na pesquisa de forma que pudesse melhor compreender o universo das favelas, o que se apresentou para mim como, de fato, “outro mundo” no qual as minhas referências de vida possuíam pouca ou nenhuma utilidade. Ao perceber que falávamos linguagens diferentes, considerei como possível solução, participar do cotidiano do grupo de costura como uma de suas integrantes. Desta forma, utilizei a experiência profissional de dez anos na área de compras e produção de moda, como ponto de confluência de saberes a partir dos conceitos do educador Paulo Freire.

Na entrevista inicial, quando me interessei em saber o que consideravam como suas necessidades reais para ingressar de vez em uma nova fase e se firmar como grupo produtivo, pediram: um curso profissionalizante de corte e costura para mais ou menos dez mulheres e liderança para que se mantivessem unidas em sua identidade. Temiam se perder apenas terceirizando sua reconhecida incipiente mão de obra. Buscavam o produto que as representasse em sua realidade e singularidade sem, no entanto, conhecer o caminho para alcançar o objetivo. Identidade parecia ser a palavra chave. O “Costurando Ideais” desconhecia o caminho para ser diferente em um mundo que mostra apenas o caminho para a igualdade de aparências. Como ser diferente e alcançar a igualdade social?

Assim foi feito. Após o curso realizado, procurei agir como uma coordenadora de estilo e moda. Ofereci o conhecimento profissional adquirido na área. Coloquei a serviço do coletivo, ideias para nova linha de atuação. Tentei mostrar ao grupo a relevância da educação, da necessidade de se dedicar aos detalhes de produção. Desejei ser a liderança solicitada.

Surpreendentemente, o grupo preferia se ligar aos modelos tradicionais, não aceitavam ajuda, clamavam ter as ferramentas necessárias para o crescimento. Não queriam aceitar

novas participantes. Não acreditavam em ajuda sem que houvessem sido de alguma forma, exploradas.

Trabalhei no cotidiano do grupo. Obedeci a horários e regras impostos por elas. As representei em reuniões com órgãos privados e públicos. Divulguei o trabalho do grupo em redes sociais. Administrei os eventos aos quais comparecemos. Montei coleções, desenhei modelos, comprei matéria prima, fiz contatos de forma a abrir novos pontos de venda. Organizei desfiles de moda.

Utilizei o método da pesquisa ação participante no qual o pesquisador propõe-se a agir como um dos atores do processo na busca de um aprendizado consciente nos moldes defendidos e adotados pelo educador brasileiro, Paulo Freire, de fato, um método de pesquisa fundamentado na seguinte afirmação de Freire: “uma teoria sem relação com a prática nem chega a ser uma teoria.”

Portanto, para prosseguir com a pesquisa e na busca de uma compreensão da realidade concreta do grupo de costura, conforme os dias passavam e menos conseguia as informações que considerava necessárias, decidi pela participação no grupo e utilizei minha experiência profissional como compradora de lojas de confecção feminina no mercado formal durante quinze anos. Pretendia, ao utilizar a formação em moda e compras, colaborar com o grupo ao mesmo tempo em que colhia os dados.

Na segunda parte do processo, senti a necessidade de certo afastamento do campo e procurei escrever artigos e participar das aulas do mestrado. Assim, participei de diversos encontros entre pesquisadores e congressos enquanto revia meus cadernos de campo e material bibliográfico. Organizei quantitativamente e qualitativamente os dados recolhidos em entrevistas. Para pensar o processo comunicacional recorri principalmente ao (e não encontro outra palavra para melhor descrevê-lo) mestre da Teoria da Comunicação, Muniz Sodré. De forma a analisar as relações sociais e de trabalho tanto nos grupos externos quanto no interior das marcas dominantes no modelo moda, Karl Marx, foi o guia e a orientação para o trabalho.

Logo percebi que o melhor método a ser aplicado de forma a colher experiências e opiniões seria o método jornalístico. Entrevistas com os personagens envolvidos no processo contribuiriam efetivamente para a compreensão da temática abordada. Assim como logo descobri que a melhor entrevista era a que acontecia espontaneamente no decorrer dos dias do trabalho em grupo. Habituei-me a anotar as tiradas mais relevantes em cadernos de campo, memorizava algumas informações quando não tinha os tinha em mãos e assim que podia, escrevia.

Entretanto, o desenrolar da pesquisa também me mostrou o quanto o educador Paulo Freire estava correto quando defendia o aprendizado enraizado na consciência da concretude da realidade de cada grupo social. As melhores respostas estão gravadas em letras garrafais dentro de minha mente, posso reproduzi-las palavra a palavra e desconfio não conseguir esquecer mesmo que tente.

Busquei também utilizar o conceito de materialismo dialético marxiano, de forma a tentar estabelecer um ponto científico de encontro entre as teorias da comunicação e as narrativas da moda em um contexto econômico e político observado em áreas periféricas da cidade.

Meu método dialético, por seu fundamento, difere do método hegeliano, sendo a ele inteiramente oposto. Para Hegel, o processo do pensamento – que ele transforma em sujeito autônomo sob o nome de ideia – é o criador do real, e o real é apenas a sua manifestação externa. Para mim, ao contrário, o ideal não é mais do que o material transposto para a cabeça do ser humano e por ela interpretado. (MARX: 2011, 28)

Assim é a moda. Material de certa forma transposto para a mente humana, interpretado e reinterpretado, apenas possível de ser compreendido se vista por vários ângulos de conhecimentos. De forma a unir experiência profissional adquirida na indústria da moda e conhecimento teórico nas aulas do mestrado, procurei um método que me permitisse melhor pesquisar e estudar estas relações sociais e o encontrei no pragmatismo.

O pragmatismo, movimento filosófico nascido nos Estados Unidos da América durante o final do século XIX e início do século XX por Pierce e James, foi posteriormente assim definido por Dewey:

A educação apresenta a necessidade de se entrelaçar os princípios da teoria lógica e as qualidades morais, para que, com o espírito interrogativo, os alunos perguntem sobre a significação do que aprendem e que o homem necessita de uma capacidade de aprender com o qual nasce adquirida na relação com os membros da comunidade a qual pertence. (Revista da Educação, ago/set 2011)

Entretanto, não encontrei uma teoria da comunicação para apoiar os resultados dos dados recolhidos em campo. Teorias da comunicação existem e são muitas e o problema se encontra exatamente neste ponto. Qual é a teoria científica da comunicação? Como se estuda e ensina comunicação nas faculdades brasileiras? Nos primeiros anos cursamos antropologia, sociologia, psicologia, economia e até estatística e se a comunicação é considerada a confluência entre todas as ciências, onde está a teoria do ponto X deste encontro? Talvez tenha encontrado o ponto M, entre Marx e Moda e o ponto PFC entre Paulo

Freire e Comunicação, o unir estes pontos a teoria da comunicação poderia tornar-se possível através da prática?

Outra questão que ajudou a formar a hipótese se apresentou quando trabalhei na indústria da moda como compradora de marcas populares e de marcas de “grifes”: Muitos colegas de trabalho vieram da área da comunicação, inclusive as lojas de departamentos procuravam estagiários de gerência graduados em comunicação antes que as faculdades de moda preenchessem a lacuna entre formação universitária e mercado de trabalho na área da moda. Será que o mercado reconheceu antes da academia que moda é uma área da comunicação?

Mais uma hipótese: nos meios acadêmicos ao negarmos a relevância dos objetos de estudo referentes à moda por considerá-los não científicos, não estaremos servindo ao sistema capitalista que se apropria da lacuna entre educação e consumo para tornar-se mais e mais forte? Como diria Paulo Freire: “Se a educação sozinha não muda a sociedade, sem ela tampouco a sociedade muda.” E não é a consciência política de ser cidadão que transforma as relações? Se buscarmos e compreendermos a memória e o processo da moda como um processo de comunicação não abriremos um novo campo de reflexão, debate e pesquisa? E não é a educação que quebra paradigmas?

### 1.3.1 Processo de comunicação

O filme “Jogos Vorazes” narra o poder do processo de comunicação que se expande em união a uma indústria de aparências comandada pela estética, ou seja, orquestrada pelo espetáculo da moda. O jogo será vencido por quem for mais bonito e performático. Por quem usar as roupas mais vistosas e interessantes. Para sair vencedor é preciso contar com o apoio dos patrocinadores (industriais, celebridades e socialites que enviam para os competidores na arena de combate, os itens necessários para a sobrevivência) enquanto milhões de espectadores assistem ao jogo entre a vida e a morte pelos aparelhos de televisão. O vencedor dos Jogos Vorazes será aquele que melhor se apropriar da “imagem consumida de consumo” e o consumo consome a moda, o “*zeitgeist*” consumido pelo capital.

Dá-se na prática uma epifania banal, que advém do poder midiático de prescrever o nome adequado para as coisas, de “batizar”, segundo os cânones da modernidade tecnológica e comercial. Nomear, como bem se sabe, implica apropriar-se de algum modo daquilo que se nomeia, mas pode também implicar a própria criação daquilo de que fala, do mesmo modo que a observação de um fenômeno é capaz de modificar tanto o observado quanto o observador. (SODRÉ: 2002,61)

Trago mais uma vez o termo “*zeitgeist*” para refletir sobre o processo de comunicação a partir do período moderno ao caminhar lado a lado com os avanços tecnológicos. Relação dialética essencial a ser compreendida por todos aqueles que pretendem realizar pesquisas na área e por mais que já tenha sido dissecada, talvez não tenha ainda atingido o âmago da questão.

A história de um poeta que se inicia no jornalismo nascente na sociedade francesa do século XIX serve para exemplificar a questão. A princípio o jornal existe em uma relação informal entre escritores e ganha paulatinamente motivações econômicas, políticas e sociais, possibilitada pelo aumento do número de publicações devido a descoberta de novas máquinas e barateamento do papel utilizado na produção do meio de comunicação: “- A influência e o poder do jornal está apenas em seu início- disse Finot.- O jornalismo é ainda uma criança, ele crescerá. Daqui a dez anos, tudo dependerá da publicidade...” (BALZAC: 2007, 354)

A intuição de Balzac mostrou-se correta: a influência e o poder do jornal apenas iniciavam os jogos vorazes entre comunicação e mercado. De lá para cá, embora tantos acontecimentos parecessem quebrar paradigmas, um olhar mais atento e menos influenciado pelo poder dos meios de comunicação, pode revelar outra perspectiva. Muniz em Antropológica do Espelho e a romancista Suzanne Collins em sua narrativa sobre uma sociedade pós - guerra mundial no futuro, dominada pelos meios de comunicação utilizados pela classe política dominante pontuam a questão.

Embora o mercado tenha criado expressões idiomáticas e nova nomenclatura para acompanhar novos meios, o que de forma concreta apresenta-se na contemporaneidade é a sucessiva repetição de modelos dominantes. Os conceituados especialistas da moda o chamam de releitura. A moda poderia ser considerada como uma realidade sócio -cultural dominante, expandida pelos meios de comunicação tais como: o jornal, rádio, cinema, televisão, internet.

Abre-se na crise do sistema capitalista nos últimos anos, uma oportunidade para repensarmos essas questões. A contemporaneidade tece uma linha entre o social e o político. “Vivemos entre o paradigma dominante e o paradigma emergente nos domínios do conhecimento e subjetividade, dos padrões de transformação social, e do poder e da política”. (SOUZA SANTOS, 1995, 76). Uma oportunidade para repensarmos o papel da ciência da comunicação. Mas não estaria o consumo costurado a forma como produzimos? Como refletir sobre nossa produção de mensagens, informações, em suma: comunicação?

Isto implica, em termos práticos, pensar não midiaticamente (uma vez que o pensamento da mídia não pode ser exclusivamente midiático e, por certo, também não apenas acadêmico) e pesquisar os campos políticos de abertura existencial para o homem contemporâneo, a quem se tenta dar a impressão

de que tudo está dito pela técnica ou de que o futuro já chegou. ( SODRÉ, 2002, 259).

Assim, entre teoria e prática, os dias de pesquisa produziram dados bastante relevantes para o aprofundamento da questão. Muniz nos fala da “capacidade de ação transformadora do homem” como caminho social e político em nossa vida acadêmica para pesquisas e aulas e Raquel Paiva defende o “humanismo prático” como modo de ação transformadora. Tentei colocar em movimento os conceitos citados no grupo de costureiras e no cotidiano da favela Santa Marta.

Como relatar o real se não o conhecesse de fato? Eventuais visitas apenas contribuíam para uma “certa confusão” e de entrevista em entrevista, notei como as respostas pareciam ser ensaiadas, apreendidas durante anos de visitas de alunos universitários e jornalistas. Ao buscar minhas anotações nos cadernos de campo, ficou clara a relevância da presença do pesquisador no cotidiano da favela e dos moradores.

(...) é bastante frequente perceber, entre colegas de outras áreas, o temor de ir a campo, entrevistar, acompanhar, observar grupos e relatar, possa comprometer a dimensão teórica. No entanto, o esforço que se tem feito, nos últimos anos, no país, é exatamente para demonstrar e comprovar que o acompanhamento do objeto, por meio da investigação e da produção de dados, pode ser realizado, paralelamente, à investigação teórica (...) Para a comunicação comunitária, a realidade social é um irrefutável campo de partida, um foco necessário. (PAIVA, 2012,110)

Vale lembrar a relevância do vínculo sensível de afeto: assim que perceberam que minha presença era sincera, o quanto de fato me importava com meu trabalho e com a realidade de suas vidas, as comportas se abriram e nesta hora, quase um ano depois de minha primeira visita, consegui começar a receber dados reais e não produzidos por discursos decorados. Consegui as narrativas de suas vidas, sonhos, sucessos e derrotas. Então, novo panorama se formou e pude vê-lo por muitos ângulos.

Partindo de um modelo epistemológico e de um praxeológico de comunicação, considerar a adoção do segundo modelo como esquema conceitual para uma análise social corresponde a uma verdadeira mudança de paradigma nas ciências sociais.<sup>9</sup> (QUÈRÉ, 2012,53) Assim, pretendo trazer para os meios acadêmicos uma reflexão abrangente, de forma a através de uma pesquisa voltada a prática, contribuir para o campo científico da comunicação.

---

<sup>9</sup> “Partant de l’opposition entre un modele ‘epistemologique’ et un modele ‘praxéologique de la communication, j’ai considere que l’adoption du second modele comme schème conceptuel pour l’analyse sociale correspondait à un véritable changement du paradigme dans lês sciences sociales (...)”

“*Marx estava certo*” afirma Terry Eagleton na capa de sua mais recente publicação. E principalmente, no campo da indústria da moda. Naturalmente, suas ideias- conceitos e sua própria pesquisa se entrelaçaram com as reflexões avolumadas no dia a dia de minha presença na favela Santa Marta. Karl Marx pesquisava as relações de trabalho, na época recente, indústria têxtil. Os exemplos utilizados em “O Capital” costuram roupas a economia e política. Engels era oriundo de família proprietária de uma indústria têxtil.

Ao discorrer sobre os limites da jornada de trabalho, Marx dá como exemplo, a notícia da morte de uma personagem da moda. “(...) a modista Mary Anne Walkley, de 20 anos, que trabalhava em uma renomada casa de modas, explorada por uma senhora com o agradável nome de Elisa. A velha história tantas vezes contada foi de novo descoberta.” (MARX, 2011, 294).

Velha nova história que o digam as costureiras que trabalham para as famosas marcas contemporâneas seja em São Paulo, no Rio de Janeiro ou para a espanhola Zara.

### 1.3.2. Cenário da pesquisa

Entre teoria e prática, convivi com grupos heterogêneos e pude constatar: em uma favela existem várias favelas e dentro dessas várias favelas existem diversas classes sociais e entre as diferentes classes muitas tribos convivem de forma pacífica e harmônica e outras nem tão pacífica e harmônica assim.

A esmagadora realidade econômica é obstáculo difícil de transpor assim como o passado e a memória do poder do narcotráfico no cotidiano dos moradores, principalmente entre as mulheres maduras com filhos, algumas vezes com maridos e filhos perdidos para esta realidade. Os jovens desejam construir uma nova narrativa e percebem o momento atual, independente de suas implicações políticas, como uma nova possibilidade de vida na cidade.

Alguns chamam a nova fase pós UPP de utopia na concepção popular da palavra, o sonho irrealizável. Outros, sem conhecer o sentido filosófico do termo, estão na prática cotidiana movimentando-se em cursos de artes, esportes, atividades culturais, religiosas e sociais, aprendem novas línguas, formam cooperativas de trabalho em diversas áreas tais como moda e turismo, dão aulas para crianças e adolescentes, ensinam crochê e bordado para grupos de terceira idade. De fato, abrem a possibilidade a que Marx se referia:

Ali, onde termina a especulação, na vida real, começa também a ciência real, positiva, a exposição da atividade prática, do processo prático de desenvolvimento dos homens. As frases ocas sobre a consciência cessam, e um saber real deve tomar seu lugar. (MARX, 1973, p.38).

Reflexão compartilhada por Eagleton:

O marxismo não é uma teoria do futuro , mas uma teoria da prática de como fazer um futuro possível. (...) O único acontecimento verdadeiramente histórico seria por a história em movimento, limpando os obstáculos no seu caminho. Até o momento, nada particularmente notável aconteceu: a história de hoje tem sido sempre a mesma velha história, um leque de variações sobre as estruturas persistentes de exploração e repressão. (EAGLETON, 1993, p. 160)

Thomas More descreveu no século XVI uma sociedade ideal na qual a propriedade privada e a moeda seriam abolidas. Seus cidadãos possuiriam direitos e deveres exatamente iguais sem importar qualquer outra variante tal como cor, sexo ou raça, de forma que todos compartilhassem os bens materiais, trabalho e liberdade na prática da convivência humana. Provavelmente não imaginou como o século XXI nos encontraria. Ainda na busca deste ideal, com uma determinante diferença: deixamos de crer em utopia como projeto reformulador da sociedade e do indivíduo e passamos a proclamar que não existe perfeição e que a ela jamais chegaremos.

Dois séculos separam More de Marx e ainda mais anos o separam da sociedade da indústria da moda e da comunicação. É verdade que não alcançamos a ilha Utopia. Encontramos o desemprego, a exclusão social, a intolerância religiosa, a fome, a desigual distribuição de renda, a violência. No Rio de Janeiro do novo século, construímos uma cidade rodeada por áreas marginalizadas, as quais convencionamos nomear por favelas.

Mesmo sem saber quem foi More ou Marx e profundos conhecedores da sociedade da moda, habitantes dessas áreas<sup>10</sup>, movidos pela emoção e pelo afeto, projetam e colocam em prática (quando conseguem apoio e verbas necessárias para a manutenção), projetos que objetivam a educação e inclusão social de seus moradores, principalmente crianças e pré-adolescentes.

São essas as narrativas que procurei pesquisar e aqui estão algumas respostas, novos questionamentos e uma proposta de transformação através do viés da moda e da educação. Assim como More e Marx e tantos outros homens e mulheres (sem desejar me comparar a tão ilustres personagens), após os dados coletados e convivência com alguns moradores das favelas citadas, compartilho a seguinte afirmação:

---

<sup>10</sup> Segundo dados do Censo de 2010 coletados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (censo2010.ibge.gov.br em 28-11-2011), 22% da população da cidade no município brasileiro com o maior número de favelados no Brasil. Significa quase dois milhões de habitantes.

Como pode a história virar-se contra si mesma? A resposta de Marx a esta questão foi a mais ousada que se pode imaginar. A história seria transformada pelos seus produtos mais contaminados, pelos que carregam as marcas mais vivas da sua brutalidade. (EAGLETON, 1993, p.163)

Haveria em nossa contemporânea sociedade de consumo produtos mais contaminados do que a comunicação e a moda? Antes que vozes se ergam e gritem: “baboseiras utópicas”, convido-os a chegar até o final desta dissertação.

Na UFRJ, o Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária (LECC) liderado pela Professora Doutora Raquel de Araújo Paiva, produz pesquisas e constrói novas possibilidades de reflexão. Procura caminhar em direção a prática do afeto para a ação transformadora do homem na sociedade entre graduados, pós-graduados, postulantes a pós graduação, mestres, doutores e pós doutores em uma prática democrática de liberdade e conhecimento que trabalham na busca de uma revisão da proposta em comunicação comunitária.

A proposta da comunicação comunitária também implica numa revisão do modelo de comunicação vigente, tanto no aspecto formal, legal, quanto no técnico. A comunicação, mais do que nunca, transforma-se numa força, cujos limites estão estabelecidos a partir do colocar em comum, ou seja, comunitarizar a informação. Conseqüentemente, a interpretação do mundo, bem como a intervenção no real, assume um estatuto em que se prioriza o local, o regional, o contato, sem abrir mão do aparato técnico que envolve o indivíduo na aura do despertencimento e nomadismo, próprios da era atual. (PAIVA, 2007, 26)

Comprovei durante a convivência e observação dos habitantes das favelas cariocas nas áreas periféricas da cidade do Rio de Janeiro que a outrora cidade partida começa a desenhar, modelar, costurar uma nova realidade no que o sociólogo Adair Rocha nomeou por Cidade Cerzida. Mesmo sem possuir ainda as coloridas e brilhantes linhas dos novos matizes que surgirão paulatinamente enquanto os dois lados da cidade; urbano e periférico compreendem como é desafiador o caminho para o futuro.

Compartilho com o LECC, meus mestres durante o curso de mestrado na Escola de Comunicação da UFRJ, Muniz Sodré, Eduardo Coutinho, Renzo Taddei, Marcos Dantas e Nízia Villaça assim como a orientadora Raquel Paiva, a fé no caminho pautado pela prática educativa e faço minhas as palavras do Mestre Dantas na aula do dia 07 de novembro de 2012 durante a disciplina Economia da Comunicação: “A razão de ser do homem é a mudança.”

Assim, procuro narrar alguns aspectos das modificações ocorridas nas favelas do Rio de Janeiro após a instalação da política pública federal de segurança em áreas consideradas de

extremo risco na cidade e as mudanças que seus moradores enfrentam no momento. Lembrei também de narrar a história da pesquisadora que se envolveu de corpo e alma no objeto de estudo, transformou e se transformou.

Portanto, na presente dissertação, busco abrir uma possibilidade de debate em relação ao papel da comunicação e da moda neste determinado período no processo de inclusão social dos moradores das favelas em uma reinserção a vida da cidade ao mesmo tempo em que apresento os dados da pesquisa ação participativa realizada na favela Santa Marta no grupo de costura “Costurando Ideais”.

A partir da análise das articulações na “nova cidade pacificada” entre áreas urbanas e periféricas da cidade, dos movimentos de inclusão e exclusão social e movimentos de resistência nas áreas da comunicação e da moda, pretendo também, colaborar com a apresentação da realidade concreta de alguns grupos e cooperativas das favelas, principalmente na área de costura e artesanato enquanto abordo a moda como atitude revolucionária e possível de atuar, portanto, como agente transformadora na sociedade de consumo da contemporaneidade, na medida em que unifica e resignifica espaços. Durante os dois anos de pesquisa, procurei utilizar como base estrutural de planejamento e ação, o conceito da emergência de um “humanismo prático” (PAIVA & NORA, 2008) como ponto de partida, de forma a observar, analisar e agir ao encontro do processo de inclusão da comunidade à sociedade contemporânea no desenvolvimento de espírito da cidadania e da ação concreta.

Outros dois aspectos devem ser levados em consideração; a precariedade da vida na favela (falta de saneamento básico, espaço reduzido, moradias precárias, grande concentração populacional por metro quadrado) e o desejo latente dos habitantes das áreas periféricas em pertencer a cidade, através da obtenção dos necessários valores econômicos a fim de realizar o sonho de uma inclusão simbolicamente representada pelas grifes e marcas famosas, elevadas pelo consumo ao Olimpo das Celebidades, pelas modas e modos da Zona Sul carioca.

Portanto, para analisar a aproximação entre o consumo e as áreas periféricas, decidi trazer a moda para o centro dos debates acadêmicos já que não é comum nos termos, dentro da área da comunicação, em uma temática considerada por vezes, fútil e descompromissada com a realidade. No entanto, a moda não é uma palavra desvinculada da realidade e sim a representação de uma indústria de grande atuação no mundo e no Brasil. Na realidade, com base em uma pesquisa realizada pela FIRJAN e apresentada em uma reunião com grupos de

favelas e ONGs em sua sede no final de 2009, a indústria da moda é a que mais emprega no país e no Rio de Janeiro, fica em segundo lugar, apenas atrás da do petróleo.

Deste modo, era preciso manter a perspectiva de que a questão entre singularidade e identidade é bastante presente em nossas escolhas do que vestir sem deixar de considerar a força da realidade do cenário industrial e da presença dos modelos apresentados pelos meios midiáticos no cotidiano contemporâneo. Vale lembrar o papel da moda através dos tempos, equilibrando-se sempre na corda bamba da singularidade e da estética do tempo em certa “comunhão” com escolhas empresariais e econômicas. Para dar um exemplo assertivo, a influência da política mundial sustentável (em palavras da moda) meio que perdida entre a economia criativa e verde e o que seria uma prática econômica social e solidária sustentável na prática.

Para completar o panorama “a mídia através do discurso que faz de sua própria simulação de outras realidades” (SODRÉ, 2002). Poderíamos pensar a partir daí na promoção da estética da periferia pela indústria da moda, divulgada amplamente pelos meios da mídia como um processo cultural de construção de sentido e valor. E por esta mesma razão, vale lembrar que o indivíduo pode ser inserido na sociedade apenas pelo viés tecnológico-ecológico-cultural-solidário (a moda do momento) mas sem real consciência política. Torna-se, assim, necessário questionar: seria a divulgação e promoção da indústria da moda pelos meios midiáticos tão somente a manutenção do *status quo*? Deixam de lado ações reais para inserção e integração da sociedade?

Em tempos mundiais de divulgação do discurso sobre um campo de consumo consciente, o que seria apenas a moda do momento enfatizado pelas indústrias sobreviventes na aba de roupas, tecidos, sapatos e bolsas? As palavras em moda significam um novo posicionamento coletivo mundial, existem ações concretas voltadas para um novo paradigma de consumo? Se considerarmos que a moda é uma linguagem simbólica visual, comunicando através de escolhas de modelos, cores e tecidos quem somos, a que grupo pertencemos, onde vivemos; como refletir sobre os processos contemporâneos de representação de grupos sociais? Como se apresenta dentro da “sociedade das favelas” a relação entre moda e subjetividade nas áreas periféricas da cidade?

O consumo e sua relação entre o discurso e o poder nascem inúmeras vezes na relação entre o “eu” e o “outro” e os símbolos que nos representam na dinâmica entre aproximação e afastamento, algumas vezes demarcados pelo viés da indústria que convencionamos chamar de moda. No Rio de Janeiro do século XXI, o morro e o asfalto transitam pelo tênis Nike, a

ecobag, o figurino de novelas, a utilização da malharia reciclada pela garrafa pet, revistas de moda, reciclagem de materiais, grandes marcas internacionais e nacionais (nessa ordem). Neste ponto de interseção entre indústria, simbologia, comércio e consumo no mundo contemporâneo, o que poderia ser considerado como representação de singularidades, em um mundo dividido ele mesmo pelo que não é mais possível absorver e conter, imerso em uma sociedade que parece não mais poder satisfazer fornecedores e clientes?

Para buscar respostas diante de tão ampla gama de questionamentos, busquei colher dados em um levantamento de experiências de artesãs, costureiras e bordadeiras que em grupos informais de produção ou sozinhas em seus empreendimentos pretendem assumir o controle dos meios de produção, administração e comercialização de produtos na área de confecção de roupas e acessórios femininos em sua maior parte, de forma a inserir-se a indústria da moda e para tanto, considerei como estudo de caso, o grupo presente na favela Santa Marta, “Costurando Ideias”.

Pelos dados apurados em entrevistas, jornais e catálogos de participação em eventos posso afirmar que o grupo começou a existir em meados de 2002 e não em 2000 e, portanto não completou os dez comemorados anos de existência. No final de 2011, com a finalização do projeto da ONG italiana, sem recursos financeiros para pagar o aluguel da sede, fechou as portas. As máquinas de costura estão espalhadas nas casas de algumas participantes e as costureiras não dividem mais nenhum trabalho ou compra de matéria prima.

### 1.3.3. As fases do projeto de pesquisa

De forma a alcançar o objetivo geral proposto, conduzi o projeto de pesquisa por três campos: teorias da comunicação, história da moda em contexto econômico e político e a filosofia do pragmatismo.

A metodologia da pesquisa ação tem seus primórdios nas ciências sociais aplicadas no pós-guerra nos Estados Unidos da América e Europa em uma tentativa de superação de limitações encontradas durante a pesquisa convencional. Uma delas, a investigação individual dos questionários respondidos isoladamente.

Constatou-se que a soma de resultados obtidos de modo individual não retratam a situação de forma adequada. Não é possível detectar mudança coletiva, condições e efeitos de mobilizações e, relações entre os grupos que compõem a coletividade. De forma a colher dados acurados, a pesquisa-ação pretende estabelecer interlocução entre os membros da situação obseçada.

Marienthal era uma pequena cidade de trabalhadores erguida em torno de uma fábrica têxtil no século XIX. Após a grande depressão de 1929, a fábrica faliu e seus empregados ficaram sem trabalho, “desligados de seu trabalho, sem contato com o mundo exterior, os trabalhadores perderam toda a capacidade psicológica e material na utilização de seu tempo.” (LAZERSFELD, 1996, 15)

A pesquisa ação participativa foi utilizada com sucesso em um reconhecido trabalho financiado pelo Partido Socialista austríaco em 1931, liderada pelo sociólogo Paul Lazarsfeld na pesquisa sobre os efeitos do desemprego e, especialmente, sobre os efeitos que causam em grupos de trabalhadores. (LAZERSFELD, 1996, 12)

Para compreender as reações e relações entre os moradores, o sociólogo desenvolveu uma metodologia de pesquisa a partir da experiência vienense. Utilizou como método os “relatos dos próprios desempregados em suas manifestações espontâneas”. Procurou “não fazer generalizações.” Em suma, devido à complexidade da questão e das inúmeras possibilidades, renunciou a uma objetividade ilusória.

Uma das ações dos pesquisadores foi a organização de um curso de corte e costura de nível elementar do qual participaram 50 mulheres e tinha como finalidade preencher a necessidade de atividade para as mulheres desempregadas. Durante as aulas, as mulheres eram entrevistadas e arguidas sobre que mudanças deveriam ser feitas no plano de aulas, como fariam para melhorá-las. “O curso alcançou tal êxito que se prolongou durante mais tempo que o programado.” (LAZERSFELD, 1996, 43).

Cenário semelhante ao da favela Santa Marta no Rio de Janeiro em 2010. Uma comunidade golpeada pelo desemprego e violência. Moradores excluídos socialmente e confinados dentro de um território “falido”. O método seguido pelo sociólogo austríaco mostrava-se adequado para ser aplicado no objeto de estudo. Com a convicção de que as pessoas não são coisas e, portanto, não podem ser observadas e comparadas como tal a mercadorias, optei por uma metodologia que tratasse a subjetividade pela ótica do ser.

Para concluir a pesquisa prática ao utilizar o método de ação participativa quero ressaltar dois momentos essenciais para a coleta e reflexão sobre os dados. Em princípio, me joguei de “corpo e alma” na pesquisa tornando-me “o outro”. Para tanto, tornou-se necessário, não lembrar teorias anteriores e baseei-me apenas no “humanismo prático”.

No entanto, após dois anos de pesquisa ação, houve a necessidade de um período afastamento. Após ter sentido na pele e com o aprendizado consciente adquirido dentro do grupo, refleti, reli e analisei todo o processo. De posse dos cadernos de campo e os artigos

escritos durante os dois anos de mestrado e anotações das aulas, refiz todo o percurso. Deixei de lado o discurso anterior, algumas vezes ilusório e iludido. Lutei contra o pessimismo de uma realidade concreta aparentemente ainda imutável e o otimismo de uma revolucionária nata para tornar-me, enfim, madura pesquisadora acadêmica.

Portanto, defendo uma pesquisa prática etnográfica com o envolvimento do pesquisador em seu campo determinado ao mesmo tempo em que defendo também o posterior afastamento quando chega a hora da conclusão na redação. Costuro os dois momentos com as linhas da crítica e da revisão bibliográfica.

Quero ressaltar a importância da escolha do objeto de estudo. Para que uma pesquisa como essa possa ocorrer, torna-se imprescindível que a temática escolhida seja uma questão de “paixão”. O interesse do pesquisador deve ir além do discurso acadêmico e conhecimentos teóricos e voltar-se para sua ânsia em conhecer e compreender determinado campo, em meu caso comunicação e moda.

Apenas quando da conclusão da pesquisa, na parte da redação do texto, percebi o âmago do trabalho: a moda havia sido a temática e a comunicação, o método. Foram as técnicas do jornalismo – entrevistas, fotos, gravações- e mais a divulgação dos eventos e dos personagens da Santa Marta como forma publicitária e ainda os recursos de uma profissional da área de relações públicas ao formar uma rede de contatos- que permitiu que todos os dados pudessem unir-se e formar o cenário final. Por isso, considero a pesquisa como uma grande e extensa reportagem além de uma dissertação acadêmica.

#### 1.3.4. A moda do ano

Para aproximar a moda da comunicação em estudos dos símbolos que a constituem, Lipovetsky traça um interessante debate sobre a moda e seu destino nas sociedades modernas e na análise que apresenta sobre moda como espelho da sociedade:

A moda do ano só aparece quando os sufrágios de certa clientela e da imprensa tiverem convergido para um tipo de modelo. Esse ponto é essencial: os costureiros não sabem antecipadamente quais de seus modelos terão sucesso, de maneira que a Alta Costura faz a moda sem saber qual será o seu destino exato, sem saber o que será a moda. (LIPOVETSKY, 1989,97)

A moda, portanto, está costurada com linha forte aos meios de comunicação. Só passa a existir quando aprovada por revistas de moda, especificamente por editoras de revistas reconhecidas pelo mercado consumidor como seus “filtros confiáveis” para lembrar a expressão de Muniz Sodré em relação ao papel de um professor. O mercado editorial de moda, entretanto funciona como um filtro confiável ditador. É do círculo da moda a

expressão: “ditar tendências”. E quem dita ao servir de modelo? As artistas de televisão e cinema, cantoras e modelos.

Moda e comunicação, são várias as linhas que as unem. Método para a pesquisa, aprovação e divulgação da imprensa especializada no setor e mais os personagens da indústria da comunicação e da moda, todos unidos na mesma colcha de retalhos durante as narrativas seculares da raça humana.

A socióloga, Gilda Mello e Souza, costurou a moda do século XIX a moda na contemporaneidade e abriu muitas reflexões entre roupas, mercado, símbolos, comunicação e celebridades.

A moda como toda manifestação de gosto é traiçoeira e, quando analisada de perto, esconde suas feições mais características, induzindo o observador ao erro. Colocados dentro do movimento que se processa, não conseguimos distinguir, na complexidade de um estilo, nem as linhas de um estilo, nem o modo por que elas diferem do estilo anterior. (SOUZA, 1987, 73)

Traíçoeira moda. Tão traiçoeira que não nos permitiu enxergar todas as implicações de seu papel na modernidade e na contemporaneidade. Procurou afastar os pontos e cortar os laços entre comunicação e moda

O que considerar no processo de trabalho do grupo “Costurando Ideais” de forma a criar a linha de união entre a moda e a comunicação, a favela e a área urbana da cidade? Existiriam diferenças culturais tão determinantes entre os dois polos da cidade? E se fosse desta forma o que considerar: linguagem, religiosidade, música, dança, artes plásticas? Qual seria o denominador comum? Havia ainda a violência instaurada pelo poder do narcotráfico nas favelas do Rio de Janeiro. Este sim, fator determinante para o impedimento do livre trânsito dos moradores, tanto pelas ruas da cidade quanto pelas vielas dos morros. Como pensar a cultura e a moda em uma área precária dentro de uma megalópole do século XXI?

Primeiro fator a considerar: um enorme esvaziamento político marcadamente com a ausência de políticas públicas de saúde e educação e falta de interesse pelo saneamento básico das favelas. Crianças, jovens e adultos convivem com a sujeira, a falta de água no verão e grande concentração populacional.

Por outro lado, a presença de ONGs e projetos sociais, algumas vezes de cunho religioso, embora presentes nestas áreas não revelam resultados animadores. Apenas duas instituições parecem ter conseguido resistir às dificuldades na Santa Marta: o grupo de ex-alunos e pais do Colégio Santo Inácio, continua com as duas creches existentes na favela e mais um curso de ensino fundamental e médio para adultos em sua própria sede na Rua São

Clemente. A ONG ECO trabalha, há trinta e dois anos, com as crianças e adolescentes das favelas.

Em uma palestra na Cúpula dos Povos em 2012, Boaventura Souza Santos nos lembrou: somos a geração da maior crise enfrentada pelo sistema capitalista, somos a geração da transformação e, portanto, ainda não conhecemos qual será a sociedade que emergirá. As áreas periféricas das cidades contemporâneas são a imagem da crise e no Rio de Janeiro, segundo uma pesquisa realizada por Paulo Magalhães na fase de pré-implantação do projeto Rio Eco Sol, as taxas de crescimento de população de favelas são as mesmas das áreas urbanas. Não é uma área pequena, existem mais de 600 favelas no Rio de Janeiro. (publicação ONU-HABITAT, 2006). Constituem o principal polo de pobreza no mundo, sobretudo em países que passam por um acelerado processo de urbanização. (DAVIS, 2006,63). Segundo o censo de 2000 mais de um milhão de pessoas moram nestas áreas cariocas.

### 1.3.5. Consumida pelo consumo

A esmagadora desigualdade econômica nas áreas periféricas da cidade perpassam as práticas culturais e acabam por modificar as subjetividades humanas ao enfrentar os desafios de uma sociedade marcadamente instável inserida no capitalismo contemporâneo. Nos grupos periféricos de moda e artesanato, por exemplo, que enfrentam problemas financeiros para se manter atuantes no mercado.

(...) que significa capacitação, ou de maneira mais abrangente, talento? Como pode o fato de uma pessoa ser talentosa traduzir-se em valor econômico? Essas questões abarcam temas de economia, psicologia e sociologia; seu alcance é tão grande que não posso aqui pretender encontrar respostas, apenas esclarecer problemas. (SENETT, 2010, 82)

Em relação a questões éticas, por exemplo, que saída encontraremos para esse problema com questões metafísicas? A “ética planetária” pode ser a resposta. A vida não é uma mercadoria e pesquisas não devem se ordenar ao lucro e sim ao melhoramento da própria vida. (BOFF, 2011, 73-86).

A sociedade contemporânea excludente, veloz e de consumo,

(...) pode fazer contato com algo que dure política e existencialmente na contemporaneidade, isto é, algo que tenda a comportar-se como um fio condutor do sentido pertinente á variedade das ações sociais . Nessa duração, faz-se claro o núcleo teórico da comunicação: a vinculação entre o eu e o outro, logo, a apreensão do ser em comum (individual ou coletivo), seja sob a forma da luta social por hegemonia política e econômica, seja sob a forma do empenho ético de reequilíbrio das tensões comunitárias. (...)vinculação é a radicalidade da diferenciação e aproximação entre os seres humanos. (SODRÈ, 2006, 223)

Se buscarmos a etimologia da palavra comunicação, que vem do latim “*communicatio*” (está encarregado de) e o prefixo “co” (reunião), chegamos ao significado, encarregado reunir. Portanto, podemos dizer que comunicar é tornar comum nos aproximando da etimologia da palavra comunidade, também com origem no termo latim “*communitas*”, conceito que se refere à qualidade daquilo que é comum, que permite reunir distintos tipos de conjuntos.

Nos ensaios de Charles Baudelaire encontram-se indicadores que construirão os fundamentos da modernidade: o belo, a moda e a felicidade, a arte mnemônica, pompas e solenidades.

Assim ele vai, corre, procura. O quê? Certamente esse homem, tal como o descrevi, esse solitário dotado de uma imaginação ativa, sempre viajando através do grande deserto de homens. (...) Ele busca esse algo, ao qual permitirá chamar de modernidade; pois não me ocorre melhor palavra para exprimir a ideia em questão. Trata-se, para ele, de tirar da moda o que esta pode contar de poético no histórico, de extrair o eterno do transitório. (BAUDELAIRE, 1997, 25)

No mesmo período, Balzac em *Ilusões Perdidas*, publicado em Paris no século XIX, traça um panorama da moda da época, ou seja, dos costumes praticados em sociedade e desenvolve a temática usando como cenário, gráficas e jornais, jornalistas, atrizes de teatro, empresários e escritores. E nos deixa a reflexão: o jornal já nasceu dentro da ótica capitalista de lucro e mercado. Não terá acompanhando de geração em geração, de crise em crise, a organicidade, lógica e expansão tecnológica dos modos de produção, distribuição e consumo do capital?

A ideologia do consumo fala primeiro, com a consciência pela imagem, atmosfera mítica e emocional do mercado e da mídia, através das sensações e repetições. As leis do mercado não esquecem o que frequentemente deixamos de lembrar nos meios acadêmicos: talvez a realidade humana seja construída a partir dos sentimentos de uma forma muito mais forte do que gostaríamos de provar com a ciência.

As imagens dissolvem o mundo no poder dos modelos, a modelagem dá poder aos mitos e os deuses são modelos de comportamento. As celebridades da contemporaneidade ditam modelos de comportamento e vestuário e que tem a mídia como porta voz. Como bem afirmou Karl Marx, citado em aula na Eco no dia 12/05/2012 pelo professor Marcos Dantas: “Um vestido só é um vestido quando você está vestido”.

### 1.3.6. O que fiz em nome da pesquisa

Convivi com personagens e cenários da favela carioca para observar e analisar quais comportamentos e representações revelam-se na relação entre comunicação/moda e personagens das favelas em áreas periféricas, especialmente após a implantação da nova política de segurança pública na cidade.

Após as primeiras entrevistas realizadas no grupo Costurando Ideais por ocasião da elaboração do projeto no processo seletivo da Escola de Comunicação da UFRJ, recebi um convite por parte das integrantes do grupo para que colaborasse nas reuniões de produção de um evento do qual elas haviam sido convidadas a participar pela prefeitura do Rio de Janeiro em parceria com a UPP da Santa Marta, FAETEC e a empresa de cosméticos Natura. Iniciava-se minha pesquisa no evento Santa Marta abraça Zumbi no dia 13 de novembro de 2009 na Praça Corumbá, porta de entrada do morro e limite entre os moradores de Botafogo e moradores do Santa.

Era também objetivo do evento, comemorar o primeiro ano de funcionamento da UPP na favela, na época comandada pela Capitã Priscila. Havia interesse em mostrar a opinião pública os efeitos do processo de pacificação na área urbana. Para isso, alguns órgãos públicos e privados planejaram apresentações artísticas, oficinas e um desfile de moda para que grupos culturais e lideranças do morro se envolvessem ao processo da visibilidade pretendida com a divulgação na mídia.

O que eles querem não é dinheiro nem respeito e sim fama. Fama que envolve e norteia comportamentos sociais sejam eles no palco do asfalto ou na favela. Os jornais querem público e objetivam a venda e os favelados desejam reconhecimento e visibilidade. A questão é como ocorre o processo, quem atua, o que acontece, em que locais e finalmente por que. Não desejo julgar e sim compreender. (ROWLANDS, 2008, 02)

A sociedade parisiense do século XIX apresentou o modelo. Os jornais estabeleceram-se como poder entre os cidadãos conferindo-lhes fama ou obscuridade na modernidade. O processo necessário para se atingir a fama ( inclusive fama para os jornais porque até a fama é um processo dialético) era o sistema: os jornais criam celebridades e as celebridades alimentam os jornais.

Com sua pena, o senhor ganhará quatro mil francos por ano (...). não lhe falo do prazer de ir ao espetáculo sem pagar, pois este prazer logo se tornará uma fadiga. Seja duro e espirituoso durante um ou dois meses, e estará sobrecarregado de convites (...) está agora às vésperas de se tornar uma daquelas cem pessoas privilegiadas que impõem suas opiniões à França. Em três dias, se conseguirmos, o senhor poderá, com trinta zombarias impressas

à razão de três por dia (... ) poderá derrubar uma boa peça e fazer com que toda Paris corra a uma má. (BALZAC, 2007: 339-340).

Assim também no Rio de Janeiro do século XXI. Um barulho de helicóptero foi o estopim para o que se seguiu depois; modelos e organizadoras, maquiadoras e cabeleireiras, preparavam-se para a apresentação do desfile enquanto algumas apresentações culturais ocorriam no palco montado na Praça Corumbá. Uma jovem chegou para avisar: Madona está no pico do morro, vai visitar a creche e quer conhecer moradores, projetos sociais e assistir apresentações musicais e de dança. Levantaram-se e saíram para ver o que não queriam perder, a deusa do pop chegava ao morro. Esqueceram-se elas mesmas de que famosas também desejavam ser.

### 1.3.7. Santa Marta abraça Zumbi enquanto Madona visita a favela

Os jornalistas presentes para cobrir o primeiro festival cultural da Santa Marta uniram-se aos que chegavam na perseguição a Madona e todos fugiram correndo em direção ao alto do morro para ver e quem sabe tocar a famosa rainha do pop. Na praça preparada para a festa, poucos permaneceram. Os grupos que se apresentariam no palco de baixo pegaram o bonde e subiram para encontrar a fama. Eu, perplexa, acompanhei os acontecimentos.

Já super atrasado, o festival cultural brasileiro esperava que o Governador do Rio de Janeiro, a capitã Priscila, o presidente da associação de moradores e mais o que parecia ser a comunidade inteira posassem para as fotos comemorativas do primeiro ano de sucesso da unidade de política pacificadora com a cantora americana. Apenas quando Madona e o governador deixaram a favela levando em seu encalço todos os jornalistas presentes, o evento teve início. Sem cobertura da mídia, sem participação da comunidade, sem entusiasmo. O entusiasmo ficou reservado para as fotos dos celulares e os autógrafos, muitas vezes revelados e colocados lado a lado com os do outro visitante ilustre, Michael Jackson. É, as coisas que acontecem em nome da fama!

Antes de Madona chegar ao morro, no entanto, várias reuniões tiveram lugar na sede da FAETEC com representantes de todos os grupos incluídos no dia para homenagear Zumbi e comemorar o aniversário da UPP.

Nessas reuniões, as questões debatidas passaram sempre pelo objetivo de mobilizar a população do Santa na participação do evento. Convidaram a aluna estilista e moradora da favela, estudante da Universidade da Cidade, Fernanda Louroza, o grupo de costureiras e as alunas do curso técnico de costura da FAETEC que surpreendentemente não moravam na

favela e vinham de vários bairros próximos da cidade. Ao perguntar para a coordenadora de moda, Fabiana Lata qual era a opinião para tal comportamento, a resposta foi: os moradores daqui não querem nem estudar nem trabalhar.

Releases foram enviados para vários meios de comunicação e a expectativa de que comparecessem para registrar o evento era grande. Após um ano de pacificação, os moradores do Rio de Janeiro pareciam querer saber o que estava acontecendo na cidade e a comunidade planejava mostrar que existia em harmonia além de violência.

E chegou o grande dia. Horas intensas, de preparações infinitas. Barracas foram montadas na praça para oficinas e exposições de artesanato, venda de salgados e doces. As modelos maquiavam-se e trançavam os cabelos, patrocinadas pela NATURA. As roupas estavam passadas e organizadas para o desfile. Eis que, assim sem mais nem menos, chega a notícia: Madona vem nos visitar e está chegando. E o evento começou a acabar ali.

#### 1.3.8. Linguagem da moda e da fama

Comunicar é por si só um ato simbólico, código lingüístico verbal ou visual, sem sua utilização não há troca de informações. Eis aí o primeiro símbolo cultural, construto básico da identidade: a língua. Linguagem e processo de comunicação, portanto, coexistem no mesmo espaço. Não há comunicação sem identidade assim como não é possível falar em identidade sem previamente estabelecer comunicação entre seus pares.

No início dos anos 80 quando novas mídias apenas começavam a pipocar, um filme americano fez grande sucesso nas telas de cinema ao redor do mundo. Fama contava a história de uma turma de jovens bailarinos, músicos e atores começando a carreira em uma Escola de Artes, sonhando com um futuro brilhante. No início do século XXI a história foi refilmada e um novo filme Sob a luz da fama, também narra o cotidiano de um grupo de alunos de balé e a temática, repete-se: como tornar-se famoso no mundo contemporâneo através de um viés artístico. Por que alcançar parece ser tão relevante na sociedade que alguns designaram por pós-moderna? Talvez porque em uma sociedade onde tudo termina tão rápido como começou, “preciso provar que eu existo, que eu existo, que eu existo...” como canta o ídolo da música popular brasileira, Roberto Carlos.

Na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, a Professora. Nízia Villaça, debruça-se sobre o assunto no projeto de pesquisa: “Os novos heróis do contemporâneo: entre o anonimato e a fama”, refletindo sobre a cultura da “*performance*” na dinâmica identidade/diferença dinamizada pelas práticas do marketing cultural. E levanta a

questão: propiciaria, efetivamente, um desenvolvimento individual e comunitário, buscar a fama e os ganhos financeiros que dela advém, através de um viés puramente cultural?

O encontro da máquina com o homem no século XVIII transformou a relação entre comunicação/identidade quando novos símbolos permitiram a criação da linguagem tecnológica. Novas mídias possibilitaram diversas formas de mediações entre o indivíduo e o mundo, parecendo ser a mudança de paradigma que tantos esperavam. Entretanto, quebrar pressupõe ultrapassar a problemática da identidade. No universo contemporâneo transbordante de meios de comunicação e grande volume de informações, as palavras acabaram por perder os significados. Não nos reconhecemos mais pelos símbolos da linguagem e já não podemos mais falar de identidade, não por tê-la excedido, mas por tentar extingui-la, fortalecendo contradições e gerando resultados paradoxais.

Nas favelas cariocas, o uso do termo comunidade ganha adeptos a cada dia. Com certeza, a favela é uma comunidade: local onde vivem indivíduos agremiados formando um grupo social. Mas deixou de ser favela, conjunto de habitações miseráveis, geralmente em morros onde habita gente pobre?

O uso da palavra comunidade pacificada parece indicar modificação na realidade quando o que houve foi troca de palavras. Significados diferentes pretendem indicar a mesma realidade, perdem-se as referências simbólicas causando dúvida no processo da comunicação. Ganham as instituições públicas e privadas, nacionais e internacionais que encobrem a realidade concreta, utilizando um discurso de referencial democrático passível de mascarar os símbolos linguísticos e “dominar” o mercado.

E, chegamos a ele, ao grande denominador comum da humanidade: o capital, que no caso da comunicação, na união de seus meios à economia, produção e consumo, Adorno classificou como indústria cultural. E se é indústria sublinha produção, consumo e lucro. Poderia ser a fama um sintoma da indústria?

Por que na Santa Marta no dia do evento cultural local todos os atores envolvidos na produção e execução das atrações e performances, largaram tudo para trás como se não houvesse ali importância alguma? Jornalistas e políticos nem ao menos consideraram a possibilidade de após Madona ter deixado o local, permanecerem na favela para prestigiar a comunidade. O objetivo havia sido atingido. A visibilidade que buscavam seria alcançada de forma ainda mais triunfal. Afinal Madona vende muito mais jornal e dá muito mais audiência do que grupos culturais da favela. Madona é famosa e a fama tem estreita relação com o

consumo. Em última instância, o que busca incessantemente uma sociedade com ênfase no consumo? O que está além da fama? É possível separar o capital da expressão cultural?

Paralelo ao quadro econômico e político, os sentimentos e emoções humanos permanecem. A razão e a emoção coexistem e certos apenas da morte, os seres humanos ainda procuram um “milagre” para resolver problemas individuais e coletivos. A vaidade, o desejo de viver eternamente e a capacidade de sonhar apropriados pelo mercado tornam-se mercadorias no mundo contemporâneo.

A visibilidade da moda cresce no cenário contemporâneo ao mesmo tempo em que as novas tecnologias expandem o processo de comunicação. O que seria da moda, como a entendemos hoje, se não fossem os meios de comunicação? Todo um campo da indústria da comunicação é estreitamente ligado à moda. Estão nas bancas inúmeras publicações voltadas a vários segmentos etários e de classes sociais femininos que comprovam a afirmação. mais: blogs e sites na internet completam o panorama. Isso sem nem ao menos considerar figurinos de filmes e novelas nacionais e estrangeiros.

A moda do ano só aparece quando os sufrágios de certa clientela e da imprensa tiverem convergido para um tipo de modelo. (LIPOVETSKY, 1989, 97), ou seja, quando celebridades (indústria da fama), comunicação e moda-arte (indústria cultural) chegam a um acordo com a indústria da produção da moda na escolha da matéria prima, na maioria das vezes seguindo determinações do mercado financeiro (preço do algodão, dos corantes, da seda etc.) e disponibilidade de mão de obra. A fama seria mais um galho na árvore da vida do capital e da a crise de uma sociedade que não consegue mais satisfazer a si própria.

O conjunto da moda e o conjunto da comunicação pertencem ao conjunto das relações sociais e são da ordem da razão e da emoção humanas que parecem ter alcançado no século XXI o ponto de saturação.<sup>11</sup> Tudo parece indicar, como previu Karl Marx no século XIX, que o sistema capitalista englobou todos os campos da vida social e está alcançando o ponto de saturação. Que sociedade emergirá nesse momento de transformação? A comunicação e a moda podem nos ajudar a construir a resposta.

As narrativas midiáticas estariam se utilizando do espetáculo e do glamour que o acompanham e ao possibilitar que a cultura da periferia torne-se visível de forma massiva ao mesmo tempo estariam reforçando preconceitos sociais, sendo, portanto, como afirma Raquel Paiva, um dos principais cenários do debate contemporâneo. Produzem sentidos de grande

---

<sup>11</sup> Ponto no qual uma solução não pode dissolver mais quantidade da substância presente na experiência. Os montantes adicionais farão surgir um precipitado e se a alteração das condições significarem que a concentração maior que o ponto de saturação, a solução se torna super saturada.

parte das práticas culturais, determinam a dinâmica de inclusão e exclusão entre a cidade e os espaços periféricos, preservam estereótipos sociais e colaboram para manter a ordem social e o sistema de desigualdades.

### 1.3.9. Colcha de retalhos

No planejamento para o ano de 2012 em parceria com a ONG ARCI, o “Costurando Ideais” tentou traçar um novo rumo. Optaram por aulas de bordado e modelagem, necessidades do grupo de mulheres da comunidade, agora já um pouco maior. Os profissionais escolhidos para ministrar os cursos foram indicações do próprio grupo, pessoas integradas à vida da comunidade, consideradas pelo grupo como capazes de se integrar e, portanto construir uma ponte de comunicação entre os envolvidos no processo.

Envolvida com aulas e leituras no segundo semestre do mestrado, só estive em duas aulas. Ao ser convidada para o evento final de encerramento das oficinas, observei o trabalho realizado, uma colcha de retalhos bordada em conjunto pelas alunas. Na apresentação do trabalho final aos convidados, ouvi diversas referências a mim, ao meu gosto, ao que penso da moda. Diversas vezes apontaram quadrados da colcha dizendo: essa é você, esse é aquele escritor que você nos contou as histórias, esse aquele professor que você gosta. O escritor José Saramago e o professor Paulo Freire talvez concordassem comigo quando afirmo que é possível através da pesquisa e da observação, propor novos caminhos para a construção de bases sólidas em uma sociedade integrada entre a cidade e os espaços periféricos pelo viés da participação do cientista no objeto de pesquisa.

Entretanto, aos olhos da observadora, esta separação nunca fica muito clara, ou nunca se torna algo mais do que o subproduto de uma atividade muito mais misturada, uma construção de laboratório. Seus informantes acreditam ter acesso à natureza, mas a etnógrafa percebe que este acesso é restrito a uma visão, a uma representação da natureza. Esta tribo, assim como a precedente, projeta sobre a natureza suas categorias sociais, mas, fato inusitado, acredita não tê-lo feito. Quando a etnóloga explica a seus informantes que eles não podem separar a natureza da representação social que dão a ela, estes ficam chocados ou não a compreendem. Nossa etnóloga vê nessa ira e nessa incompreensão a própria prova de sua obsessão moderna. O monismo no qual ela vive agora- os humanos encontram-se misturados para sempre aos não humanos- é intolerável para eles. Nossa etnóloga irá concluir que, por razões sociais, esta cultura precisa de uma atitude dualista. Entretanto, ambas as conclusões estão erradas (..)(LATOUR,2011 101)

E se o princípio da simetria generalizada ocupasse uma posição intermediária entre os terrenos tradicionais e os novos, suspendendo afirmações daquilo que distingue uns dos

outros? Perde-se a ligação exclusiva com as dimensões culturais, mas se ganha às naturezas e as duas posições podem ser superpostas simplificando a questão do relativismo. “Aquilo que a razão complica, as redes explicam.” (LATOURE, 2011, 102)

#### 1.3.10. Favela, o local aonde a modernidade não chegou

Embriagado com os novos ventos do mercantilismo e descobertas de novas terras, o britânico Thomas More, imaginou uma sociedade perfeita e, desde então, o termo utopia sofreu significativas alterações até chegar à contemporaneidade com a marca indelével do impossível, improvável em alto grau e até mesmo ingênuo.

À monarquia burguesa de Luis Filipe só poderia seguir a república burguesa, isto é, ao passo que, em nome do rei, o governo foi exercido por uma parcela restrita da burguesia, em nome do povo, a totalidade da burguesia passaria a governar. As exigências do proletariado parisiense eram “baboseiras utópicas” que deveriam ser detidas. (MARX: 2011, 34)

Interessante observação. Os ideais de igualdade, fraternidade e liberdade defendidos com unhas e dentes pela burguesia apoiadas pela força e número da classe trabalhadora durante a Revolução Francesa com o objetivo de destruição da monarquia passam a significar “*baboseiras utópicas*” ao serem reivindicadas pelo mesmo proletariado na hora da cobrança de exigências sociais. Essa inversão de significados (o que era justo passa a ser injusto) acompanhou a sociedade capitalista.

A resposta do proletariado parisiense a essa declaração da Assembleia Nacional Constituinte foi a Insurreição de Junho, o mais colossal acontecimento na história das guerras civis europeias. A república burguesa triunfou. Ela teve o apoio da aristocracia financeira, da burguesia industrial, da classe média, dos pequenos burgueses, do exercito, do lumpemproletariado organizado como guarda móvel, das capacidades intelectuais, dos padrecos e da população do campo. Do lado do proletariado parisiense não havia ninguém além dele mesmo. Mais de 3 mil insurgentes foram trucidados após a vitória, 15 mil foram deportados sem julgamento. (MARX: 2011, 34)

E o que era o sonho de uma sociedade solidária e da vida em comunidade descrita por More com o nome de Utopia, torna-se “uma bobagem”, ingenuidade próxima de pura burrice dos que negam a realidade da sociedade construída inicialmente a partir dos ideais iluministas da revolução na França e seguida pelas inovações tecnológicas da Revolução Industrial na Inglaterra.

A sociedade é salva sempre que o círculo dos seus dominadores se estreita, sempre que um interesse mais exclusivo é imposto a um mais amplo. Toda e qualquer reivindicação da mais elementar reforma financeira burguesa, do mais trivial liberalismo, do mais formal republicanismo, da mais banal

democracia é punida como “atentado contra a sociedade” e estigmatizada como “socialismo”. (MARX: 2011,37)

O significado da palavra utopia em termos coloquiais, determina: projeto irrealizável, quimera. Assim, os ideais da humanidade por uma sociedade solidária foram jogados na sombra e o que seria a busca do real com base na vida comunitária transformaram-se no que jamais poderia ser alcançado. Foi então que o real se transformou em fantasia e a fantasia transmutou-se em real; “O fruto lhe caiu no colo, mas caiu da árvore do conhecimento e não da árvore da vida.” (MARX: 2011,41)

#### 1.3.11. Da prática comunitária da Idade Média

Os conceitos de comunidade assumem significados diversos ao permear as diferentes áreas do conhecimento. O termo comunidade tem origem no latim “*communitate*” e pode ser entendida, em seu sentido coloquial como o conjunto de seres vivos inter- relacionados que habitam o mesmo lugar.

A vida na favela Santa Marta assemelha-se a um feudo medieval. Não fica claro para seus habitantes quais são os limites públicos e como se separam dos privados. O poder público não está presente de forma consistente. A pacificação dos morros no Rio de Janeiro prevê justamente uma reforma na urbanização. O que se defende é levar a estas localidades, serviços e políticas essenciais para qualquer população.

Crianças e jovens habituados ao confinamento aos espaços do morro, não costumam frequentar parques, cinemas ou praias da cidade. E não contam com locais adequados para brincar ou estudar dentro das favelas. A dos adultos existe fora do morro quando saem para trabalhar, diversas vezes como porteiros, garçons, empregadas domésticas, motoristas e vendedoras de lojas. Quase como a classe trabalhadora dos feudos, servindo os senhores dentro de seus castelos.

Na sociedade feudal, a vida apresentava-se em um modelo de comunidade, mesmo que estratificada em classes sociais rígidas (rei, clero, nobreza e camponeses) em um feudo no qual indivíduos dividiam espaço, trabalho, moradia etc. É também verdade que existiam aspectos da sociedade da escuridão que não mais podiam se sustentar quando moradores de feudos distintos começaram a trocar experiências, produtos, modos e formas sociais ao viajarem para as primeiras feiras de trocas, os burgos, que iniciaram o processo de construção de um centro urbano. Os burgos, além de propiciarem as primeiras formas de comércio, abriram também as portas para o intercâmbio entre indivíduos que não mais totalmente

trancafiados em guetos, encontraram-se e passaram a trocar informações sobre vários tópicos: clima, línguas, costumes, construções, práticas sociais, tipos de agricultura etc.

Era o que hoje denominamos por o início da era moderna e que talvez possa ser compreendido como um processo também educativo pragmático na medida em que, o intercâmbio cultural que acontecia nos burgos dividiu o espaço palmo a palmo com a nova forma econômica que se estabelecia: o capitalismo. Ao trocarem informações sobre a vida nos diferentes feudos estabeleceram comunicação, ou seja, compartilharam modos, formas e visões de vida.

O ponto de partida será o final da Idade Média. Aí encontramos o indivíduo enquadrado em solidariedades coletivas, feudais e comunitárias, no interior de um sistema que funciona mais ou menos assim: as solidariedades da comunidade senhorial, as solidariedades entre linhagens, os vínculos de vassalagem encerram o indivíduo a uma família (...) ( CHARTIER, 2011, 9)

Entretanto, assim que indivíduos passam a coexistir em um mesmo espaço, instalam-se complexas relações interpessoais. O espaço de que falamos não é somente físico e sim uma ação conjunta entre a razão e a emoção próprias de seres humanos e viver em comunidade significa dividir ao mesmo tempo áreas públicas e privadas. Portanto, “comunidade designa aqui, na verdade, um tipo específico de relação intersubjetiva, que pode acontecer no interior da sociedade individualista moderna, de maneira velada ou esporádica em determinados territórios, ou então de modo mais forte onde seja maior a estratificação social.” (SODRÉ, 2002, 195).

E que maior estratificação social pode ser encontrada do que na sociedade das megalópoles contemporâneas, principalmente, dentro de uma favela. Na comunidade Santa Marta, por exemplo, esta estratificação pode ser claramente percebida, não há véus a esconder rostos. Existem casas excelentes, ótimas, boas, ruins e muito ruins lado a lado nas estações onde chega o plano inclinado inaugurado em 2008, poucos meses antes da pacificação. Em nenhum outro bairro da cidade do Rio de Janeiro, as classes estão tão claramente definidas.

No entanto, existe na favela, por parte de algumas lideranças entre os próprios habitantes, o desejo de definir e agir em união, a procura pelo que Raquel Paiva chamou de “espírito comum” e procuram encontrar, em comunidade, suas próprias soluções para as dificuldades cotidianas relacionadas a saneamento básico, urbanização, saúde e educação. Parece ter havido entre estes habitantes das áreas periféricas, a desistência de esperar indefinidamente por uma “salvação” política que nunca chega e colocar “as mãos na massa”.

Assim, surgem novos projetos de moradores que após terem passado a vida na favela enquanto estudavam com bolsas de estudo ou nos parques colégios públicos da região, conseguiram concluir também a graduação em universidades privadas e públicas. Jornalistas, guias de turismo, produtores culturais, estilistas e engenheiros dentre outras várias formações não deixam seus lugares de origem. Acreditam na vida em comunidade de sua infância quando não havia ainda a instalação do poder do narcotráfico e, mesmo com obstáculos, famílias se fortaleciam ao trabalhar juntas e durante a noite na construção de suas casas durante a ocupação do morro.

Alguns me contaram estas histórias e indagaram: “será que é possível tentar retornar ao espírito comunitário daqueles tempos?” Quando perguntei o que seria na concepção deles uma comunidade recebi uma resposta única: solidariedade. E o que é solidariedade? “Colaborar com o vizinho, se tem alguém precisando de alguma coisa, a gente tenta ajudar, se alguém se sente mal damos um jeito de transportar para um hospital.”

Mas quando confrontados com a pergunta: existe espírito solidário no trabalho? Só recebi não como resposta. Na hora de buscar o sustento de sua família sentem-se sozinhos, dizem que querem trabalhar em grupo, mas que o “outro” não sabe. Humanos, demasiadamente humanos, como diria Nietzsche.

A favela guarda duras lembranças e tristes narrativas, herança do período de ditadura do narcotráfico no morro durante 30 anos. Dona Ina, moradora do Santa durante quarenta anos afirmou: “se algum jornalista vem perguntar o que acho dos tempos do tráfico e da UPP digo que não sei de nada, ninguém vai falar. Lembro muito bem do que acontecia com quem falava e além do mais não acredito que essa UPP vai ficar por muito tempo. Assim que a Copa acabar eles vão embora e nós ficamos. Está tudo muito calmo agora mas e depois?”

Quase o pensamento dos graduados em turismo, comunicação ou engenharia e ainda favelados com orgulho. Entretanto para estes é preciso aproveitar o momento da pacificação e trânsito de tantos personagens nacionais e internacionais que passaram a visitar a favela neste “novo projeto do governo federal e da prefeitura”. Pretendem criar suas ONGs e instituições, redigir projetos que de fato beneficiem a favela e seus moradores, seus familiares e amigos. Citam algumas vezes a expressiva quantidade de projetos de órgãos públicos e privados e a quantidade de ONGs que afirmavam possuir trabalhos na comunidade sem nem ao menos ter pisado na favela. Decepcionados e cansados das promessas não cumpridas sonham em realizar, em colocar em prática no lugar em que nasceram os conhecimentos adquiridos nas nobres instituições que frequentaram.

### 1.3.12. Sem sombras na saída da caverna

Em curso, uma experiência americana de grupamentos voluntários que valorizam a administração autônoma demonstra resultados positivos. Avançam nas áreas abandonadas pelo Estado de forma a criar cozinhas públicas, coleta de lixo, serviços de creche desde que o governo Clinton começou a investir em campanhas de voluntariado para diminuir o número de excluídos, particularmente, os jovens vivendo na pobreza e expostos ao crime e a droga. (PAIVA, 2003, 129)

Ao assumir a postura de que os problemas sociais podem encontrar soluções a partir da sociedade civil, em grupos de voluntariado que doam não apenas recursos financeiros e também tempo e conhecimento acadêmico e técnico em diversos setores da sociedade, a sociedade americana parece ter nos legado além da sociedade predadora de consumo, a ponta de um caminho ao encontro da inclusão social. São várias as experiências bem sucedidas mesmo que recentes e ainda cedo para serem analisadas em profundidade. Levanta-se a voz da crítica ao clamar por maior participação do Estado nas iniciativas e ao chamar as iniciativas do voluntariado civil de meros “curativos”.

Ativista social desde o início dos anos 1990, socióloga formada pela Universidade de São Paulo (USP), Maria da Glória de Souza, Glorinha irmã do Betinho para uns, apenas Glorinha para os amigos do movimento de economia solidária, conta um pouco de suas ações desde os tempos do “Natal sem Fome”, campanha idealizada pelo irmão famoso e que acompanhou a partir do primeiro dia:

O Betinho tinha o dom da palavra, ele conseguia articular vários setores, convenciam todo mundo, tocava todos com seu entusiasmo. Ele idealizou o Brasil sem Fome e para começar, resolveu criar o Natal sem Fome. Nós decidimos arrecadar alimentos e dinheiro e para conseguir os recursos financeiros, decidimos criar desfiles de moda, vender ingressos, divulgar grupos das favelas, mostrar a realidade destas pessoas. (Glorinha, entrevista, 2013)

O binômio moda e política é uma dobradinha usada desde os tempos em que Maria Antonieta foi enviada da Áustria para a França com o intuito de sacramentar a aliança política.

Na verdade, mais ou menos como uma poupée de mode, ela deveria servir como um valioso objeto de troca entre duas nações, transcendendo rancores diplomáticos e fomentando a mútua cooperação e boa vontade. Mas a adoção do exuberante vestuário das bonecas teve também outras implicações. A transformação de Maria Antonieta em uma boneca viva, que respirava, permitiu-lhe participar ativamente da mágica das transformações operadas pelo vestuário e, ao mesmo tempo, sujeitou-a, no sentido mais literal possível, aos padrões exigentes de seus futuros compatriotas. (WEBER, 2006, 23).

As “*poupée de mode*” eram bonecas utilizadas pelas modistas para mostrar aos reis e nobres o resultado dos modelos realizados nos tecidos na Paris já então considerada como o berço dos modelos no vestuário da Europa. Maria Antonieta, rainha da França e modelo viva das cortes. Moldada e modelada pelos franceses de forma a ser aceita pelo povo com sua rainha mesmo ao vir da Áustria.

Assim, a menina de treze anos, aprendeu com os políticos como a aparência era relevante nas malhas do poder. O enviado pelo governo francês para checar a constituição física e vestuário da arquiduquesa austríaca modificou roupas, dentes, cabelo para adequá-la aos rígidos padrões da corte francesa. A partir daí, Maria Antonieta honrou o ensinamento e fez da moda sua grande aliada durante os anos do governo de seu marido, Luís XVI ao cultivar uma imagem de poder através do que vestia: tornou-se copiada, invejada, admirada, amada e odiada por seus súditos e pelos nobres da corte. Era o modelo vivo. E a moda teve seu início justamente no encontro das roupas com a política e as celebridades, poderíamos até mesmo dizer: roupas, política e imagens da comunicação.

A socióloga acredita no caminho da moda dentro das favelas e demais áreas periféricas no alcance do objetivo maior desde os tempos do Natal sem Fome; um país justo a partir da geração do trabalho e da renda. Acrescenta a reflexão sobre a cultura artesanal do Brasil, nestas localidades é grande o contingente de pessoas que trabalham com as mãos. Defende um espaço de formação e comercialização nos moldes da economia solidária, em uma forma não capitalista de produção, no trabalho em cooperativas e associações de forma a alcançar o preço justo. Cita também os vários desfiles realizados enquanto trabalha com o grupo de costureiras da favela Tavares Bastos no Catete no mesmo modelo, mais tarde utilizado pelo SEBRAE (sem que tenha sido sugestão de Betinho ou Glorinha).

O Natal sem Fome cresceu, o Comitê da Ação da Cidadania também. O Brasil sem Fome foi adotado pelo governo federal quando Luís Inácio da Silva chegou ao poder e inaugurou o programa Fome Zero. Mas e a moda?

O camelô de importados é mais valorizado do que o artesão aqui no Rio. Eles tem um espaço para trabalhar no Centro da cidade, os Nordestinos tem o Pavilhão de São Cristovão. E os artesãos?” Não estou falando da moda das grandes marcas porque elas tem os shoppings para trabalhar, falo de um espaço para a moda da economia solidária.” (Maria da Glória, entrevista, 2013)

O que busca é um novo molde para a moda, uma fuga do modelo puramente industrial e calcado nas inovações do mercado e na utilização das celebridades como porta voz. Ao sonhar com um espaço permanente, fechado, no qual artesãos, costureiras, modelistas e

estilistas possam trabalhar na criação de uma moda verdadeiramente sustentável, que não leve apenas no nome e na etiqueta a alcunha de economia criativa.

O diferencial está no nosso artesanato, nas rendas e fuxicos, nos bordados e no uso de cores. A indústria da moda já perdeu seu encanto, é muita exploração, está tudo muito igual, no mundo todo as pessoas vestem as mesmas roupas produzidas com o trabalho mal remunerado. A mesma fábrica na China que produz as peças originais para as grandes marcas produz também as melhores cópias para o mercado informal. (Maria da Glória, 2013, entrevista)

Nas favelas cariocas novos modelos de projetos sociais encontram-se em vias de serem testados e em relação às costureiras e artesãos que vivem e trabalham na favela-comunidade, as cooperativas de trabalho segundo as propostas do movimento trabalhista de economia solidária surgem como a possível solução.

A Diretora de Economia Solidária na Secretaria de Desenvolvimento Econômico no Rio de Janeiro, Rosemary Gomes, crê em uma rede de produtores fortalecidos dentro de seu território, melhor dizendo; confia no desenvolvimento local, na independência da população frente aos grandes conglomerados industriais e financeiros. “Cada artesão, costureira, agricultor, cozinheira trabalham com seus próprios produtos, fazem compras organizadas coletivamente, dividem o mesmo espaço de comercialização, trocam insumos quando possível”. Seria à partir do crescimento e fortalecimento de um território não capitalista somado a outra localidade que trabalhasse no mesmo esquema econômico,

Somado a outro e a outro e a outro, fortes localmente que poderíamos alcançar uma nova economia e tanto faz que ela se chame criativa ou solidária, o importante é que fortalecidos territorialmente formem redes produtivas competentes e prontas para enfrentar o mercado capitalista de consumo. (Rosemary Gomes, 2013, entrevista)

Opinião compartilhada pelo recém-empossado Secretário de Desenvolvimento Econômico, Vinicius Assumpção. Mas como ir ao encontro deste novo modelo? “Um novo modelo de economia que privilegie o Desenvolvimento Sustentável, pressupõe um novo modelo de educação, mais engajada na sociedade. Um modelo que valorize novas habilidades e a formação de cidadãos mais criativos e conscientes do impacto de suas ações no coletivo.”

Vinicius Assumpção, Rosemary Gomes e a socióloga, Maria da Glória concordam com a professora de moda, Ruth Joffily e dividem a mesma fé na educação. Segundo Joffily “A moda não precisa de curso superior, mas necessita de conhecimento técnico. Nessa onda de só teoria das faculdades de moda, estamos caminhando por uma estrada árdua, teórica demais e isso não leva a lugar nenhum. Moda é prática e teoria.”

Ao concordar com este ponto de vista, pretendo aqui argumentar que a maior dificuldade por mim percebida no dia a dia de trabalho com costureiras e artesãos encontra-se nos poucos conhecimentos técnicos que possuem e que é entrave do sucesso mesmo face aos talentos encontrados nos grupos produtivos. Notem bem: não procuro defender uma educação tecnicista e sim uma educação entre arte e técnica, entre talento e mercado da indústria da moda.

A professora de moda e jornalista, Ruth Joffily, tem mais de 30 anos de experiência entre o jornalismo de moda e salas de aula de faculdades. Foi editora das revistas *Desfile* e *Desfile Coleções*, escreve para várias revistas voltadas a área, idealizou e coordenou a primeira pós-graduação em produção de moda e está convencida que a educação voltada para a prática e a teoria é a melhor estrada para a moda no Brasil.

Podemos ensinar história da moda e da arte em um curso mais técnico, não há necessidade, no entanto, de querer levar a moda por caminhos acadêmicos demais. Insiste no ponto para deixar claro que o objetivo não é criar “máquinas, sem pensamento próprio”, ao contrário é “dar conhecimento técnico para que possam ser independentes, deixar de funcionar como mão de obra que só unem pedaços de tecidos por costuras. Se a pessoa aprende a modelar e a costurar, aí sim é uma costureira. A modelagem é a arquitetura da roupa, se você não sabe modelar não sabe costurar. (JOFILLY, 2013, entrevista)

Quando pergunto como avalia hoje a mão de obra da indústria da moda no Brasil, responde que as estatísticas demonstram que a indústria da moda é o ganha pão de muitas mulheres no país, chefes de suas famílias e que é assim desde o início. Verdade. A história nos mostra que a costura é conhecimento passado de geração em geração para as mulheres da família.

Desde a Idade Média as mulheres aprenderam a tecer e costurar os fios das roupas que protegeriam maridos e filhos durante o período das estações. Do mesmo modo, criavam vestidos para festas e celebrações, tingiam, teciam, cortavam, bordavam, embelezavam. Levaram o conhecimento adquirido dentro de suas casas para as feiras e das feiras para as lojas e das lojas para os shoppings e fábricas sem raramente ter a possibilidade de profissionalizar-se. Tornaram-se, desta forma, reféns de seu ofício.

Joffily acredita que um projeto de educação voltado para a realidade das mulheres das favelas cariocas é muito necessário neste momento de inclusão social.

É preciso respeitar as características locais, o território, e aí sim, poderia nascer um estilo local. Além de dar emprego para as pessoas, o estilo também dá a voz e a voz também pode ser verbalizada através do estilo das roupas. Mas não é chegar lá e impor um estilo de cima para baixo, não é fazer uma lavagem cerebral, é respeitar o local. (JOFILLY, 2013, entrevista)

Estilo iguala-se assim a identidade. Parece que cheguei ao ponto de partida do círculo da comunicação e da moda: identidade, território, educação, inclusão social. Não há mágica no caminho. É preciso trabalho árduo e só a educação pode transformar. No entanto, parece ter chegado também, a hora do confronto com a realidade. A dura e concreta realidade das favelas e demais áreas periféricas da cidade do Rio de Janeiro nos mostram o que já sabemos e o que ainda não praticamos; a porta de entrada para uma sociedade justa e digna é o conhecimento praticado. Como diz o Mestre Muniz em suas aulas na ECO: “Conhecimento que não serve para nada, é conhecimento morto.”

### 1.3.13. Por uma nova teoria da comunicação

O que nos leva para concluir, recordar uma vez mais as alusões ao livro e filme Jogos Vorazes. Após o sorteio dos competidores, os meninos e meninas são levados a Capital, núcleo dos distritos. São apresentados a uma sociedade rica, são lavados, penteados e vestidos com roupas luxuosas, comem as mais finas iguarias; são apresentados ao prêmio que aguarda o vencedor. Para isso, precisam passar todas as provas de força, agilidade e esperteza e são julgados pelos espectadores que decidem se eles podem ser ajudados ou não durante as provas pelas quais passam e que muitas vezes significam a morte. Os que vem dos distritos mais desenvolvidos foram treinados para a competição e os habitantes dos mais pobres contam somente com sua experiência prática na luta cotidiana pela manutenção da vida. Julgados pela opinião pública, orquestrados pela mídia nos jogos vorazes entre a comunicação e a moda.

Uma nova teoria da comunicação que se proponha a estudar os símbolos que nos representam e nos constituem, a partir de pesquisas sobre a comunicação e sua relação com os símbolos da moda, “roubados do espírito do tempo” e transformados em mercadoria, com a “ajuda” dos meios de comunicação, sua porta voz; pode nos levar em direção a esse novo modo de fazer política e educação.

Algumas universidades já possuem grupos de graduados, mestres e doutores a realizar pesquisas e propostas de forma a colaborar com este modelo de cooperativismo. “No Brasil, um exemplo de cooperativa a ser citado é a experiência que vem sendo feita por um instituto da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Trata-se da COOPE, Coordenação dos Programas de Pós-Graduação de Engenharia da UFRJ, (...)” (PAIVA, 2003, 132)

Propor uma nova teoria da comunicação significa buscar uma alternativa para o rígido modelo atual. O Fórum de Mídias Alternativas debate a “necessidade de construir espaços de confluência como única saída para enfrentar o poder e avançar nos processos de troca.”

(VINELLI, 2004, 124) Defende a realização de denúncias testemunhadas como método para construir uma ação positiva em um plano de ação organizado. Apela para um jornalismo alternativo.

E o que seria um jornalista alternativo? Talvez, um jornalista militante que siga a lógica política e afaste-se continuamente da lógica do mercado. Próprio da era globalizada busca mostrar ao mundo, as lutas travadas em lugares escondidos da mídia oficial. Um jornalista alternativo para construir uma nova comunicação usa a notícia como meio de articulação, uma luta para inspirar outras lutas. Objetiva gerar solidariedade e trata o fato como elemento para a construção de contra-hegemonia. “Um jornalista militante é um cronista de ações e construções multi culturais. É um jornalista-poeta (uma poesia carregada de futuro) que excita a imaginação.” (VINELLI, 2004, 108)

Portanto, ao inspirar-me em grupos universitários e em um jornalismo comunitário, pretendo divulgar conquistas e problemas das favelas no Rio de Janeiro. Minha meta é fazer desta dissertação, um instrumento político. Portanto, para denunciar a falta de visibilidade e igualdade de oportunidades de espaços na mídia para projetos solidários tanto de moradores como voluntários, apresento nas próximas páginas, as narrativas de alguns personagens da favela Santa Marta.

Não apenas uma prática voltada para o liberalismo puro e simples e sim como Paulo Freire defendia: “valorizar a tomada de consciência das condições sociais”.

Um novo caminho talvez possa ser encontrado, como sustenta Raquel Paiva, nas vias de uma comunidade gerativa. Um projeto de vinculação identitária, educacional e, principalmente, quando assume o estatuto de uma proposta a ser engendrada pela área específica da comunicação. ([www.labcom.ubi.pt](http://www.labcom.ubi.pt))

Comunidade gerativa é política. Ações práticas do cotidiano e da localidade. Envolve uma nova forma de atuação dos meios de comunicação e reformulação do modelo de produção de notícias e dos profissionais. Novas linhas e cores na modelagem comunicacional.

## **2. COSTURANDO O DONA MARTA AO SANTA MARTA AO SANTA**

A favela está localizada em Botafogo em um morro conhecido como Dona Marta. Seus primeiros ocupantes eram famílias contratadas para trabalhar na ampliação da igreja do Colégio Santo Inácio ou agricultores que migraram para o Rio, originários do Vale do Paraíba após a crise do Café de 1929.

O acesso principal é pela Rua Marechal Francisco de Moura, 234. Em 2008, recebeu o Programa Estadual de Urbanização e o Favela Bairro. E no final do mesmo ano, a primeira Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) da cidade. Em relação às outras favelas do Rio de Janeiro é uma das menores, um pouco menos de cinco mil moradores.

Há duas versões quanto ao seu nascimento segundo os moradores. Alguns afirmavam terem os primeiros habitantes se instalado no pico do morro, outros, ao contrário, sustentam com vigor, que sua origem se deu, em sua base, aos pés do morro, quase na rua. De qualquer forma, o assentamento se aproveitou da pouca visibilidade. Cresceu de maneira desigual e a maioria alega morar na favela devido à proximidade ao local de trabalho.

Na década de 1980, o poder do narcotráfico ficou evidente nos morros cariocas. O comércio da cocaína penetrou nas favelas, esquecidas pelo poder público. Os traficantes sentiam-se seguros fora do alcance policial. Santa Marta era a localização ideal para a comercialização da droga. O morro teve diversos “donos” e seu criminoso mais famoso é, sem dúvida, Márcio Amaro de Oliveira, o Marcinho VP.

### **2.1 O MORRO DONA MARTA**

Encravado na Zona Sul do Rio de Janeiro em região nobre da cidade, a favela de alta concentração populacional nos toma de assalto. O lixo está espalhado por toda parte, é difícil saber onde termina o caminho e começa a entrada de uma moradia. Animais soltos e crianças sozinhas, este é o cenário. Quanto maior a aproximação do ponto mais alto, maior concretude da miséria. Também verdade é que o morro não se apresenta assim, sem exceções. Na parte mais baixa e próxima da rua existem casas espaçosas, construídas de forma mais adequada. Pela primeira vez a palavra dignidade me encontra no morro Dona Marta.

A segunda é como se apresenta a violência e o silêncio, porque na primeira vez em que visitei o morro não havia a Unidade de Polícia Pacificadora. Em 2006, o narcotráfico

dominava a favela e para entrar no morro era preciso estar acompanhado de um morador. Sonia Maria de Oliveira, bordadeira do “Costurando Ideais” me encontrou na Praça Corumbá.

A praça é o marco “distanciador” entre favela e asfalto na Rua São Clemente, rua esta que abriga colégios da classe mais abastada do Rio de Janeiro. O Colégio Santo Inácio dos padres jesuítas e o Colégio Corcovado, escola alemã. Nestes colégios, as crianças e adolescentes chegam de carro, algumas vezes conduzidos por seus motoristas e babás. A Praça Corumbá está localizada entre os dois colégios. A população estudantil da favela passa todos os dias para chegar a suas escolas públicas, localizadas no mesmo bairro, exatamente na porta do Santo Inácio ou do Corcovado.

Depois da subida para a Rua Marechal Francisco de Moura reinava o poder do narcotráfico e a área era permitida somente aos moradores ou forçada pela polícia civil e militar. Equivale a dizer que os moradores da favela conhecem o asfalto e que os habitantes das áreas urbanas da cidade, ao contrário, não tem uma noção próxima a realidade concreta do morro e seus habitantes, presentes apenas no imaginário coletivo da população carioca.

Esperava encontrar criminosos ostensivamente armados como assistia na televisão e lia nos jornais, no entanto, nada me preparou para olhar para a pobreza e a escuridão. Os criminosos estavam mesmo por ali e eram meninos vestidos com roupas de marcas famosas e armas escondidas debaixo dos casacos, seu olhar os denunciava. Parados a porta do bar e da padaria, vigiavam os policiais que davam plantão, de costas, no posto militar. Não vi aqueles garotos dos filmes com cordões de ouro pendurados no pescoço e sem camisa.

A entrada principal da subida para a favela inicia-se quando termina a escadaria, bem em frente ao prédio onde fica a sede da Igreja Católica no morro. No mesmo patamar ficavam um bar, uma sinuca, uma loja de games e internet, lugar preferido para o encontro de moradores.

Quem vira à esquerda e sobe mais um pouco, encontra a sede da Igreja Evangélica mais famosa, a do Pastor Valdeci. Mais a frente, outros dois bares que funcionam como a antiga venda das cidades do interior ou bairros afastados do centro. No mesmo “quarteirão” ficam a sede da Associação de Moradores e a ONG ECO, fundada e gerida por um notório jornalista e morador da favela, Itamar Santos.

As casas foram erguidas uma ao lado da outra, parede a parede, e com o material disponível pela família que iria ocupá-la. Assim, pode-se notar algumas casas construídas com cimento e tijolos e outras de papelão, vidros e restos de construção, em uma bricolagem criativa e ao mesmo tempo assustadora. No momento em que as vi, pensei: Como pode ser?

As pessoas ainda vivem de forma tão indigna em uma das cidades mais ricas do Brasil? As “ruas” são vielas e atalhos e, algumas vezes, nos descobrimos quase que na sala de alguém quando procurávamos a continuação da escada que subíamos.

É possível entrar na favela Santa Marta por três entradas: uma, pela escadaria principal, outra pela bifurcação à esquerda e ainda outra, pela estrada que liga Botafogo a Laranjeiras, onde se instalou a sede da Unidade de Polícia Pacificadora (UPP). Se pegarmos a entrada à esquerda na subida da Rua Marechal Francisco, encontraremos a única farmácia, mais bares, a quadra da Escola de Samba Mocidade Unida da Santa Marta e o cantão.

O cantão é uma área reformada após a entrada da UPP na favela, era por ali o QG do tráfico. Depois de mãos de tinta coloridas, o espaço está pronto para receber a visita dos turistas nacionais e estrangeiros incentivados pela indústria carioca de turismo. Esta irmanada à população favelada em busca de novidades e lucros. O local onde os criminosos se encontravam para combinar ações, vender seus produtos e fugir da polícia, concentra, após a ocupação militar, lojas e é também, ponto de encontro de festas e celebrações dos moradores.

O cantão abre ainda, duas escadarias; a da direita é caminho alternativo para a Associação dos Moradores neste labirinto de ruas e a outra sobe para o Cruzeiro. No caminho fica o bar da Tonha e do Assis, embalado a noites de forró nordestinas e frequentado pelo rapper Fiel. O funk e o forró em harmonia de sons nas noites santa martenses.

O Cruzeiro foi construído na década de 1990 por um criminoso ilustre da favela, Marcinho VP. Quem me contou isto, foi Maria Farias em uma das minhas visitas posteriores ao morro, após ter dado a pesquisa por encerrada. No mesmo dia percebi que uma pesquisa empírica realizada em universo tão amplo e rico de informações, não tem fim. Sempre que volto ao Santa conheço novas narrativas e personagens. Na ocasião, por exemplo, Maria me convidou para um café e contou: “Um dia estava aqui em casa com minha filha quando o Marcinho entrou, fugindo da polícia e avisou: vou ficar por aqui. Entrou e ficou alguns dias, até a polícia desistir de procurar.” Para Maria, não havia escolha. Quem mandava era Marcinho. “O Marcinho construiu o Cruzeiro porque gostava de rezar. Era como um cemitério para os meninos mortos no tráfico”.

Bem em frente ao Cruzeiro fica a casa de Maria de Lourdes de Jesus, uma das costureiras do grupo “Costurando Ideais”, intitula-se: “a fundadora mais antiga”. Todos na favela a conhecem por D. Lourdes e a maioria, embora a considerem, nas palavras de outra participante do grupo, “nervosa e briguenta”, reconhecem sua luta por melhorias na favela. Irmã de Maria, Antônia Farias, após vários conflitos com Dona Lourdes, causados por

desacordos na administração do grupo, afirma: “A Lourdes já sofreu muito. Tem muitas histórias tristes aqui, já brigou demais pela favela e deve ser por isso, que hoje está assim deste jeito descontrolado.”

Ainda recém-chegada, eu comecei a participar da mobilização para melhoria da comunidade. Começando pela campanha para eleição da posse da Associação dos Moradores, foi uma vitória e luta que durou mais de sete anos. (LOURDES, 2011, entrevista)

### 2.1.1. Mais um pouco do caminho

Do mesmo lado do morro, degrau após degrau, chegamos a oficina de Edilson Benedito. Ferreiro, artista plástico, dois casamentos e três filhos, Edilson é nordestino. Sempre envolvido em projetos sociais no Santa, tenta desenvolver um trabalho de educação com as crianças. Costuma reuni-las no cantão para sábados de leitura e desenhos. Possui uma biblioteca itinerante e nos dias em que fica por ali, vai de casa em casa para emprestar livros. Não satisfeito com esta atuação, veste-se de palhaço para atrair as atenções da criançada. Há nove anos desenvolve o projeto “Brincando como Criança” e realiza eventos em datas comemorativas; Dia das Crianças, das Mães, dos Pais, Natal.

Quero que as crianças aprendam a ser criança. Que brinquem, desenhem. Elas, aqui na favela, não tem o direito de brincar. Estavam sempre fumando, se drogando, brigando. Quero que elas gostem de ir a festas para se divertir, ganhar brinquedos, tomar refrigerante, comer bolo e cachorro quente. (BENEDITO, 2011, entrevista)

Assim, nos dias de festa, Edilson tenta por em movimento seu projeto e trazer as crianças para a infância. Incansavelmente, procura um patrocinador interessado em seu projeto de levar cultura e educação através dos livros, do circo e do teatro para seus “alunos”. Ainda não conseguiu e mantém a esperança: “Este dia vai chegar. Agora, em 2013, o projeto completa dez anos. Vou organizar um grande evento, quem sabe consigo chamar a atenção de algum empresário?”

O lado que parece abrigar os personagens ligados a interesses e projetos sociais na favela e onde residem Maria, Antonia, Maria de Lourdes e Benedito, guarda ainda mais duas casas e uma Igreja Evangélica. Sonia Maria de Oliveira e Jorge Crispim dizem presente.

A casa de Sonia está localizada no mesmo lado esquerdo do morro. Fica em um beco úmido e escuro, têm poucos cômodos e móveis. Sonia mora com os três filhos e um neto. Depois que o marido morreu, entrou para o “Costurando Ideais” e considera-se uma das fundadoras do grupo. Além do trabalho com a costura, é enfermeira no Posto de Saúde Padre

Velloso e participa de grupos de debate e de quantos projetos sociais para os quais a convidarem. Seu sonho é cursar a faculdade de Serviços Sociais que chegou a iniciar após ganhar uma bolsa, mas que não teve condições materiais e emocionais para dar prosseguimento. “Com três filhos para criar, não dá para ficar sonhando acordada.”. Com estas palavras, Sonia enterrou seus projetos pessoais.

Próxima a casa da costureira-enfermeira fica a de Jorge Crispim. Separado, seis filhos, Jorginho já foi entregador de jornal, mas o que gosta mesmo de fazer é pintar. Pintor de quadros e de paredes e de mãos cheias, os amigos são unânimes. Os donos dos bares e estabelecimentos comerciais o contratam para a confecção de faixas, letreiro e cartazes. Quase todos os letreiros e desenhos da favela possuem sua assinatura. Já frequentou durante alguns meses, o curso de artes do Parque Lage e acabou desistindo: “Não tinha dinheiro para a passagem nem o material, bateu um desânimo e desisti. Fico por aqui mesmo, pinto em casa.”

Recentemente, Jorge Crispim mudou de endereço na favela. Como sua casa estava bastante danificada, o pastor da Igreja do Nazareno da qual participa, o convidou para morar no prédio onde os cultos são realizados. O prédio fica próximo a oficina de Edilson, parceiro nos projetos sociais. Os dois artistas vão à mesma igreja e unidos na fé e na arte resolveram unir forças. Jorginho participa do projeto “Brincando como Criança” e ajuda Edilson nas festas. E o futuro, Crispim?

Quero trabalhar com as crianças e a arte. Quero que elas possam ser crianças. E se puder, um dia, quero ser pastor. Enquanto este dia não chega e vai chegar, voltei a entregar jornais. Com seis filhos para criar, não tinha outro jeito. (CRISPIM, 2011, entrevista)

As moradias e as narrativas se cruzam. Ao procurar descrever os espaços da favela Santa Marta vielas e becos passaram a ter nomes e memória. Unir prática a teoria pressupõe a intersecção entre corpo e alma. Cada casa abriga um morador, personagens com as quais dividi trabalho, sonhos, refeições, aulas e dúvidas. Ao olhar para a favela, vejo: o restaurante do Zequinha, o bar da Tonha e do Assis, o grupo ECO do Itamar, o salão do Carlinhos, a loja das irmãs louras, o bar do marido da Elisa, a igreja do Pastor Valdeci, a farmácia do Seu Eraldo, o trailer da Andréia e até mesmo a laje do Michael, o Jackson, ídolo pop do morro e do mundo.

### 2.1.2. Arquitetura do morro

Em 2008, após um período de obras e desapropriações de casas na favela, uma inauguração trouxe alguma facilidade de locomoção dentro do território para os moradores do Santa. O plano inclinado dividiu o morro em estações: a primeira, a do embarque, fica em frente ao prédio da Fundação de Apoio a Escola Técnica (FAETEC). Na segunda fica o Lajão Cultural do Thiago e Thande Firmino, em frente estava localizado o “Costurando Ideais” no primeiro andar de mais uma igreja evangélica, a do Pastor Reginaldo. Na terceira, o local mais famoso do morro, a laje transformada em atração turística, depois da passagem de Michael Jackson para a gravação do clipe “*They don’t care about us*” em 1996.

Foi Rosangela Bastos, educadora e fã do astro quem relatou: “Nós, do fã clube do Michael, queríamos deixar para os moradores, um marco da passagem dele pelo morro. Afinal, o que ele queria era chamar a atenção para a violência e a pobreza da favela. Queria que o mundo inteiro soubesse o que acontecia por ali e queria usar a imagem dele para isso.”

Por esta razão, o fã clube do cantor, “moveu céus e terra para conseguir reformar a laje”. Visitada por todos os turistas que passam pelo Santa, fica em cima do antigo Ambulatório de Saúde Dedé. Uma vez laboratório foi reconhecido como ponto de cultura pelo ministério responsável e é frequentado por crianças e adolescentes em aulas de música. Em uma das salas, funciona uma biblioteca infantil idealizada por D. Lourdes.

Na mesma estação está localizada a casa da Raimunda, a manicure encontrada pelo apresentador Luciano Huck nas ruas de Botafogo e que teve sua casa reformada pela equipe do programa Caldeirão do Huck no quadro Lar Doce Lar. Raimunda ganhou ainda do apresentador, um salão de cabeleireiro todo montado e equipado para que exercesse a profissão.

Quando a conheci, fazia parte do grupo de alunas do curso de corte e costura do “Costurando Ideais”. Durante as aulas demonstrou ser uma aluna aplicada; aprendeu modelagem básica e costura. Ágil e independente tornou-se a líder das alunas e enfrentou a velha guarda do grupo. Não era só nas oficinas de costura que Raimunda era aluna. cursava o último ano do ensino médio no Telecurso em ação na favela. Formou-se e ganhou de Luciano Huck uma bolsa de estudos para a universidade.

O salão não deu muito certo. As irmãs trabalhavam com ela e parecia que teriam tempo disponível em seus diversos afazeres para mantê-lo aberto todos os dias. A vida de Raimunda tomou outros rumos. Nas aulas de costura aprendeu a fazer serviços rápidos e conseguiu pedidos de uma marca de bolsas para prestar serviços na confecção de peças. Ela e as irmãs recebiam as partes de tecido já cortadas e as fechavam. Produziam, com facilidade, várias bolsas por dia e lucravam mais do que no salão.

Raimunda deixou o salão fechado, comprou cerveja para revender em um ponto no carnaval carioca, mais precisamente na Avenida Marques de Sapucaí. Adquiriu suas próprias máquinas de costura. Do grupo no qual foi aluna não quer nem ouvir falar. “Cansei de briga, deixa elas lá mandando nelas mesmas. D. Lourdes não bate bem, a Sônia só aparece para mandar e reclamar e a Antônia é uma explorada pelas duas.”

Ainda na terceira estação do “bondinho” fica a Arena, uma quadra poliesportiva abandonada. Quase ninguém aparece por lá depois da inauguração de uma mais nova ao lado do prédio da UPP na quinta estação. É no mesmo local que se faz a baldeação de bondes. O primeiro sobe até o terceiro nível onde é preciso trocar de vagão devido à inclinação do morro. Uma parada na quarta e chega-se ao pico da favela, local onde se encontram as moradias mais precárias, a capela de Santa Marta e a sede da UPP. Era ali também que ficava localizado o quartel general número dois do tráfico. A área em que treinavam tiros e se reuniam como exército é a outra entrada da favela.

Na quarta estação, utilizada por enquanto como local estratégico de vigilância dos policiais no morro, em um ponto bastante alto, fica a casa de Marcinho VP<sup>12</sup>. Quase igual a como era nos dias do reinado.

André Nascimento, morador do Santa e criador do “*paintball*” da favela, me levou até lá. André perguntou se gostaria de visitar um local que talvez pudesse ser utilizado para abrigar uma cooperativa de costureiras. Fomos e ao visitar a casa, percebi que era um pouco diferente das que conhecia no morro. Azulejos no banheiro e na cozinha, degraus para separar sala e quartos. Espaços amplos, chuveiro e banheira, um luxo. Um policial estava de plantão por lá: “este é o melhor ponto para vigiar entradas e saídas de quem passa pelo morro. Não é à toa que o Marcinho a escolheu.” Marcinho? Que Marcinho? “Marcinho VP, um dos donos do morro.”

---

<sup>12</sup> Foi o mais famoso dono do morro Santa Marta. Traficante, criado na favela. Liderou o narcotráfico na favela na década de 1990, período mais sangrento do crime.

Li “O Dono do Morro Dona Marta” várias vezes em busca de dados sobre a favela e histórico da violência no morro durante os anos de domínio do narcotráfico. Nem em sonhos pensei em visitar a casa de seu personagem principal e muito menos em conhecer seus amigos e colegas de colégio. Mas aconteceu. São lugares como este que podemos chegar quando nos dispomos a pesquisar, entrevistar, agir e participar enquanto avaliamos e refletimos sobre a bibliografia teórica. Visitei o cenário do crime e o berço da moda, dois lados de uma mesma moeda.

### 2.1.3. Como o Dona virou Santa

Itamar Silva<sup>13</sup> sustenta a afirmação de existência da favela Santa Marta desde 1939. O que existia desde o século XVII era o morro Dona Marta, assim batizado em homenagem a Dona Marta Figueira de Mattos, mãe do Vigário Geral Dom Clemente José de Mattos, proprietário da Quinta São Clemente. As terras iam de Botafogo até a Lagoa Rodrigo de Freitas e para abrir caminho até a capela que construía, Dom Clemente abriu uma estrada nomeada futuramente por Rua São Clemente.

Para os moradores o morro levou o nome de Dona Marta até o dia em o Padre Velloso na década de 1930, ou seja, quando da “inauguração” da favela, construiu com a ajuda da comunidade uma pequena capela para abrigar outra Marta, a Santa. Uma imagem católica consolidou o nome e a identidade do local.

Favela Santa Marta erguida com a força do trabalho comunitário e com o apoio da Igreja Católica. “Uníamos-nos e, no final de semana, um ajudava ao outro e erguíamos as casas, foi assim também que construimos o prédio da Associação e o ambulatório médico no alto do morro.” Maria de Lourdes de Jesus é moradora da favela há muito tempo, tanto que nem se recorda mais do ano. Entretanto, não esquece que não havia luz, nem água e que para os que tinham televisão e geladeira. Foi preciso adquirir um transformador para poder transmitir energia. Só havia mesmo um cabo de força que distribuía luz para todos os barracos do morro.

Com a chegada dos jesuítas começaram as mobilizações para melhoria das condições precárias da vida dos moradores. Itamar conta que a partir da criação de um ambulatório administrados pelos padres na Rua São Clemente, os moradores foram se aproximando aos poucos. As pessoas chegavam e contavam que moravam ali perto e davam o endereço da Rua

---

<sup>13</sup> Jornalista, líder comunitário e diretor do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas do IBASE, organização da sociedade civil fundada em 1981 pelo sociólogo Herbert de Souza, o Betinho. O IBASE tem como objetivo a afirmação da cidadania e a defesa da democracia.

São Clemente, 320. Os padres se interessaram em saber de onde vinha tanta gente na mesma numeração de moradia e encontraram a entrada do morro. Esta aproximação permanece no século XXI. Duas creches na favela Santa Marta são administradas e sustentadas pelo Colégio Santo Inácio dos jesuítas. Todo ano há provas de admissão para o ensino formal do colégio e os aprovados contam com bolsa integral de estudos.

Algumas vezes ouvi referência a ONGs atuantes na favela Santa Marta. Com trabalho constante e local de referência, só encontrei a ONG ECO, 32 anos de atuação na favela. Colabora com a rádio comunitária e organiza uma colônia de férias que leva as crianças durante o verão para conhecer a cidade em que vivem através de passeios ao zoológico, praias e clubes. Os monitores são jovens e antigos participantes das colônias capitaneadas por Itamar.

Thiago Firmino, 31 anos, produtor cultural e também morador do Santa, participou de vários verões como criança e como monitor. Vejamos como Thiago conta esta história.

Estou fora do grupo ECO. Cansei de trabalhar horrores lá, de dar meu suor para vários projetos e nunca vi um centavo e nem ao menos fui contemplado com as viagens. Na hora de escolher quem ia viajar pelo projeto, só iam pessoas da família. A ONG é uma empresa familiar; irmão, irmã, filho, cunhado, compadres. Ninguém de fora. (FIRMINO, 2011, entrevista)

Geralmente, assim são contadas as histórias da favela Santa Marta. Metade depõe de forma positiva e metade negativa, o desempate nunca alcançado. Difícil colher os depoimentos já que todos vêm carregados de impressões e sentimentos pessoais. As relações interpessoais falam de modo bastante significativo do cotidiano no morro sem haver preocupação alguma com a isenção pessoal na hora do posicionamento aos personagens e fatos ocorridos no Santa. Durante um desentendimento em uma das aulas no “Costurando Ideais” devido ao uso de uma das máquinas, o motivo inicial mostrou-se a ponta de um ressentimento guardado por anos: “Ela é assim comigo porque eu não gostei quando falou mal do meu marido na hora em que foi preso”. Quando perguntei a Sonia quando isto acontecera e a resposta foi: “há uns dez anos atrás”. A razão não era o uso da máquina, era o ressentimento ainda vivo da “fofoca” da amiga.

A favela Santa Marta está impregnada de memórias nem sempre de experiências solidárias. Ao chegarmos cada vez mais próximos do pico do morro, percebemos o aumento da sujeira, falta de espaço e precariedade de moradias. Como o morro é íngreme e não há um projeto de saneamento básico por ali, a água e a luz são também precárias.

É do início dos anos 1980, o início do projeto de urbanização da favela e interrompido na década de 1990. A guerra do narcotráfico em 1987 transmitiu a população balas perdidas e

perda de legitimidade. Dois presidentes da Associação de Moradores foram mortos assim como uma secretária. Vidas jovens perdidas durante conflitos armados entre o crime, polícia e exército completam o panorama.

Em uma visita a favela é possível perceber de forma nítida os sintomas do retrocesso dos anos de violência. Marcas de tiros nas paredes, abandono do poder público, desistência de apoio aos projetos por parte da Igreja Católica, uma das presenças mais significativas em parcerias sociais. Assim chegou ao século XXI a população de um dos morros mais famosos do Rio de Janeiro. Algumas novelas e filmes foram gravados por ali e, o ponto alto do momento midiático foi, certamente, a visita do astro pop Michael Jackson. Outros também estiveram por ali. Madona e Beyoncé são nomes orgulhosamente citados pelos moradores.

A visita de Michael ao morro é comentada até hoje na favela. Uma das modelos do “Costurando Ideais”, Ingrid chegou um dia a sede do grupo com uma foto para mostrar: “Olha eu aqui na barriga da minha mãe do lado do Michael Jackson. Já nasci famosa.” Na sede da ONG ECO, local que serviu de locação da equipe para o clipe, o autógrafo do astro na parede é reverenciado pelos fãs no dia de seu aniversário. É na porta do ECO o ponto de encontro para a “procissão” até a estátua de Michael na estação três.

A gravação do vídeo do astro pop tirou Marcinho VP e o morro do anonimato. O jornalista Caco Barcellos revelou: “Já na madrugada de segunda-feira, quando os jornais começavam a circular, o até então desconhecido Juliano (Marcinho VP) virou alvo de uma caçada policial implacável, como se ele fosse um dos maiores inimigos públicos do Rio de Janeiro.” (Barcellos, 2007, 348)

A mídia tem destas coisas, especialmente, nas áreas periféricas de grandes cidades. As notícias tiram personagens e grupos do anonimato, nem sempre de forma positiva e equilibrada. Leila Borges, mãe de uma das meninas-modelos do “Costurando Ideais”, completa:

Os jornalistas mostram a realidade. Por exemplo, eles chegam aqui e fotografam um flagrante de drogas na casa de um morador. Eles dão o nome da pessoa, a quantidade da droga, essas coisas. Mas eles não sabem como a droga foi parar ali. Quem colocou? Como? Por quê? Às vezes, a realidade não é a verdade. (BORGES, entrevista, 2011)

O que? Quem? Onde? Como? Por quê? As respostas formam o lead, parágrafo inicial da notícia, responsável por clarear o caminho do leitor. Deste modo, será possível apresentar as informações essenciais do fato. Na verdade, Leila falava sobre o cenário da vida na favela.

Como na casa de Maria Farias quando Marcinho VP pediu “abrigo” ao se esconder da polícia que o caçava no morro. Qual teria sido a notícia publicada nos jornais se tivesse sido pego?

Em incursão ao morro Dona Marta, hoje de manhã, policiais militares, prenderam o criminoso e traficante de drogas, Marcinho VP. Marcinho estava escondido na casa de Maria Farias, cúmplice da fuga e que o protegia em sua casa. As filhas da costureira também estavam presentes na hora da batida policial.

Verdade, apenas não verdadeira.

### 2.1.3. Casas de amigos

O mapa da favela Santa Marta se desenhou aos poucos durante a pesquisa assim como a análise da arquitetura das casas. Para os turistas e visitantes a visita padrão é a seguinte: chegam de carro na entrada de cima, a da estrada que liga Botafogo a Laranjeiras. Conhecem o prédio da UPP e o projeto social de música e esportes realizado na sede e na quadra vizinha. Tiram várias fotos da vista estonteante da cidade do Rio de Janeiro quando pegam o plano inclinado na quinta estação e começam a descida.

Passam pela casa reformada da Raimunda, laje do Michael e os prédios reformados na obra de 2008 durante a construção do “bonde”. Por este caminho turístico, as ruas são mais largas e limpas, seria a estrada central da favela sem acesso a becos e vielas.

Continuam e encontram o grupo ECO e a Associação de Moradores. Saem no cantão e ficam maravilhados com a beleza da quadra da escola de samba e com os prédios pitorescos e coloridos das lojas.

Saem para pegar o jipe da empresa de turismo, os aguardando na Praça Corumbá, pela rua asfaltada até chegar à esquina da Rua São Clemente. Não bebem e nem comem na favela, evitam fazer qualquer compra. Foram alertados pelos funcionários dos hotéis a não levarem carteira com muito dinheiro, só mesmo o essencial: a máquina fotográfica.

Durante a descida pela via principal, arriscam olhares para dentro das casas. A maioria dos moradores as mantém fechadas quando percebem mais uma excursão chegando. Claudia, do “Costurando Ideais, relatou: “Estamos cansados de ser tratados como animais. Outro dia mesmo, o caro foi entrando na minha casa, sem pedir licença e saiu fotografando. E ainda vão me chamar de mal educada. Já viu absurdo igual a este? Você ia querer que qualquer um entrasse na sua casa? Também somos gente.”

O incentivo ao turismo na favela após a pacificação em 28 de novembro de 2008 é ponto de debate constante na comunidade. Seria atividade positiva para comercialização e

crescimento econômico para os moradores ou negativo, colocando as crianças e adolescentes em risco enquanto expõem a vida privada dos moradores a estranhos?

Com a palavra a turismóloga e pós-graduada pela Fundação Getúlio Vargas em Auto Gestão, moradora d Santa Marta, Sheila Souza:

Nunca foi proibido entrar no morro como vocês de fora costumavam dizer, proibido não era, era perigoso e nós tínhamos que viver aqui, com perigo ou não. Vocês tinham a escolha e nós nos sentíamos largados pela cidade. Agora quando vemos gente de fora aqui, logo pensamos: agora que está bom, cada um vai querer alguma coisa de nós em seu próprio benefício e de novo vão desprezar as pessoas da comunidade. (SOUZA, 2011, entrevista)

Sheila quer trabalhar com turismo na favela e levá-los para conhecer a história do morro, não os levando a invadir a vida privada das pessoas. Pretende fazer um tour pelos pontos turísticos e mostrar a cultura da Santa Marta. Na costura do projeto, sonha criar eventos, shows, apresentações culturais. Quer criar um espaço para a venda de artesanato e “souvenires”, deseja que experimentem as comidas típicas do Rio e do Brasil nos bares e restaurantes do território.

A mesma proposta da moradora Salete Martins. Trabalha como guia de turismo em um grupo formado pela Prefeitura do Rio de Janeiro. Nas excursões ao morro procura levar os turistas que aparecem na Praça Corumbá para visitar a favela sem invadir a privacidade dos moradores. Salete quer que os turistas conheçam a realidade da favela, que possam ver a pobreza e a real situação das condições da vida da população. Sem mostrar “coitadinhos” e com dignidade, seu desejo é divulgar projetos sociais para que haja uma efetiva melhoria no dia a dia do morro.

Algumas vezes, ciceroneio um grupo de professores universitários de outros países, integrantes de fóruns sociais e embaixadas. De repente, em uma dessas vezes, vai que algum deles se interessa em financiar um projeto social bacana para melhorar as oportunidades das crianças e dos jovens. (MARTINS, 2012, entrevista)

Está sempre em movimento, não desiste. Foi nestas andanças turísticas que ganhou uma bolsa de francês da Aliança Francesa. Decidiu organizar almoços na laje da casa da família, geralmente feijoadas regadas à caipirinha. Da laje é possível ter uma visão ampla da favela.

Foi com tais personagens que aprendi a fazer o caminho inverso dos turistas. Sheila me conduziu, no primeiro ano de pesquisa, por uma excursão pelos caminhos alternativos. Aqueles conhecidos apenas pelos moradores. Ensinou-me a pegar o bonde até a quinta

estação e descer a pé pelo lado esquerdo. Algumas vezes, me perdi e fiquei dando voltas sem conseguir sair do labirinto. Estive em cantos onde o lixo é jogado nas valas, nos pontos onde os meninos e meninas escondidos consomem drogas nas encostas do morro. E deste lugar, olhei para a vista da Baía da Guanabara. Majestosa e injusta cidade. Do ponto mais pobre, a vista mais linda.

Dos segredos que o Santa Marta guarda está o caminho mais alternativo de todos. Esta é a direção dos que conhecem o morro como a palma da mão. Foi por este que Dona Lourdes me guiou em um dia de chuva para sair rápido da favela. Neste caminho só passam os que aprenderam a chamar o Santa Marta, com uma única palavra: Santa.

A saída do lado direito da favela leva até a escadaria lateral em frente ao prédio da FAETEC. Neste ponto está localizado o salão da D. Ina, sogra da Salete, organizadora da feijoada na laje no mesmo prédio. É no salão da D. Ina onde o cabeleireiro Carlos Araújo corta cabelos e conta histórias.

Carlinhos chegou ao Santa na década de 1990 no meio da guerra do narcotráfico e durante os anos de retrocesso de projetos sociais. Índio por nascimento, cresceu em uma aldeia no interior do país até a morte da mãe aos 18 anos. Passou um tempo no nordeste. Trabalhava como artista e cabeleireiro até se mudar para o Rio de Janeiro em busca de melhores oportunidades profissionais.

Quando chegou a cidade carioca, inicialmente, morava em um prédio em Botafogo e dividia o apartamento com amigos. E, foi levado por eles que entrou pela primeira vez na favela. Prestou serviços para a ONG Estrela do Amanhã durante os primeiros anos. “A ONG queria saber como era o perfil da favela e seus moradores e por isso, ia até a casa das pessoas e as entrevistava seguindo as perguntas do questionário”. Conheceu a favela, fez alguns amigos, sua irmã foi morar lá. Logo depois, ficou sem a vaga na casa dos amigos e resolveu arrumar um espaço mais barato para viver.

Tanto Carlos Araújo como sua irmã, Antonia Araujo, decidiram alugar casas próximas a rua e na parte central. Antônia pouco conhecia da vida no morro. Decidiu criar a filha longe do cotidiano da vida na favela. O caminho feito por ela era em direção ao asfalto e nunca subiu as escadas que desembocavam no núcleo do território do narcotráfico. Da casa alugada, comprou um terreno e construiu outra ampla e arejada.

Com o plano de urbanização e as obras do PAC para a construção do plano inclinado, perdeu a casa para a desapropriação imposta pelo governo. Em contrapartida, ganhou um apartamento nos novos prédios. “Tenho muita saudade da minha casa, foi muito difícil

construir. Era grande, tinha muito espaço. Agora, vivemos eu, meu marido e minha filha neste apartamento super apertado.”

Depois da pacificação, quis conhecer a favela de perto. Encontrou o aviso de uma oficina de costura que seria realizada na sede do “Costurando Ideais” e foi. Conheceu muitas pessoas, pode desenvolver “sua arte”. É artesã e sua especialidade são os mosaicos. “Não aprendi a costurar. O curso era muita bagunça, muita discussão, desisti. Conheci o curso do SEBRAE e passei a fazer parte do grupo dos artesãos e depois do projeto Rio Eco Sol.” Conheceu pessoas e projetos. Frequentou cursos de artesanato fora e dentro da favela. Trabalha em sociedade com uma amiga e acabaram de inaugurar um blog e uma loja virtual.

Carlinhos faz o que sempre fez. É ator e cabeleireiro, um artista completo. É como gosta de se descrever. Depois que a ONG fechou, trabalhou em vários lugares. Também faz parte do grupo de teatro e já apresentou peças em empresas da redondeza. Interessa-se por política e quer voltar a estudar. Assim que soube do projeto Rio Eco Sol, começou a ir às reuniões. Foi contratado como agente de apoio pela ONG CEDAC que reconheceu em Carlinhos, a facilidade de comunicação e o trânsito livre entre os moradores da Santa.

Exagerado, alegre e extrovertido foi meu guia em vários momentos da pesquisa. Indicava personagens e lugares. Contava as histórias do morro. Era a quem eu recorria quando me sentia perdida; o que me contavam era a verdade ou fantasia? Carlinhos foi o maestro que regeu meus dias na favela. Trabalhamos juntos nos desfiles de divulgação das feiras de economia solidária e trocamos conhecimento. “No dia em que o saber acadêmico e o saber popular se encontrarem, seremos invencíveis.” Assim acreditava Paulo Freire. A ele me uno nesta crença.

O sonho de meu amigo Carlinhos é participar de um projeto consistente, um que dê certo. “Esses projetos e ONGs vem e vão. Não constroem nada, ninguém aprende nada. Quero fazer alguma coisa pelas crianças e pelos jovens. Pelas mulheres também.” Contratado pela FIRJAN após o término do RIO ECOSOL para dar aulas de automaquiagem em algumas comunidades pacificadas.

Fico feliz quando vejo que as mulheres melhoram muito, aprendem a gostar de si mesmas, se acham bonitas. É a mesma coisa nos desfiles com as meninas da favela. Elas parecem crescer, depois de notarem como são bonitas. E não é por morar em morro que não são percebidas. Elas deixam de ser invisíveis ou menosprezadas. (ARAÚJO, 2013, entrevista)

Após todos estes trabalhos em ONG e projetos sociais e, talvez, do convívio com a pesquisa da mestranda, resolveu voltar às salas de aula. “Vou terminar o ensino médio e cursar comunicação. Você acha que levo jeito?”

Da janela do salão da D. Ina pode-se ver o pátio de uma das duas creches financiadas pelos ex-alunos do Santo Inácio, a creche Santa Marta. A diretora é a irmã do Itamar Silva da ONG ECO, casada com o coordenador do Ponto Solidário no projeto Rio ECOSOL, Ismael Santos. Os bebês até os dois anos de idade são transferidos para a antiga PONSA. A UNAPI ANCHIETA foi reformada pelos padres jesuítas e ex-alunos do Santo Inácio onde as crianças permanecem até chegar aos cinco anos.

Foi na UNAPI ANCHIETA (antiga PONSA) que Marcela Correa, modelo mascote do “Costurando Ideais” cresceu. No final de 2011 fez a prova para ingresso no Santo Inácio e passou. No dia do resultado final, encontrei com Marcela e sua mãe, Vanuza Corrêa, na quadra da Escola de Samba Unidos da Santa Marta para a realização de mais um desfile. Ganhei um abraço de Marcela e a frase: “Viu? Eu também vou estudar muito e aprender um monte de coisas, igual a você.”

Do lado da creche fica o prédio onde mora Ismael Santos. Casado com Cleide, irmã do Itamar, chegou a cursar a faculdade de ciências da computação. Craque na disciplina, Ismael já participou de vários projetos sociais na favela e fora dela, com e sem a ONG ECO. Formou algumas turmas de jovens em um programa de inclusão digital do governo federal no interior do Brasil.

Meu outro guia confiável durante a pesquisa, sensato e cordato, Ismael já viu de tudo. “Nunca tive receio de morar aqui. A única vez que precisei sair e tirar a família foi na guerra de 1987, nessa o bicho pegou.”

Ainda tem o sonho de voltar a estudar. Várias vezes demonstrou interesse nesta pesquisa e fez algumas críticas interessantes. Chegou a alertar: “Por aí, você não vai conseguir nada. Tenta falar com fulaninho.” Dividiu memórias de personagens da Santa. Indicou jornais e programas de televisão. Mostrou publicações sobre fatos ocorridos na favela. Sugeriu livros e outros trabalhos acadêmicos que passaram pelo ONG ECO. Foi meu orientador nos dias de pesquisa-ação.

Já quase na rua fica a barraca de Carlos Barbosa. Artesão, pinta e borda e ainda faz bijuteria. Mora na estação quatro e sua casa também foi desapropriada na obra pré-pacificação. Ganhou um apartamento onde mora com a esposa e a filha adolescente, companheira do pai na criação e confecção de colares, pulseiras e brincos. A amiga Graça trabalha com ele, revende as peças na barraca e s entrega os pedidos em algumas lojas no asfalto.

Barbosa tem outro emprego “para ajudar a sustentar a família. Só com o artesanato não dá para criar uma filha.” É motorista de van e leva crianças para a escola. Algumas vezes, transporta turistas até o morro e foi por isso que decidiu cursar as aulas de guia de turismo. Administrador nato foi chamado por uma ONG, a PIPA SOCIAL, para fazer a ponte entre a favela e a PIPA. A ONG pretende criar uma ponte entre os compradores das grandes marcas e os artesãos da Santa Marta de forma a gerar renda e emprego para a comunidade. “Ainda não sabemos muito bem qual é a desta ONG”, afirmou Carlos Araújo. “Vamos esperar e ver o que acontece, por enquanto não acredito. Deve ser como as outras, não consegue realizar nada e sai fora.”

De volta a Praça Corumbá após mais um dia de pesquisa, saio da favela em direção a minha casa em Laranjeiras. Levo o pensamento: vai ser tão bom ver uma escola no Santa. Uma escola técnica e de arte, para crianças, adolescentes e mulheres. Um espaço onde possam aprender e se sentir acolhidas, almoçar, lanchar, estudar na biblioteca, criar roupas, acessórios e quadros. Ter uma sala para assistir filmes, onde possam expor suas criações. Um lugar para fazer apresentações culturais, eventos e desfiles. Um espaço de castelos para no real achar seu lugar.

A primeira vez que visitei o morro o chamava de Dona Marta com a denominação conhecida desde sempre. Com as primeiras entrevistas, aprendi que a favela se chama Santa Marta. Já quase no final da ação participativa, meus amigos me ensinaram o nome correto: “Para nós, Ale, é só Santa.”

## 2.2 AÇÕES NA FAVELA SANTA MARTA ( NATURA, CORAL, SEBRAE, ECOSOL E CEDAC)

### 2.2.1. Utopia na favela Santa Marta

No final de novembro de 2008, o governo brasileiro decidiu que era chegada a hora do início para novo momento na sociedade do Rio de Janeiro, especificamente nas áreas periféricas da cidade e enfrentar o poder estabelecido pelo narcotráfico durante pelo menos os últimos trinta anos. Algumas áreas políticas e acadêmicas chamam a esse projeto na acepção popular do termo de utopia, outros ainda acreditam ser a política de segurança pública conhecida por UPP, movida por interesses financeiros fortemente atados a indústria do turismo que objetivaria “limpar” a cidade para que visitantes internacionais circulem livremente durante os eventos próximos, a saber: a Copa do Mundo a ser disputada no Rio de

Janeiro em 2014 e as Olimpíadas em 2016, isso sem contar com a próxima edição do Rock in Rio e o Encontro da Juventude Mundial Católica em 2012.

Os mesmos analistas consideram os eventos citados como parte de uma política externa para alçar o país no mercado internacional e fortalecer a marca Brasil, no que seria uma tentativa de crescimento econômico para enfrentar a crise capitalista internacional. Parte desta política seria o enfrentamento ao narcotráfico dentro das favelas nas áreas urbanas e periféricas da cidade.

Para conhecer de perto a realidade concreta das favelas cariocas optei durante a busca de dados para a pesquisa sobre comunicação e moda em áreas periféricas da cidade após a implantação das UPPs, por uma metodologia com a qual travei contato durante o curso de formação da ONG CEDAC através inclusive do estudo do perfil de seu principal teórico, o educador brasileiro, Paulo Freire.

A metodologia defende a atuação do pesquisador em seu objeto de pesquisa em uma linha pragmática de educação, em outras palavras, é a defesa de uma metodologia participativa com enfoque na pesquisa ação e na abordagem qualitativa. Isto não significa dizer que dados estatísticos serão deixados de lado e sim que serão coletados e tratados de forma humanística.

O “humanismo prático” consiste na compreensão e aproximação das diferenças sociais. Adaptado a singularidade do homem no espaço, ele é da ordem da emoção, do sentimento, do pertencimento e da proximidade com o outro. É nesse sentido que se entende humanismo aqui, estando conjugado a cidadania, a possibilidade de apropriação dos bens sociais adequados às necessidades das comunidades, dos laços vinculativos e, algumas vezes, indo além dos aparelhos estatais e dos interesses político-econômicos. (PAIVA & NÓRA, 2008:13)

Na reorganização dos espaços do Rio de Janeiro iniciado com a recente política de segurança pública do Programa Nacional de Segurança Pública com Cidadania (PRONASCI)<sup>14</sup> com a cooperação do Ministério da Justiça e o Ministério do Trabalho e Emprego e a instalação de Unidades Pacificadoras Policiais (UPP) nas favelas cariocas, abre-se um instigante campo de pesquisa, capaz de proporcionar rico material para um olhar mais acurado na análise dos conceitos de comunidades e cultura/arte criando alternativas para a inclusão social e fortalecimento de cidadania.

A nova política instalada pela força das armas nas favelas inaugurou relações até então consideradas inalcançáveis. Os habitantes iniciam um processo de reintegração a vida

---

<sup>14</sup> Disponível em [portal.mj.gov.br/pronasci/](http://portal.mj.gov.br/pronasci/)

da cidade e os moradores do asfalto e turistas começam a subir os morros para rodas de samba, feiras de artesanato, passeio pelas ruas e vielas das comunidades. Curiosos, ainda com medo, esperando encontrar em cada esquina um menino carregando uma arma. Dos dois lados desconfiança e preconceito. Para o pesquisador, rico material. Todavia, diante do cenário das favelas, para que uma pesquisa chegue realmente perto do que se considera a “verdade científica”, torna-se imprescindível um mergulho profundo no cotidiano de seus integrantes.

### 2.2.2. Pesquisa acadêmica

Durante o primeiro semestre de 2011, o Costurando Ideais recebeu o pedido de uma aluna de mestrado francesa, aluna de um programa de pós-graduação em Santa Catarina. Magali tinha como objetivo de pesquisa, o desenvolvimento de marcas de moda.

Visitou o grupo em duas ocasiões e inclusive, chegou a participar de dois desfiles como modelo. Realizou entrevistas formais com as costureiras. Depois de alguns meses, pediu indicações de pessoas que conhecessem o grupo e as entrevistou. Após este processo, solicitou um encontro entre os entrevistados para um “workshop” nas dependências da sede do Costurando Ideais.

Estivemos reunidos em um sábado pela manhã para que utilizando as técnicas da pesquisa da estudante francesa, o “brainstorming”.<sup>15</sup> A mestranda pretendia que o grupo criasse de forma espontânea, a identidade e fortalecimento da marca. Finalmente, a pessoa do grupo considerada por ela como a líder do Costurando Ideais, recebeu um quadro de descrição plastificado e colorido do que seria o logotipo e identidade do Costurando Ideais. Segundo suas indicações, o quadro deveria ser pregado na parede da sala de costura e se suas recomendações fossem seguidas, certamente, iniciaria uma estrada de sucesso comercial. Abaixo, reproduzo uma pequena parte do quadro de soluções propostas:

W-O “Weakness- Opportunities” ( Fragilidades - Oportunidades)

- investir em melhorar a identidade visual preparará o grupo para se apresentar nos próximos eventos. (Questiono: como? Qual seria o processo a seguir para alcançar o resultado proposto?)

- adotando novos canais de vendas, online (o grupo não possuía computador ou acesso a internet) ou “souvenirs”, renderá lucro para recompensar as costureiras e investir em

---

<sup>15</sup> Explicação no relatório final entregue por Magali ao “Costurando Ideais”: técnica de trabalho em grupo criada por Alex Osborn que a descreveu em seu livro “O Poder da Mente” lançado em 1953.

recursos necessários. (abrir pontos novos de venda era luta constante do grupo em seu cotidiano desde a criação do mesmo)

O Relatório “Brand DNA Costurando Ideais” ou o “Brand DNA Process”, pesquisa desenvolvida pelo Laboratório de Orientação Gráfica Organizacional na Universidade Federal de Santa Catarina, procurava construir um processo de apoio e decisão para empresas e/ou validação do seu DNA corporativo. A mestranda concluiu: “O LOGO e sua equipe querem ajudar a Costurando Ideais a validar seu DNA DE MARCA!” Para resumir: o quadro foi guardado em um gaveta, os comentários de D. Lourdes foi: “ Mas isso aí nós estamos cansadas de saber pela nossa experiência, o que não sabemos é como fazer isso tudo”. Magali nunca mais apareceu na favela, o trabalho estava concluído. “Não foi a primeira e nem será a última”, desconfio que falava de mim.

### 2.2.3. Conquista da confiança

Durante os dois anos de pesquisa constatei a dificuldade de aproximação e comunicação entre os moradores da favela e a cidade. Muros erguidos por preconceitos em relação à cor e posição social, desprezo pelos moradores do asfalto e poder público os separam dos moradores do asfalto. Somente depois de criarmos um laço de respeito e uma ponte de confiança é que começaram a partilhar momentos de sua história. “Minha maior recompensa, independentemente do resultado, foi à conquista da confiança. Indispensável pela natureza da investigação (...)”. (BARCELLOS, 2003, 33)

Pesquisadores, mesmo os que se propõem a realizar uma pesquisa etnográfica, costumam a ir a seus locais de pesquisa esporadicamente. Os dados recolhidos em questionários de amostragem em uma comunidade pacificada ou não, dificilmente representarão a realidade da complexa vida de uma favela onde diversos poderes disputam o território dia a dia. Escondidos atrás dos sólidos muros de preconceitos dão respostas prontas. Algumas vezes por receio do poder do tráfico, por vergonha e medo da humilhação. Outras por considerarem os de fora, “uns aproveitadores que pensam que estão abafando”, respostas calcadas em se defender.

Ao participar desse processo como participante e observadora, constatei que nas favelas um complexo panorama se instala. Moradores acuados pelo poder público, poder do tráfico, poder de ONGs e poder religioso de pastores da igreja evangélica, se dividem sobre suas opiniões em relação a UPP. O poder policial militar é proteção ou ameaça? Largadas por anos à sua própria sorte estão sem saber como receber a intervenção de tantas instituições. E

crianças e jovens, perdidos no meio de tantos conflitos ainda procuram o caminho estruturado para levá-los a uma solução mais contundente para suas vidas.

Para facilitar a compreensão dos problemas enfrentados pelo “Costurando Ideais” na criação de peças e comercialização, optei por seguir o modelo oferecido pela área da moda nas faculdades. Esta estratégia para divulgação de marcas de confecção é utilizada também pelo mercado formal por lojas e estilistas renomados e já existia no grupo.

Os desfiles são um bom exemplo do processo da pesquisa e do contato que travei com as crianças e jovens assim como com suas mães e que se mostraram um bom método para travar conhecimento com a população a ser observada e posteriormente analisada. Durante o processo de organização dos eventos, as meninas conversavam entre si e comigo sobre planos, sonhos e desejos. Também falavam de suas impressões sobre a favela e a atuação da UPP, suas escolas e a vida em família.

Foram sete desfiles durante o período de dezembro-2010 à dezembro 2011 e a seguir, descrevo-os, de forma breve no intuito de narrar os momentos compartilhados pelos grupos.

#### 2.2.4. Passarela da moda

##### a) Desfile de Aniversário – dez anos

No primeiro, as roupas já estavam prontas. Havia sido criadas pela professora de corte e costura contratada pela ONG italiana. Particpei da produção de moda e organização do evento e travei os primeiros encontros com as meninas. Elas se interessavam pelas roupas. Como trilha sonora, pediram música americana ou “funk” para desfilar. Provavam as roupas e faziam críticas ao que vestiam. Pareciam ganhar segurança e auto-estima conforme os ensaios se desenvolviam.

As costureiras, em contraste, pareciam não se importar com o evento. Diziam já ter presenciado vários desfiles como aquele e que não as haviam levado a lugar algum. Mostraram-me várias fotos de eventos realizados tanto na favela quanto em áreas mais nobres. Algumas não quiseram participar da confecção das roupas e a professora concluiu sozinha várias peças. Para tanto, Cristina Dutra, contava com a ajuda de duas alunas mais presentes e hábeis na arte da costura.

Ocorreram conflitos entre a professora e alunas que não concordavam com o evento, queriam apenas um lanche e uma formatura. A gestora da ONG, Laura Burocco, no entanto, fez questão de um grande evento. Contratou um serviço de “buffet” da favela e comprou

bebidas. Confeccionou um “banner” com a história do grupo. Enviou convites e fotografou tudo para enviar para a sede da empresa na Itália. Não houve formatura, os diplomas não apareceram. Houve festa, desfile, música e fotos, muitas fotos. As meninas gostaram do evento e sempre que nos encontrávamos pelas ruas da favela, perguntavam: quando haverá outro?

Nosso laço de confiança e amizade se estabeleceu em nossos encontros para provas de roupas, em nossas conversas despreocupadas. Foi nesse evento que ouvi pela primeira vez a alusão a mortes ocorridas durante os dias de pacificação. Uma das alunas do curso de corte e costura, Rosangela, enquanto arrumávamos o espaço para o desfile me chamou e apontou o lugar onde seus dois irmãos morreram com diferença de minutos. “Foi ali. Eles eram do lado errado da vida, estavam fugindo juntos pela mata e levaram os tiros. O mais difícil foi contar para a minha mãe que seus dois filhos estavam mortos.” Fiquei, pela primeira vez durante a pesquisa em um momento que se repetiria com alguma frequência durante a coleta de dados, completamente sem palavras. De um lado, o local da morte durante a pacificação. Do outro os moradores, policiais, gestores de ONGs, sociólogos, jornalistas e estudantes de universidades, reunidos em um evento festivo para celebrar o “sucesso” de um grupo atuante há dez anos e que continuava a sobreviver de forma precária.

A esse evento seguiram-se vários outros durante a pesquisa (feiras de artesanato, desfiles de moda, ensaios fotográficos de modelos das favelas, reuniões de estilo para definir linhas de trabalho em grupos de moda periféricos) dos quais participei ativamente como estilista, produtora de moda e pesquisadora.

#### b) Desfile de janeiro- Curso de Maquiagem

Desta vez, travei conhecimento com a Capitã Priscila da UPP e com alguns parceiros da polícia no processo de aproximação com os moradores da favela. Em janeiro de 2011, a UPP criou em sua sede na quinta estação do plano inclinado localizado no ponto mais alto do morro, um curso de maquiagem aberto para qualquer mulher que quisesse participar. As alunas foram incentivadas a convidar amigas e familiares. As professoras eram voluntárias e havia também a participação de um curso de maquiagem de São Paulo que doou os cosméticos utilizados nas aulas. Algumas das mulheres que frequentaram o curso foram alunas no curso de corte e costura do Costurando Ideais e esta foi a linha que me ligou ao evento.

As costureiras, também alunas do curso de maquiagem confeccionaram as roupas. As meninas modelos no desfile do mês anterior desfilaram. Agi como uma coordenadora-

estilista- produtora de moda e para tanto, participei de todas as reuniões e conflitos. As fundadoras do grupo não concordaram com o desfile. Alegavam que não estavam no curso. As novas integrantes diziam que faziam parte dos dois grupos e desejavam colaborar com o evento.

Houve seleção das modelos por parte das professoras do curso de maquiagem e a filha de uma das fundadoras não foi escolhida. No debate liderado por Sonia Maria de Oliveira; “essas pessoas de fora chegam aí e querem mandar em tudo, são preconceituosas, as meninas não escolhidas vão ficar traumatizadas, estão sendo excluídas”, até a Capitã Priscila precisou intervir. Com a filha recusada na seleção, Sonia se negou a participar da produção do evento e só apareceu na hora do desfile começar.

O evento parecia ser um ensaio para o molde de aproximação da favela com a polícia. A moda e a beleza foram os caminhos escolhidos para que moradores entrassem pela primeira vez na sede da UPP, frequentassem o local e travassem conhecimento com os policiais.

c) O desfile de fevereiro- Carnaval e Posto de Saúde

Parte do curso de formação em economia solidária, neste desfile realizado durante o baile de carnaval Infantil organizado pelo posto de saúde Padre Veloso na quadra da escola de samba na Santa Marta, nos reunimos a agencia de modelos de Manguinhos. Para que isso acontecesse fomos até a favela e encontramos o organizador do grupo, as modelos e os modelos, em um encontro de aproximação entre as duas favelas.

Criamos modelos de roupas para o desfile não sem certo desacordo entre as costureiras. D. Lourdes perguntou: para que tanta roupa? Sugeri que fossem vendidas durante o evento. E ela respondeu que apenas moradores costumavam a comparecer a esses eventos e que não compravam nada. Estava certa. Financiei a compra de tecidos e aviamentos. Sonia e Antonia entraram com o trabalho e as meninas vieram desfilar. Era só avisar do evento, avisar dia e hora. Entusiasmadas, queriam aprender a desfilar, sorriam para as fotos, trocavam dicas de maquiagem.

d) Desfile de Maio - No Festival de Economia Solidária

A partir daí eu já estava imbuída da vontade de colaborar com o grupo na busca da essência de identidade. Fiquei entusiasmada com a criação de modelos, na utilização dos tecidos, na escolha das cores. Era tudo tão próximo do real que eu também me descobri a sonhar junto com as meninas, elas desejavam ser modelos e eu estilista e produtora de moda.

Foi um momento chave da pesquisa em que por algum tempo me esqueci da pesquisadora e entrei de alma e coração nas expectativas da comunidade. Foi a partir deste momento que me tornei “uma delas”, que pude sentir na pele o que é viver na periferia pacificada alvo de olhares de tantos setores, inclusive, o midiático. Fui entrevistada, fotografada e filmada junto com as modelos. Desejei criar uma marca brasileira, quis ser famosa.

As meninas vieram mais uma vez, opinaram nas roupas, escolheram o que queriam usar. Falaram sobre moda, me questionaram sobre modelos e tecidos escolhidos. Participaram ativamente da produção do desfile, aprendemos juntas várias etapas do processo da moda.

e) O desfile de julho – A Festa na favela

Este evento aconteceu no mês de julho na quadra da escola de samba da Santa Marta. O “Costurando Ideais” participou e montou uma barraca de fantasias e acessórios. As crianças podiam experimentá-las e usá-las durante a festa. No final da festa julhina, houve um desfile entre as meninas da Favela Santa Marta e alguns moradores do Complexo do Alemão que tinham sido convidados a participar. Reunimos-nos e trocamos roupas e experiências. Parece simples: moradores do Alemão visitam o Santa Marta. Anos de conflitos armados separavam as comunidades e a princípio todos ficam meio desconfiados. A brincadeira da moda sempre aproxima as mulheres e crianças. É a linguagem que todas entendem e falam.

f) Desfile de Agosto- Festa na Cinelândia

No desfile realizado na Praça da Cinelândia em agosto de 2011, no centro da cidade, as modelos levaram seus pais, avós, tios e amigos. Tiraram fotos, sentiram-se valorizadas. E em um momento de completa descontração, nos juntamos aos policiais que faziam nossa segurança e tiramos fotos. Sobre esse momento preciso antes fazer uma pequena retrospectiva para os que não conhecem assim tão de perto a história de nossa cidade e a relação estabelecida entre os jovens e a polícia nas favelas cariocas. Ao ver um policial durante os anos da ditadura do tráfico essas mesmas crianças e jovens corriam ou escondiam-se de medo. Policiais significavam invasão da comunidade, tiros, balas perdidas, guerra entre tráfico e a força da polícia. Talvez até mesmo o risco de serem confundidos com um “avião”. (os meninos trabalhadores do crime, avisando aos bandidos da chegada da polícia no morro e transportando a droga).

Neste desfile, no entanto, ao ver os policiais ali perto encostados no carro, admirando o evento chamei a todos para uma foto. A princípio desconfiados ficaram sem saber o que

responder. Dois lados opostos de uma guerra antiga em um novo olhar se encaravam, por fim concordaram. Foi interessante para mim que observava o processo, perceber que pouco a pouco mais um se incluía na proposta. Ao perceberem-se partes de uma nova cidade, não mais circunscritos aos limites da favela, integrando a sociedade em um espaço nobre do Rio de Janeiro sentiram-se seguros. Estabeleceram nova possibilidade de comunicação.

Antes do desfile da Cinelândia, estivemos por três momentos na Cidade de Deus. Nas vistas a favela, notei a dificuldade de aproximação das meninas da Santa Marta com as da favela visitada. Ultrapassar as fronteiras entre favelas não é uma prática sem tensão. Thais Barbosa, ao final da primeira visita mesmo não se integrando as visitadas, comentou: “e não é que é tudo muito parecido aqui?”. As modelos afirmaram ter gostado da ida a CDD. Quando as chamei para a prova de roupas voltaram e desta vez o contato foi mais fácil.

No primeiro encontro, duas mães (Leila Barbosa e Vanuza Correa) foram conosco e ouvi de uma delas: “Nunca imaginei entrar na Cidade de Deus, está vendo só? Isso só é possível por causa das UPPs, se não fosse isso, a gente não estava aqui. Muita coisa mudou, muita coisa mesmo.” Durante a visita, procurou conversar com outras mães e perguntou para várias o que achavam do processo de política de segurança, todas concordaram com ela. No final da visita, voltou a me dizer: “Agora, acho que vai, não é só no Santa, aqui também parece que deu certo.”

g) Desfile de dezembro – Festa na ONG

Apresentação dos trabalhos do ano após um pequeno curso de bordado que marcou o último ano do projeto da ONG ARCI. 2010 terminou com o desfile de aniversário de aniversário de dez anos do grupo. O segundo em 2011 marcou o lançamento de um catálogo e da apresentação de uma colcha de retalhos. Como o catálogo havia sido fotografado com uma mistura de roupas do primeiro desfile e peças produzidas exatamente para este fim, houve um pequeno desfile na sede de uma ONG da favela.

O catálogo havia sido motivo de vários debates no então muito reduzido Costurando Ideais. As alunas do curso de corte e costura haviam se retirado do grupo após vários conflitos com as duas fundadoras. As mais antigas não aceitavam sugestões de projetos das mais novas. Desejavam manter uma relação de poder, consideravam-se “donas” do espaço e diziam não precisar de novas componentes. O grupo acabou por se dissolver logo após o evento.

A professora de bordado desta etapa, Miriam Freitas, afirmou desacreditar no futuro do “Costurando Ideais”.

Conheço o grupo desde o início. Particpei de várias iniciativas de ajuda de ONGs, todas com o mesmo resultado. No começo muitas se inscrevem. Neste curso, por exemplo, 16 se inscreveram e desistem. Aqui, no “Costurando Ideais” elas se desentendem com a Lourdes e a Sonia que querem mandar. As que terminam o curso também não querem ficar no grupo. (FREITAS, 2011, entrevista)

Estava certa. Após o evento do final do curso, as alunas de bordado nunca mais apareceram na sede do grupo. Perguntei a algumas o motivo da desistência, não gostariam de se juntar as mais antigas e trabalhar juntas? De jeito nenhum, responderam enfaticamente. Uma delas, Maria Araujo completou: “Elas só querem mandar e brigar, não fazem nada. Ficam só discutindo e querem que a gente faça tudo, depois ficam com dinheiro arrecadado com a venda das peças e não dividem nada.”

A gestora da ONG italiana queria apenas o catálogo pronto de forma a enviar o resultado de seu trabalho com o Costurando Ideais para a sede na Itália. O catálogo e as fotos do evento de comemoração e formatura eram a prova de sua participação com o grupo. Note-se, só a vi na favela em quatro ocasiões durante dois anos: a primeira para combinar o banner do primeiro desfile, a segunda no desfile, a terceira em uma reunião para debater o que seria feito em relação ao catálogo e a quarta para o evento do final de 2011.

Do catálogo não abriu mão, mesmo quando as participantes pediram mais materiais e outros cursos em uma tentativa de atrair mais componentes. Laura Burocco afirmou: “Este ano é o último do projeto no Brasil e não há muitos recursos e o catálogo é a prova do trabalho realizado, dele não abro mão, mesmo sendo o mais caro.” E assim foi feito. Melhor fotografar um grupo que não existia do que pagar professores e adquirir matéria prima e mesmo comprar novas máquinas.

No evento de encerramento de 2011, as alunas de bordado montaram uma colcha também admirada e fotografada pela gestora da ARCI. Houve um pequeno lanche oferecido aos convidados e as meninas pediram para desfilar. Já com o aprendizado dos desfiles anteriores, organizaram tudo sozinhas. Separaram as roupas entre elas, levaram sua própria maquiagem, fizeram os penteados. Só pediram minha ajuda para dar o “toque final”: os retoques nas produções e organizar a entrada na passarela. Confiantes se vangloriaram: “Viu só como aprendemos a fazer desfiles?”.

Vi. Testemunhei o aprendizado de todas, passo a passo a partir da observação, ação e participação dos eventos com as meninas. Aprendi a produzir eventos, a criar roupas com os poucos recursos do grupo, a organizar desfiles e a divulgá-los. Trocamos conhecimento e

colocamos em prática as teorias e conceitos do educador Paulo Freire, também presente no bordado de uma aula: “Não há saber mais ou saber menos. Há saberes diferentes.”

#### 2.2.5. UPP Social e Parceiros

A UPP Social, setor de responsabilidade do Instituto Pereira Passos, representante da Prefeitura do Rio de Janeiro tem como missão levar para as favelas pacificadas serviços de urbanização. Não há um ponto fixo nas favelas e até o presente momento os agentes da UPP Social encontram-se na fase de pesquisa de necessidades, mesmo na favela Santa Marta, local no qual o processo de pacificação iniciou-se em 2008.

Uma reunião na quadra da Escola de Samba Mocidade Unida da Santa Marta, no dia 27 de outubro de 2011, reuniu lideranças de várias áreas no processo de pacificação tanto os responsáveis do asfalto quanto os da favela o presidente do Instituto Pereira Passos e Coordenador do projeto UPP Social, Ricardo Henriques. Estiveram presentes, funcionários de secretarias municipais tais como urbanização, assistência cultural e saúde. Os moradores da Santa Marta, funcionários de ONGs, líderes e presidentes de associações, síndicos de prédios da área próxima ao morro em Botafogo, o comandante da polícia militar, Capitão Andrada e da Igreja Evangélica, Pastor Valdeci, completaram o público durante o anúncio da formalização da entrada do programa da UPP Social na favela.

De maneira enfática, Henriques, propôs aos moradores uma participação das decisões das ações públicas necessárias para a instalação de serviços na inclusão da comunidade a vida da cidade. Anunciou o início de obras de urbanização e de melhorias em moradias e creches. Quase um ano depois, Henriques não é mais o presidente do Instituto e até hoje não existe nenhuma ação concreta da UPP Social na Santa Marta, embora pesquisas e eventos esparsos continuem a ocorrer.

Posso relatar eventos e acontecimentos, momentos que talvez contribuam para a inclusão da comunidade científica no processo de integração a vida da cidade em uma aproximação, de certo modo difícil devido ao abismo de diferentes linguagens que separam o morador das favelas de acadêmicos. Nas palavras de quem conduzia a mudança, Ricardo Henriques, “construir campos de possibilidades, cada lado assumindo a sua responsabilidade, aprendendo o modo de construir contenção e solução, dialogando e chegando a resultados para que a política pública alcance resultados de forma consistente e acabe com a ideia de cidade partida”. Não é uma tarefa fácil. Ainda não podemos saber quais erros e acertos estarão nessa pauta.

Depois de longo período por trás de sólidos muros de preconceitos e violência, a voz da comunidade e dos jovens nascidos e criados nessa realidade, pode ter muito a dizer. Contudo, trazê-los para participa desse novo momento torna-se mais fácil através da aproximação com a moda. Descobri que a moda é apenas uma porta de entrada para a educação. Deixo com vocês uma afirmação e uma indagação do Pastor Valdeci, líder religioso e morador da Santa Marta: “ Nós estamos vivendo como se estivéssemos sonhando mas será que a comunidade está acompanhando todos esses avanços?”

Até o presente momento, os “avanços” ainda não saíram do papel. O que pode ser observado no cotidiano das favelas analisadas é o trânsito de pessoas das mais variadas áreas, reunidas em debates e algumas vezes com a vontade latente de “fazer algo” em prol da vida precária das favelas. Muitos são os projetos que não saem do papel e no momento, a UPP Social encontra-se nesta fase. O que existe de forma concreta são eventos organizados para que ocorra uma aproximação entre a polícia e os moradores. Existe também a iniciativa de buscar parceiros para os eventos e apostam em uma posterior ação dos novos agentes em incentivos e financiamentos a projetos.

Para demonstrar o processo observado, relato a atuação de dois parceiros da UPP Social. A empresa de cosméticos Natura e Tintas Coral, duas empresas presentes no Santa Marta desde o primeiro evento pós pacificação.

#### 2.2.6. Os eventos da Natura

A primeira vez que mantive contato com a Natura dentro da Santa Marta foi no desfile de comemoração do dia de Zumbi dos Palmares ou Consciência Negra em novembro de 2009, mês no qual também se comemora o aniversário da pacificação na favela. Em diversas reuniões na FAETEC, a empresa de comunicação contratada pela NATURA para apoiá-la no projeto, UP-PROMO, enviou um grupo de profissionais para colaborar na realização do desfile. Na ocasião, em conversas com as representantes da empresa, soube pela primeira vez que a empresa pretendia mapear os grupos produtivos da comunidade de forma a apoiar projetos de trabalho em ações concretas. Os contatos estabelecidos durante os eventos tinham como objetivo identificar esses atores.

A empresa de cosméticos procurou saber como poderia ajudar o evento e atendeu determinadas solicitações. Os grupos pediram maquiadores, cabeleireiros, lanche, faixas e cartazes de divulgação. A empresa enviou maquiadores e maquiagem. Divulgou o nome NATURA em todo o material. Fotografaram e filmaram o evento.

Em nenhum momento, pelo menos na minha presença ou na presença de integrantes do grupo “Costurando Ideais” perguntaram sobre outra necessidade de matéria prima para a realização do desfile. Quando perguntei se era possível apresentar um pedido para compra de tecidos e aviamentos, Jacqueline (representante da Natura) rebateu: “escreva um projeto, com tudo bem especificado valores, profissionais envolvidos, objetivo, metodologia e nos envie”. Lembraram-me ainda que o setor de projetos da NATURA é bastante rígido em suas especificações. E, fiquei sem entender: não estava a Natura em busca de projetos da comunidade para com eles colaborar?

A situação se repetiu em vários momentos da pesquisa. Sempre que solicitada a colaborar com os projetos da comunidade como afirmavam ser seu papel no processo de pacificação como parceira da UPP SOCIAL, respondiam: escrevam o projeto e nos enviem. Cheguei a enviar um e obtive a resposta: “No momento a NATURA não tem como colaborar, estamos organizando um concurso para mapear e incentivar os principais projetos da comunidade.” Tenho ainda uma questão que não foi respondida: de que forma os moradores das comunidades, alguns que por falta absoluta de recursos financeiros não tiveram acesso a educação e não terminaram muitas vezes nem mesmo o ensino fundamental, podem elaborar um complexo projeto de acordo com as rígidas normas da NATURA?

Durante os anos seguintes da pesquisa, participei de alguns eventos nos quais a NATURA continuava a mapear a comunidade e levantar grupos. O seguinte foi o evento de aniversário de dez anos do Costurando Ideais em dezembro de 2010. A NATURA também se prontificou a enviar maquiadores e afirmou que não constava outro tipo de verba e/ou recursos financeiros a serem relocados para outras necessidades do grupo. Da mesma forma afirmaram ser a empresa bastante exigente em relação a incentivos financeiros a projetos.

De novo os encontrei em um lanche de apresentação da Gerente de Relacionamento da empresa na favela Santa Marta e das consultoras de beleza responsáveis pela área em julho de 2011. De posse do mesmo discurso afirmavam estar na fase de mapeamento das necessidades dos projetos da favela. Nessa reunião estavam presentes: as costureiras do Costurando Ideais, algumas artesãs, dois artistas plásticos, todos participantes reconhecidos como ativos em projetos da comunidade, presentes com constância em reuniões políticas e sociais na Santa Marta. O lanche de apresentação da equipe NATURA contou ainda com a presença do capitão pela responsável pela UPP e pelo presidente da Associação dos Moradores.

Permaneço sem nenhum outro contato com a empresa como representante do grupo “Costurando Ideais” até dezembro de 2011, quando as representantes da empresa entraram em

contato e nos convidaram nova reunião. Realizada na quadra da Escola de Samba da comunidade, propunha a organização de novo evento. Os personagens do lanche anterior estavam presentes assim como dois coordenadores da UPP Social na Santa Marta. As representantes da NATURA discursaram sobre o evento e necessidade de participação dos atores da comunidade que possuíam ações concretas em benefício da favela para mapeamento e identificação de necessidades para uma posterior colaboração e incentivo da NATURA. Ponto X da questão: os atores sociais já não haviam sido identificados no lanche e sido convidados a participar desta reunião? O que mais faltava mapear?

O evento ocorreu em janeiro de 2012 e contou com a participação dos atores ativos, palavras da NATURA na quadra da escola. Montaram tendas de oficinas: uma do “Costurando Ideais”, uma do grupo de artesanato, uma ainda dos artistas plásticos e algumas da Natura. Havia uma tenda biblioteca para crianças, uma de oficina de automaquiagem e outra com material de divulgação e inscrição para possíveis “consultoras de beleza” da marca. Era preencher a ficha e participar de um sorteio de produtos NATURA, condição para “ganhar” uma aula de automaquiagem com as consultoras da empresa.<sup>16</sup> Durante o evento na quadra, a NATURA também incentivou a participação de grupos culturais, tais como: conjuntos de cantores, grupos de dança, bateria da escola de samba mirim e atividades esportivas.

O “Costurando Ideais” apresentou um desfile de moda, prática mais do que comum do grupo. Para o desfile pedimos que a NATURA contribuísse com tecidos o que a mesma declarou ser impossível já que não constava da planilha dos gastos aprovados. Aprovaram o material para a oficina de moda com as crianças e compraram tecido barato, poucas revistas infantis, tesouras baratas, lápis e bonecas de plástico de um modelo básico e de preço reduzido. Afirmaram não poder comprar camisetas brancas de malha já que ultrapassariam muito o orçamento.

E assim foi feito o evento. Logo pela manhã, na abertura da quadra, a emissora de televisão Record, compareceu e entrevistou crianças, consultoras da NATURA e o capitão da UPP. As perguntas formuladas foram as seguintes: como está a comunidade após a pacificação? Você se sente feliz com esse evento patrocinado pela NATURA? E o capitão sente-se integrado a comunidade? A empresa de cosméticos contratou um grupo para filmar e

---

<sup>16</sup> O mesmo modelo de evento é repetido pela Natura em todas as favelas pacificadas. Não obtive acesso ao número de consultoras inscritas nestas eventos e que passaram a fazer parte da equipe da vendas. Pela observação, acredito ser um número bastante considerável a se juntar ao um milhão e quatrocentas mil consultoras de beleza, em exercício na Natura.

fotografar todo o evento e após alguns dias disponibilizou imagens e textos em sua página na internet em uma clara demonstração a seus clientes e parceiros de como a NATURA apoia ativamente projetos sociais inclusivos nas favelas. (www.natura.net em 30.01.2012)

Não acabou por aí. Alguns meses após o realizado em janeiro de 2012, Edilson Benedito, buscou a colaboração da empresa para a festa das mães que promove todos os anos. Resposta da NATURA: podemos ajudar ao enviar as consultoras de beleza para participar da festa e levar alguns brindes para serem sorteados entre os convidados. Nessa ocasião, a Gerente de Relacionamentos da área também compareceu com a consultora responsável pela favela e levaram os brindes: amostras de batons em caixas brancas de papel, mais ou menos 20 sacos embrulhados para presente.

Em julho de 2011, requisitei a colaboração da empresa para um desfile que seria realizado em um quiosque de comercialização do Movimento de Economia Solidária que reúne Santa Marta, Complexo do Alemão, Cidade de Deus e Manguinhos além de outras artesãs de várias áreas periféricas da cidade durante a conferência Rio + 20<sup>17</sup>. A Gerente da UP PROMO, responsável pela área de comunicação da NATURA em relação às UPPs solicitou a apresentação de um projeto o que prontamente enviei. Pedimos recursos financeiros para a compra de tecidos e aviamento assim como para o pagamento de costureiras. Como contrapartida, ofereci a divulgação do nome NATURA em todo o material de propaganda do evento a ser realizado no calçadão da Avenida Atlântica em Copacabana, um dos endereços mais famosos do mundo.

Alguns dias após, a Gerente de Relacionamento da NATURA na Santa Marta entrou em contato e avisou: não há verbas disponíveis para tal incentivo já que a empresa é uma das patrocinadoras oficiais da RIO + 20 e, portanto, não possui mais recursos financeiros a serem aplicados. Além do mais, o evento não será realizado em nenhuma comunidade pacificada, área de atuação dos projetos sociais. Quando expliquei que a área de comercialização era comum a várias comunidades pacificadas, a gerente disse não estar a par do fato. Em outro contato posterior a este, ofereceu maquiagem da NATURA e um espaço na área de vendas para realizar uma oficina de automaquiagem e sorteio de brindes. Agradei e recusei. Assim como os atores sociais do Santa estava cansada de tanta promessa e nenhuma realização.

---

<sup>17</sup> A Rio + 20 – Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável foi realizada entre os dias 13 e 22 de junho de 2012 na cidade do Rio de Janeiro, com o objetivo de debater a renovação do compromisso político com o desenvolvimento sustentável no mundo.

### 2.2.7. NATURA com a UPP Social

Em agosto de 2012, portanto alguns dias após a RIO + 20 recebi um convite da NATURA. Resolveram organizar um concurso para premiar com cinco mil reais quem apresentasse o melhor projeto social na Santa Marta. A apresentação do prêmio correu da mesma forma que as anteriores. O objetivo era mapear os projetos já atuantes na favela para através de repasses financeiros apoiá-los em suas atividades. Os mesmos atores compareceram e questionaram, não estaria a empresa já satisfeita após tantos mapeamentos? O que esperavam de diferente?

A resposta veio na mesma hora. A NATURA possui posicionamentos exigentes e rígidos para colaborar com projetos e precisava se certificar de que os mesmos ocorrem. De fato, precisavam da certeza de que os projetos sociais já estavam em curso e não eram apenas sonhos dos atores. A Gerente de Comunicação afirmou: “sonhos todos temos, não é mesmo? O que a NATURA quer um empreendedor, alguém que deixou de sonhar e já realiza.” Os presentes a reunião quiseram saber se os eventos contavam como ações já que existem muitas e sérias dificuldades financeiras para realizar os projetos. A resposta, dessa vez, não era esperada nem por mim após a pesquisa: “evento não conta como ação, evento é espetáculo para divulgar algo que pode não existir”.

Alguns projetos foram enviados e pelo que os atores relataram a proposta da NATURA é pagar pelas ideias vencedoras (mais ou menos 10 em cada comunidade) e contribuir com materiais e máquinas. A empresa deterá os direitos de imagem para divulgar as histórias e apoio concedido pela empresa a esses empreendimentos em suas revistas de beleza, páginas na internet, jornais e revistas. Fácil assim.

Em sua apresentação, a Gerente de Comunicação, revelou que a NATURA possui mais de um milhão e quatrocentas mil consultoras de beleza no Brasil, várias lojas no país e no exterior. Vende revistas (catálogos de venda) para suas consultoras se essas desejarem mais de um determinado número. As vendedoras precisam ter um mostruário para trabalhar (também é vendido). Afirmou ainda que a NATURA estava muito satisfeita com o número de novas consultoras de beleza arrematadas na Santa Marta.

### 2.2.8. Coral pinta e borda

Parceira da UPP Social, a CORAL (indústria de tintas) está presente nas comunidades pacificadas desde o primeiro ano de comemoração no apoio a “iniciativas” e “ações” nas favelas. Foi a empresa responsável pela pintura do exterior das casas no Cantão.

Estive com representantes da Coral em algumas ocasiões da pesquisa. Mais discretos que a NATURA, a CORAL se manteve até o meio de 2012 afastada do cotidiano da favela. Em 2011, organizou um grande evento que reuniu muitos empreendedores sociais do exterior em visita a cidade. Estavam presentes, inclusive, responsáveis pela ONG Lixo Extraordinário, fundada após projeto realizado em parceria com o artista plástico Vik Muniz. Durante uma semana os moradores participaram de uma gincana de reciclagem. Vencia a equipe que juntasse sacos de lixo com maior peso.

Desde o segundo semestre de 2012 preparam o caminho para pintar a fachada de todas as construções da Santa Marta e de forma a garantir o apoio dos moradores ao seu grande projeto de divulgação da própria marca, organizam eventos. Levaram o tenista Guga para uma manhã de confraternização na quadra da escola de samba.

Nos primeiros dias de dezembro, a CORAL anunciou em jornais e em redes sociais na internet que vai iniciar a pintura de seis mil fachadas na favela Santa Marta e percebo que o interior das casas, creches, projetos sociais continuarão em condições precárias. Afinal, nelas os turistas não entram e não tem interesse de fotografar. E não seria para isso então, para estimular o turismo na região todo o “embelezamento” da área?

Pude observar durante o desenrolar dos eventos citados e inclusive, ao participar de alguns editais em nome do Costurando Ideais e do projeto Rio Eco Sol durante a atuação no ponto de comercialização do mesmo que é prática comum entre parcerias, a contrapartida da divulgação do parceiro financeiro. Em outras palavras, quem é contemplado com os recursos financeiros para a realização do projeto entra com o trabalho e o parceiro recebe em troca, a moeda corrente de valor considerável: a exposição e divulgação da marca em todo e qualquer material promocional. Deve-se a esta troca, as camisetas distribuídas nos eventos e algumas vezes disputadas pelos moradores. Ganhei a minha camiseta CORAL quando participei do evento de seleção para reciclagem de lixo em 2011.

O modelo se repete indefinidamente. Organiza-se um encontro entre os moradores e o parceiro financeiro, chama-se um famoso (pode ser de qualquer área, música, dança, teatro, cinema, televisão ou esportes) que ficará a postos para fotos e autógrafos. Na ocasião fala-se sobre o projeto da empresa no morro. Para uma pergunta não consegui resposta: já que os parceiros NATURA e CORAL não colaboraram com nenhum projeto social da favela e nem mesmo financiaram a criação de uma escola, são parceiros de quem? Para onde vão os recursos financeiros que são disponibilizados nestas parcerias? Para a UPP Social? Mas onde fica a UPP Social no morro e o que faz de forma concreta no cotidiano da sociedade da

favela? Até janeiro de 2013 não havia uma sede na Santa Marta nem estava em curso projetos sob sua responsabilidade. As obras de urbanização foram iniciadas em 2012. São prédios previstos para receber moradores das casas localizadas no pico do morro após provável remoção.

Em dois anos de pesquisa, mesmo entrevistando formalmente funcionários da Natura e Coral e após a visita ao Instituto Pereira Passos, a única resposta que recebi foi: “estamos avaliando o cenário da favela, realizando uma pesquisa para compreender as necessidades”. Resposta obtida após quatro anos de pacificação e o trabalho de, no caso do Santa Marta, dois agentes sociais que percorrem o morro de prancheta e formulário de entrevista na mão. A mim, resta concluir: como é lento o olhar e o pensamento crítico dos analistas empresariais mesmo em face de uma realidade crua concreta. Será que o óbvio é assim tão difícil de ser percebido? Foi o questionamento e o alerta de Marx:

Será necessária inteligência tão profunda para entender que, com a mudança das condições de vida das pessoas, das suas relações sociais, de sua existência social, também se modificam suas representações, concepções e conceitos, em suma, também sua existência? ( MARX, 2008, p. 41)

#### 2.2.9. Conflito no Formato Educacional

O projeto RIOECOSOL tem origem em um edital do PRONASCI que buscava para áreas periféricas do Rio de Janeiro, um projeto voltado a educação popular. O objetivo era enfrentar a criminalidade no país, articulando políticas de segurança com ações sociais tendo como público alvo, jovens entre 15 a 24 anos e “(...) produzir um novo arranjo urbano para a metrópole do século 21, baseado na integração da cidade e em ações de desenvolvimento ambientalmente sustentáveis, capazes de reduzir a desigualdade.” (Revista RIOECOSOL, 2011, 4)

A Secretária de Desenvolvimento Econômico do Rio de Janeiro (SEDES) venceu o edital e para colocar em ação o projeto pioneiro, escolheram quatro territórios da cidade onde havia o maior número de jovens “do lado errado da vida”; Santa Marta, Mangueiras, Complexo do Alemão e Cidade de Deus.

Um das ações do projeto previa a educação popular em economia solidária, de forma a possibilitar uma mudança de postura nos moradores de áreas socialmente excluídas. Pretendia promover a saída da marginalização em direção a valorização. Aproveitaram os produtores já existentes nesses territórios e tentaram formá-los na economia solidária e promover uma mudança na estrutura capitalista da sociedade de consumo. A proposta era de cooperação em busca do caminho da geração de renda para os envolvidos no processo.

Um dos grupos da favela Santa Marta chamado e incentivado a participar do processo foi o grupo “Costurando Ideais”. Assim, iniciei nova etapa na pesquisa não mais circunscrita a um grupo da favela e sim em contato com outros artesãos e trabalhadores informais de diversos setores, o que, de fato, ampliou o campo. Os fatores que se mostravam como dificuldade para desenvolver e manter uma identidade própria ganhou novas dimensões. Durante as aulas e encontros com grupos adicionados pelo projeto Rio ECOSOL, observei que “os outros” passavam pelos mesmos problemas e dificuldades encontradas pelas costureiras do Costurando. Afinal, as favelas tinham uma identidade diferente da cidade? Qual seria a identidade do Rio de Janeiro e do Brasil? Não seria de fato a busca de uma identidade brasileira? Que história conta a nossa moda?

#### 2.2.10. CEDAC

Para pensar em uma alternativa de construção de um pensamento crítico mais legitimador, resgatei o trabalho realizado pelo Centro de Ação Comunitária (CEDAC), em formação de educadores. O Centro nasceu clandestinamente num período de ditadura militar nos anos 1970, com missão subversiva às instituições de ensino que trabalhavam a serviço da manutenção do poder. Porém, sua fundação como instituição legalizada, sem fins lucrativos, só ocorreu próximo aos anos 1980, sustentando-se sob os eixos de atuação do movimento sindical, movimentos populares e pastorais.

No início dos anos 1990, o Centro promoveu uma ampla reflexão sobre suas práticas educativas, conceitos, referências teóricas e sua visão de sociedade. A partir deste momento, o CEDAC adotou uma postura não mais a serviço dos movimentos populares, mas como de um ator social que atua ao lado de outros atores sociais em um sistema de cooperação e integração.

Atualmente, aos 32 anos de existência, o CEDAC defende que, para enfrentar problemas como a pobreza e a exclusão, é preciso uma atuação articulada entre os setores organizados da sociedade civil e as esferas governamentais e, portanto, trabalha de forma a priorizar ações que promovem o desenvolvimento local/comunitário e tem como missão:

Capacitar e subsidiar os movimentos sociais urbanos para que possam gerar ações políticas e organizativas orientadas para a produção do desenvolvimento, da democracia e da cidadania, através de processos participativos de educação e organização popular, na perspectiva da construção de uma sociedade justa e solidária (CEDAC, 2004, p.5).

De janeiro a setembro de 2011, o CEDAC, em parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico Solidário/RJ (SEDES) e o Núcleo de Solidariedade Técnica da UFRJ (SOLTEC), participou de um projeto em implantação de um sistema de Economia Solidária (ECOSOL) no Rio de Janeiro. A partir de aulas ministradas por profissionais de educação de diversos níveis, utilizou um método baseado na ideologia de Paulo Freire da pesquisa-ação, de forma a transformar a ideia da capacitação técnica de instrução de um homem produtivo, escravo do sistema, para um ser criativo, de pensamento crítico, independente de viver ou não nos trâmites do lucro e capital do sistema capitalista. Dessa forma, o curso pretende propiciar aos alunos informações e oportunidades de discussões para que alcancem suas próprias conclusões.

Antes da efetiva realização do curso nos territórios, observei uma cuidadosa explicação do tema de Economia Solidária na preparação de introdução aos conceitos do tema. Para incentivar um maior envolvimento da favela com o projeto, antes do início do curso os educadores passaram por todos os territórios e apresentaram o formato e os profissionais envolvidos, atividades executadas em ações estratégicas assim como objetivos e metodologia.

Foram introduzidos como metodologia: material didático de filmes, organização de dinâmicas em grupo como metáforas para a realidade (que se assemelham às técnicas psicológicas em entrevistas de empresas), formação de comissões de comercialização e, inclusive, preparação de um seminário que reuniu pessoas das quatro comunidades durante três dias, o que persistiu posteriormente no curso do ECOSOL. Logo a seguir, houve a realização do Primeiro Festival de Economia Solidária em cada localidade do projeto, unindo prática e teoria.<sup>18</sup>

Após a feira, teve início o curso de formação do ECOSOL. Cabe analisar a metodologia do curso, baseada no método da ação participativa do Paulo Freire. O ECOSOL baseia-se na construção de conhecimento de forma coletiva, num processo de troca de experiências de vida, na formação de grupos de trabalhos integrados em redes de comercialização no modelo de cooperativismo, visa, pela prática e da tomada de consciência de si mesmo e de seu papel como cidadão, propiciar a construção de um pensamento crítico nos alunos. No processo de tecelagem do conhecimento, o professor funciona como um guia das ideias dos participantes, procura apresentar o que seria o modelo segundo a ideologia não capitalista. Assim, reiterando Muniz ( aula, ECO, 2011), tem um papel de “filtro confiável”,

---

<sup>18</sup> Dewey defendia ser o processo educativo como uma contínua reconstrução da experiência, que esclarece e aumenta o sentido desta. (História da Pedagogia, In: Revista Educação, 2010, 27).

ou seja, os conteúdos das aulas são propostos, mas podem ser modificados de acordo com as necessidades do grupo.

Com o objetivo de passar da teoria à prática, o aprendizado de conceitos no curso é construído pela vivência. Assim, é imprescindível testar qualquer esquema antes de adotá-lo para evitar contratemplos. Um exemplo que ocorreu no curso foi o seguinte: após a realização da primeira feira, surgiu em pauta nas reuniões de avaliação posteriores ao evento, o problema do peso das barracas dos artesãos. As barracas adquiridas pelo setor de logística do projeto pesavam quarenta quilos cada, e eram difíceis de serem armazenadas e transportadas nos territórios, especialmente na Santa Marta, morro íngreme da cidade e além, sem espaço físico.

Uma das maiores concentrações populacionais da América Latina, a favela enfrenta grave problema referente a espaço. O transporte das barracas significava custos altos (era preciso contratar um serviço de carregamento para levar as barracas morro abaixo e morro acima em todos os eventos) e mais um sistema de organização para armazená-las e o que seria um item facilitador, tornou-se ponto de discórdia e dificuldades. Ouvi várias vezes durante as reuniões: “é sempre assim, quem organiza estes projetos (e a palavra soava quase como um xingamento) não tem a menor ideia da realidade daqui, nunca subiram o morro, não sabem de nada”.

Pude perceber com a frequência às aulas, a evolução da construção de uma consciência política entre os participantes. Como participante, somente após um convívio de oito meses houve uma abertura maior para revelações de questões políticas, apesar da percepção de fora dos conflitos ideológicos existentes no território desde o início.

Se no início do curso as pessoas se mostravam sem expressão ou voz ativa, caladas, sem saber muito bem o que faziam ali, desconfiadas de mais um projeto dos muitos implantados nas comunidades durante anos anteriores (ONGS, SEBRAE) – o que lembra a teoria da Espiral do Silêncio, relatada nas Teorias da Comunicação em que impera a lei do mais forte, do disciplinamento pelo poder –, por outro lado, a partir das trocas de experiências entre alunos-professores, alunos-alunos e teoria/prática novas relações se estabeleceram entre todos, inclusive pesquisadores.

Assim, no início observava-se um comportamento submisso dos alunos do curso ministrado pelo CEDAC, às instâncias de poder estabelecidas (o poder do capital oriundo do tráfico) ou naturais (no caso pelos líderes comunitários). Noelle Neumann, no livro “A Espiral do Silêncio”, justifica que o silêncio, mesmo com opinião divergente, se deve à opinião

pública a qual “vem carregada de juízos de valor, especialmente de opiniões e comportamentos morais que se tornaram acordos sociais inabaláveis – por exemplo, costumes e dogmas – que alguém deverá exibir publicamente sem isolar-se quando os assuntos se acham num estado de flutuação” (1984, p. 51). E completa a explicação sobre a passividade e não manifestação do pensamento, quando diz que: “a natureza social da humanidade faz com que as pessoas temam a segregação e desejem ser respeitadas e amadas entre outras pessoas. A pressão contra o isolamento obrigada o indivíduo a observar a posição da maioria a respeito de determinado tema e suspeitar dela” (Idem). Porém, com o passar do curso a consciência política deu voz a outros participantes.

Porém destaca-se a maior credibilidade do posicionamento dos líderes naturais do território, consideradas pelo grupo de artesãos como os de maior sabedoria popular, eleitas naturalmente pelos habitantes ao longo dos anos, que, no caso da comunidade, são os mais velhos, respeitados pela participação da construção da formação da favela. Além disso, emergem pelo exercício da metodologia da troca de experiências, novas vozes da comunidade, oriundos de vários níveis de formação (como o papel que a guia de turismo exerce na comunidade ou o do artista plástico pertencente por parentesco ao tráfico originário do morro, que ideologicamente nega suas origens).

Assim, observei um aumento da participação efetiva do grupo nas decisões a serem tomadas em conjunto e nas indagações e reivindicações que começaram a se proliferar. Ao longo das reuniões do curso como participante na dinâmica do curso do ECOSOL na Santa Marta, foi possível notar uma contradição entre duas vertentes ideológicas presentes no território, numa disputa entre SEBRAE e ECOSOL.

Os dois órgãos institucionais participaram de cursos ocorridos em momentos distintos na comunidade, apesar de representados no setor comercial pela mesma pessoa. O SEBRAE deseja formar empreendedores individuais e o ECOSOL defende a criação de grupos comunitários que trabalhem em sistema cooperativo e em redes de negócios. Enfim, posições diametralmente opostas que acabam por forçar no grupo uma tomada de posição política. Presenciei em várias ocasiões durante a implantação e posterior funcionamento do quiosque de comercialização Rio Eco Sol, a mesma diferença de posicionamento e visões, o que causou inúmeros conflitos entre os grupos participantes do espaço do movimento de economia solidária do Rio de Janeiro. Por isso também relatarei a experiência prática do quiosque ECOSOL, em contraposição com uma instituição de educação em formato tradicional (SEBRAE).

### 2.2.11. SEBRAE

O CEDAC procurava transformar os trabalhadores do terceiro setor em cidadãos conscientes de forma política através da educação popular nos moldes do educador Paulo Freire e na priorização da economia não capitalista. Os coordenadores do projeto ECOSOL, de forma a tentar resolver o problema da profissionalização dos grupos criando produtos prontos para a competição em um mercado capitalista e sem contar dentro dos órgãos integrantes com um “consultor de moda solidário”, convidaram para a Coordenação de Comércio Justo e Redes Produtivas, uma consultora do SEBRAE. Causaram um conflito de ideologias no cerne de todo o projeto, espelho de um antigo conflito: economia solidária em um sistema capitalista. Como aproximar ideologias opostas?

A formação voltada para a solidariedade, cooperativismo, trabalho em associações e rede, respeito ao meio ambiente, preço justo, reaproveitamento de materiais, desenvolvimento de produtos sustentáveis do curso do CEDAC, de um lado. A ideologia essencialmente capitalista do SEBRAE voltada para o lucro a ser alcançado através da integração aos padrões da indústria moda universal sem preocupação em atingir e manter uma identidade dos grupos em sua essência traz a tona um conflito de difícil resolução, por outro.

Os consultores do SEBRAE procuram adotar padrões de reciclagem e artesanato para adequá-los a moda do momento, são especialistas retirados do mercado formal, não possuem treinamento voltado à compreensão mais profunda sobre a sociedade brasileira e suas relações culturais, sem vivência no cotidiano das favelas, de posse de uma linguagem incompreensível (de cunho “marketeiro”) para os integrantes das favelas, acaba por causar um conflito político e ideológico e neste caso, revelador para a pesquisa.

O SEBRAE realizou, por exemplo, uma palestra sobre moda com um consultor especialista em tendências internacionais. Durante quase quatro horas, o consultor de design mostrou fotos de uma viagem pela Europa -parte de seu trabalho é viajar para pesquisar tendências, aparentemente vendo vitrines de lojas famosas já que eram de vitrines suas fotografias- e, na volta, dar palestras sobre tendências de moda com o objetivo de atualizar o mercado brasileiro sobre as novidades internacionais a serem seguidas na busca do bom produto da nova estação da moda periférica.

Na sede de comercialização do projeto Rio ECOSOL explicou para os representantes das favelas, geralmente, senhoras artesãs e costureiras, o que era a moda, o que poderia ser considerado um bom produto, que cores e materiais a utilizar. Em resumo, discorreu sobre a forma adequada para confeccionar a melhor cópia. Notem, entre as artesãs das favelas

cariocas existem muitas sem educação formal, não completaram o ensino fundamental, não são alfabetizadas. Abaixo transcrevo algumas expressões declamadas durante a apresentação da coleção primavera/verão 2011-2012:

- neo tailleur, peças desconectadas
- na moda nada pode ser pobre
- tendência balé que colou com o Cisne Negro, essa coisa de festa
- estilo latino das mamãs sicilianas
- essa coisa 3D com retalhos e sobras, salta da linha do corpo
- essa mulher que não é a mesma que essa, mas é mais ou menos a mesma coisa
- usou muitos termos em inglês e francês
- falou em copiar a moda dos bem nascidos americanos

E referindo-se a uma marca londrina, afirmou: “essa é a loja mais barata de Londres, acho que usam mão de obra escrava, da China, sei lá” e riu. Era uma piada para a audiência formada por moradores de favelas, acostumados a ser a mão de obra escrava. Todos de cabeça baixa, ouvindo ao especialista do SEBRAE. Ao final da palestra, o consultor revelou sua especialidade: Identidade, estilo e consultoria.

Na Santa Marta, o SEBRAE já estava em processo de um curso de Desenvolvimento de Produto, iniciado em outubro de 2010 e que tinha como proposta duração de três anos. Para cumprir o objetivo, procurou formar um grupo de dez artesãos e os denominou grupo dos dez, título orgulhosamente sustentado por eles desde então. Alguns desses componentes passaram a frequentar também o curso do CEDAC. É preciso lembrar que a pessoa responsável pela pasta de Comércio Justo contratada pelo projeto é também consultora do SEBRAE.

Após alguns meses, o SEBRAE cancelou o curso de produto e somente ocorreu a formação em economia solidária. E depois de alguns meses, retornou o curso do SEBRAE. O conflito estabelecido entre os coordenadores do projeto na dinâmica educação popular e educação empreendedora pode ser considerado como o núcleo da questão: que relações de educação e trabalho seriam adotadas no processo? Aparentemente esta questão não foi respondida e talvez por não ter conseguido resolver o conflito mais relevante, não conseguiu atingir os objetivos propostos e causou dúvidas entre os participantes, as dúvidas geraram conflitos e grupos se desfizeram.

Parêntese necessário: os grupos periféricos na indústria da moda atuam prestando serviços de finalização da peça na linha de produção. Recebem partes do todo (a roupa a ser

confeccionada) já depois do processo de criação e modelagem, inclusive, já cortada e devem apenas unir os pedaços pela costura. Para isso são contratados a preços bem abaixo dos do mercado formal. Em um dia de trabalho no ‘Costurando Ideais’, após terem recebido a visita de uma dona de loja que as procurou para que costurassem algumas blusas e ofereceu R\$0,50 por peça, Sonia Oliveira, uma das costureiras, após ter recusado o trabalho, confirmou: “Não quero mais ser apenas uma mão de obra barata mas pode crer que se não fazemos aqui, alguém vai fazer, porque eu tenho outro emprego mas quem não tem?”

Como acompanhei o processo primeiro no interior da favela Santa Marta e mais tarde em contato com outros integrantes do Movimento de Economia Solidária do Rio de Janeiro, considero necessário, neste capítulo, apresentar algumas observações colhidas durante outra fase do projeto.

#### 2.2.12. Educação e o caso do quiosque de comercialização

Nas palavras da consultora do SEBRAE e coordenadora de comércio justo do projeto ECOSOL, Ana Asti, surgiu a oportunidade, através de um contato com o Banco do Brasil para que os participantes do projeto nas favelas se unissem ao movimento político em uma área disponibilizada pelo banco para a comercialização dos grupos. Vale lembrar: o curso que costurava os participantes dentro da própria favela e entre as demais havia terminado e a impressão instalada foi: com o término do curso, acabou o projeto. Não era bem assim, todo projeto prevê um período de tempo e o do ECOSOL havia terminado, mas era esta a oportunidade para um segundo tempo? Assim, os formandos das favelas se reuniram aos militantes do movimento e o conflito tornou-se maior.

Em 19 de novembro de 2012, no calçadão da Avenida Atlântica em Copacabana teve início a segunda etapa do projeto, o processo de inclusão dos moradores de área periférica a vida urbana da cidade. A coordenadora do espaço, em suas palavras: “gestora da loja” determinada pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico Social (SEDES) foi a inicialmente coordenadora de comércio justo do ECOSOL, a administradora Ana Asti.

Conflito essencial para o insucesso do projeto e que se mostrou durante toda a pesquisa o núcleo do entrave no processo de educação entre a educação popular e a educação empresarial no campo específico da moda.

O que existe de tão profundo nos grupos que os leva ao sucesso aparente para logo após levá-los a derrota? Após passar dois anos a acompanhá-los observei que o conflito de identidade vivenciado pelas integrantes do “Costurando Ideais” pode ser considerado como

amostra para o que acontece em todos os grupos e notem bem, grupos existentes em favelas cariocas.

A falta de investimentos no setor da educação é a grande questão de nosso país e pelo menos nestes grupos, pode ser considerada a resposta para as dificuldades encontradas no processo dos grupos de moda. A questão que se instala é: os cursos tem duração de mais ou menos dois meses em um ou dois encontros semanais e por melhor que seja o professor, seria possível formar, geralmente, mulheres com mais de quarenta anos sem educação formal em técnicas empresariais e criação de moda?

No dia à dia do “Costurando Ideais” assim como no espaço de comercialização do ECOSOL, umas acusam as outras de falta de conhecimento ministrado pelo SEBRAE. Julgam ter aprendido nos cursos a única forma de realização dos projetos. Como não houve continuidade do aprendizado ou mesmo um breve teste do que teria sido o desempenho da turma, não existe uma análise de resultados alcançados pelas oficinas aplicadas em áreas periféricas.

O SEBRAE não sabe quais foram os resultados dos cursos, não possui uma estatística de acertos e erros de seus projetos, continua a usar uma metodologia que não conferem ou se conferem, não disponibilizam os objetivos inicialmente propostos. Continuam a repetir indefinidamente que buscam formar empreendedores de forma a gerar renda. Renda para quem?

O curso do SEBRAE é baseado em uma educação formal e tradicional, com aulas expositivas, uso de apostilas e atividades enviadas para casa como tarefa de fixação do conteúdo, produz essencialmente um pensamento individual e capitalista. A ideologia é passada pelo professor, considerado o “*expert*”, o detentor do conhecimento que não estimula um pensamento crítico, na medida em que a falta de envolvimento e proximidade com o mundo do aluno não ocasiona uma boa retenção do conteúdo no processo de aprendizagem. O SEBRAE representa, assim, a reprodução do modelo dominante, em favor da manutenção da passividade e dos sistemas de poder.

Já com o ECOSOL em curso, como relatado acima, seguindo o método de aprendizagem próximo à proposta pragmática, unindo teoria à prática, com ações na comunidade, houve a promessa de incentivo para a compra de maquinário para um pontapé inicial dos grupos, no final do processo. Nesse momento se instalou a confusão política, na entrada de capital para a prática e quando foi levada em consideração a vivência, fora das dinâmicas em sala.

Considerando a essas formas antagônicas de pensamento sobre a educação, instalou-se um impasse nos participantes. De um lado, a associação dos artesãos, representada por um artesão participante dos dois cursos, preferiu seguir o modelo proposto pelo SEBRAE, em um pensamento capitalista, que visa ao lucro e privilegia os pequenos produtores individuais, sem pensar em grupo e rede, como na filosofia do ECOSOL, levando com ele a figura da funcionária dedicada que, mesmo em uma das dinâmicas de identificação da personalidade de cada um do grupo com um animal, após meses do processo de formação de pensamento crítico, ainda assim se identificou com a imagem de um cachorro, “por ser fiel ao seu dono”.

Na aula prática do curso sobre a formatação do plano de negócios para a proposta coletiva de aquisição do maquinário, o representante dos artesãos, Carlos Barbosa, espécie de gerente da empresária, exerce pressão sobre os demais membros do curso, causando um conflito com o resto do grupo sobre o local de receptáculo das máquinas. Para ele o mais adequado seria na casa da empresária do morro, o que já tinha sido decidido previamente em reunião com o grupo dos artesãos. Outra razão para a discussão apontada pelo grupo era a possibilidade de pessoas de fora do processo, poderem opinar e participar dos projetos para a aquisição dos maquinários para a comunidade.

Entretanto, os alunos que iniciaram a formação desde o início pelos princípios da Economia Solidária entraram em conflito com os oriundos do sistema S (SEBRAE, SENAC, entre outros). Ao invés do silêncio, preferiram o enfrentamento, a indagação, a não aceitação. A representante do poder financeiro e, inicialmente, político é a empresária do território, maior proprietária de estabelecimentos comerciais e imóveis, ao mesmo tempo representante do poder do tráfico, como familiar de um dos donos do morro. Ela comanda o grupo dos artesãos e foi denominada pelo SEBRAE, em eleição somente com um dos grupos da comunidade, o dos artesãos, presidente da Associação dos Comerciantes da Santa Marta.

Talvez, por isso, os artesãos tenham optado por uma postura seguindo o modelo do SEBRAE, por essa escolha significar o poder político desse grupo. Fora a hierarquia do grupo dos artesãos, composta pela empresária, seu gerente, a funcionária fiel, e os subordinados ao grupo dos artesãos, também pertence à hierarquia de poder do tráfico. Notem: a empresária não possui e nunca possuiu relações com o tráfico, sua única relação com este setor é ter nascido em uma família, onde um dos parentes é “chefe” no narcotráfico. É o bastante para que a favela a reconheça como poder e receie suas reações nas relações interpessoais com o grupo. Percebi que mesmo atrás do discurso geral de que os traficantes nunca nos

desrespeitaram, as crônicas do cotidiano da favela relatadas por seus próprios personagens levam a crer exatamente o contrário.

Vejamos; não havia perigo. Entretanto, não era bom que as meninas andassem de short colado. O que poderia acontecer se algum menino do lado errado da vida as desejasse como namoradas? Algumas famílias se mudaram no meio da noite para que isso não acontecesse, outras enviaram as filhas para morar com familiares em outras cidades ou até mesmo em bairros do Rio de Janeiro. Conforme relatou, Ismael Santos, um morador da favela após “dizer umas gracinhas para a namorada de um traficante quando tinha tomado umas, foi ameaçado de morte”. Fugiu no dia seguinte para outro estado e está até hoje foragido, “não tem coragem de voltar nem com a UPP no morro”, conhece outros casos como o dele e sabe o destino dos que ousaram desafiar o poder do narcotráfico no morro mesmo em assunto, aparentemente tão corriqueiro.

E assim, segue a vida na favela. O discurso é um e a prática, outra. O receio dos poderes vigentes os leva a descrever uma vida idílica em uma favela carioca, sem medo de tiros, sem problemas com bandidos, sem dificuldades cotidianas. Talvez por falar todos os dias sobre a vida “inventada” acabam por acreditar nela.

### 2.2.13. Uma invenção de cidade e uma invenção do trabalho na moda

Platão descreveu uma caverna sem luz no livro VII de A República. Os seres humanos que a habitavam conheciam a luz apenas através de frestas, pequenas aberturas na escuridão. Acorrentados, direcionados a olhar apenas para a parede do fundo, só conseguem distinguir sombras. Ali nasceram e cresceram, está é a realidade de suas vidas. Ouvem os sons de fora e pensam que as sombras além de se mexer possuem voz. Uma vida inventada como se a real estivesse presente na imagem projetada na parede da caverna.

Diversas vezes durante a pesquisa pensei em Platão e no mito que criou para descrever a dinâmica entre linguagem e conhecimento em direção a educação de indivíduos soberanos em busca de um Estado Ideal. Não foram poucas as ocasiões em que ao sair da favela, me senti cega com a luz de fora. Em uma feira de economia solidária realizada na Praça Corumbá, localizada exatamente na fronteira entre a favela e o bairro na Rua São Clemente, no início da primavera de 2012 experimentei mais uma vez esta sensação.

A feira foi organizada para aproveitar o período da nova estação. O bairro estava empenhado em um evento do polo gastronômico e vários eventos aconteceram ao mesmo

tempo na área delimitada pela Prefeitura. No início do bairro vizinho, o Humaitá, uma feira de artesanato acontecia no mesmo horário que a da Santa Marta.

Não fomos visitados mesmo com as oficinas e apresentações culturais em ação. O tráfico de pessoas nesta parte da Rua São Clemente é pequeno. Durante muitos anos foi evitado pelos moradores do bairro que temiam encontrar personagens estranhos e até mesmo perigosos pelas ruas. No entanto, ao deixar a feira da Praça Corumbá e ao me dirigir a feira do Humaitá, depois de termos resolvido fechar nossas barracas mais cedo devido ao fracasso de público, deparei-me com ruas lotadas, músicas, danças e venda de produtos artesanais e inclusive com a venda de uma ponta de estoque de famosa marca carioca com a presença da estilista em carne e osso.

Interessante foi que houve uma proposta para que a Associação de Moradores do Humaitá fosse convidada a se juntar a coordenação da feira da Santa Marta por parte de um dos moradores da favela não aceita pelo grupo. Do mesmo modo, houve também a proposta para que nos juntássemos a feira do Humaitá também sem acordo. Nenhum dos lados queria abrir mão de seu espaço, arraigados na certeza de que era o melhor. Como diria Zuenir Ventura, “cidade partida”, partida ao meio entre sombras e luz.

Na favela Santa Marta existem vários serviços aos moradores como bares, lojas de roupas femininas e infantis, padarias, igrejas, agencia bancária, empreendimentos dos moradores presentes também em estabelecimentos em ruas próximas ao morro. E existe também a precariedade de serviços públicos, não é fácil contar com água escorrendo dos chuveiros, por exemplo. Postes de luz? Poucos. De um lado, o poder público justifica a ausência ao culpar a violência e do outro os moradores questionam: não seria a segurança também uma ação pública? Por isso as UPPs. As UPPs estão aqui e onde estão os serviços públicos? O diálogo não alcança uma conclusão e ecoam os sons na escuridão da caverna de Platão.

Uma sociedade dentro de uma grande sociedade é a clara representação do asfalto. Classes sociais distribuídas entre áreas, as mais nobres próximas ao asfalto. As mais pobres ficam sempre de fora dos serviços essenciais de urbanização e longe de acessos a cidade. Algumas casas foram construídas com tijolos e telhas outras a bricolagem da falta de recursos financeiros.

“A necessidade da invenção é dada pela convenção cultural e a necessidade da convenção cultural é dada pela invenção em, um diálogo constante entre duas concepções ou pontos de vista ou pontos de vista simultaneamente contraditórios e solidários entre si,”

(WAGNER, 2010, 96), assim é a vida da favela inventada de cidade. As ordens convencionais estão aplicadas em um universo perto de caótico em uma aparente tentativa de racionalização de forma a compreender e ordenar o coletivo.

Da mesma forma, podemos pensar sobre as roupas confeccionadas em grupos de costureiras em áreas periféricas da cidade na periferia da indústria da moda. Não uma moda criativa e sim uma moda inventada de urbanidade e “inútil e invendável se não tiver uma aplicação significativa na vida das pessoas”. (WAGNER, 2010, 109).

As peças produzidas nos grupos são geralmente destituídas de significado tanto quando mão de obra para marcas famosas ou quando tentativa de criação de moda do grupo ou individualmente pela costureira no reaproveitamento de matérias primas atiradas fora pela indústria.

Testemunhei ser fundamental a presença do professor, da família e dos grupos sociais para a criação de valores e afeto, para gerar comunitariamente resultados práticos conscientes. Diferente das formas de ensino tradicionais, a educação não pode ser somente um discurso do plano imaginário. Pode ser que o caminho seja encontrar um meio termo, com o auxílio do professor, como mediador e filtro das informações, pois nenhum problema se resolve somente nas ações e práticas se o indivíduo não consegue reconhecer o que há por trás dessa prática e nem somente na teoria. Deve haver um equilíbrio entre caminhos.

Segundo avaliar o professor Muniz Sodré (aula ECO UFRJ, 2011) é preciso adotar a visão comunicacional atravessada por diversos discursos, seja o antropológico, o psicológico, e a vivência, de maneira conjugada e harmônica. A harmonia ocorre não mais pela divisão entre as áreas, mas sim pelo laço invisível que liga os acontecimentos e ações, sem departamentos e burocracias para separar os ramos, pois a educação não é objeto único de um segmento. Está na vida e espalhada nas vivências e múltiplas disciplinas. Portanto, não se deve seguir a divisão das leis e nem isolar os temas e sim permitir que o laço invisível atue naturalmente na comunidade num processo de rede.

Tanto nas dependências da precária sede do “Costurando Ideais” como na beleza e nobreza da área de comercialização do projeto Rio ECOSOL em Copacabana, os resultados obtidos após o conflito entre teoria e prática e na apresentação de duas teorias conflitantes, mostraram-se os mesmos: declínio da participação de indivíduos e grupos ao perderem o interesse pelo projeto.

Sonia de Oliveira, costureira, insistia na afirmação: “É sempre assim em todos os projetos de que participei, falam uma coisa, mas na hora de fazer, é outra completamente

diferente, só querem se aproveitar da imagem dos grupos, dizer que estão ajudando mas de verdade não tem nada”. Os participantes de projetos sociais em áreas periféricas parecem concordar. Concluem que não há formação real em educação, percebem que não houve melhoria nem de técnicas administrativas e nem do produto confeccionado e desistem. Passam a dedicar-se a atividades mais rentáveis tais como trabalhos de conserto e facção para as costureiras e busca de colocações no setor formal para os outros artesãos. Optam pelo modelo conhecido, concluem que “eu tinha razão, é sempre a mesma coisa, estes projetos nunca dão certo na prática.”

De certa forma, tem minha concordância. As rápidas oficinas visando exposição de produtos “inovadores” e “criativos” em feiras de negócios, desfiles de moda e pontos de venda, não trazem aprendizagem de forma concreta para a inserção em um mercado de trabalho tecnicamente tão exigente como o da moda. Os clientes desejam peças produzidas com esmero, o acabamento precisa ser visualmente perfeito, afinal pagam pequenas fortunas por seus objetos de desejo “investido com o poder e excitação do exótico e da boa vida, o produto carrega esse poder e essa excitação para o cotidiano, renovando e recriando seus significados.” (WAGNER, 2010, 114). E, se carrega significado precisa dizer: sou absolutamente perfeito sem defeitos. As costureiras geralmente não obtiveram o conhecimento técnico necessário para realizar tal trabalho.

### **3. COSTURANDO IDEAIS**

#### **3.1. ANTES DA PACIFICAÇÃO**

Conheci o grupo “Costurando Ideais”, quando estive presente em uma feira de artesanato na sede de FURNAS, empresa pública de geração de energia, localizada em Botafogo, zona sul do Rio de Janeiro. Eventualmente de forma a apoiar a comercialização dos produtos reciclados e artesanais desenvolvidos pelo grupo em datas comemorativas tais quais Dia das Mães, Páscoa e Natal, FURNAS organiza um espaço de venda em sua sede para ao mesmo tempo em que mostra para os funcionários os projetos em que atua de forma solidária também possibilita aos grupos, a divulgação e venda em suas dependências.

No ano em que as conheci, as mulheres do grupo, haviam concluído, recentemente, uma participação em um projeto da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN) denominado Arte & Indústria, realizado durante três semestres entre os anos de 2005 e 2006,

projeto esse que afirmava ser a consolidação de uma proposta de política pública, capaz de apontar uma nova via para a promoção dos direitos humanos e da qualidade de vida da sociedade.

Eduardo Eugenio Gouvêa Vieira, presidente da FIRJAN, declarou em carta de apresentação no catálogo do projeto Arte & Indústria, que frente à desigualdade social em comunidades formadas por população com alto índice de desemprego, baixo índice de escolaridade e pouca renda familiar, compreenderam que deveriam dar mais atenção a dois pontos que ainda pareciam frágeis no processo de desenvolvimento sustentável em áreas periféricas da cidade. Planejamento administrativo e acesso ao mercado consumidor a partir da criação de cooperativas de produção e grupos de oficinas, muitas vezes resultantes de cursos de formação em atividades artesanais. ( Revista ARTE & INDÚSTRIA, 2005, p.3)

Quatro grupos atuantes em áreas periféricas participaram do Arte & Indústria: Artesãs da Maré, Costurando Ideais, Mulheres em Ação e Nós da Trama, depois de selecionados por um concurso. Os grupos enviavam uma peça criada e produzida pelas participantes e as melhores eram contempladas com a assessoria e consultoria da área de moda da FIRJAN. O processo consistia em contratar uma estilista iniciante na moda e através do trabalho da estilista com o grupo, criar uma marca de identidade responsável por levá-las a alcançar o sucesso almejado no mercado consumidor de moda tanto para o grupo como para a estilista, modelo já desenvolvido pela Cooperativa de Trabalho Artesanal e de Costura da Rocinha Ltda. (COOPA ROCA), famoso entre os “fashionistas” como “o que deu certo”, lideradas pela socióloga Maria Teresa Leal.

Em entrevista na Livraria Argumento no Leblon em 2012, Maria Teresa apresentou um resumo de sua atuação com o COOPA ROCA.

Algumas pessoas me consideram do mau, outras do bem, não sou nenhuma coisa nem outra, sou humana. Sempre tive consciência social e busquei um trabalho que me completasse tanto na área social como profissional. Já conhecia a Rocinha, ia sempre por ali quando era criança, buscar água em uma fonte com meu pai, naquela época o abastecimento de água era precário no local mesmo para os moradores da área urbana. (LEAL, 2011, entrevista)

Estudante de Ciências Sociais e admiradora do educador Paulo Freire, começou a trabalhar como voluntária na favela e ficou. O ficou já dura 25 anos e entre sucessos e derrotas, o fato é que independente de admirações ou críticas, ela permanece no seu trabalho com o grupo. “Já chegamos a trabalhar com 100 artesãs e agora, alguns dias abrimos, outro fechamos. Estamos com um grupo reduzido.”<sup>19</sup> Maria Teresa concluiu:

---

<sup>19</sup> No segundo semestre de 2012, a COOPA ROCA abriu uma loja em um dos shoppings mais elitistas do Rio de Janeiro. O São Conrado Fashion Mall localiza-se em frente a favela da Rocinha, sede do grupo de costureiras.

Não desisto, continuo com o grupo, já desfilamos em Paris, já tivemos exposição no MAM em conjunto com o estilista francês Christian Lacroix. Perdemos quase tudo por gestões mal lideradas por órgãos públicos e privados que, esses sim, só querem aparecer como bondosos e conseguir espaço na mídia sem a menor compreensão do que seja, de fato, o trabalho social. (LEAL, 2011, entrevista)

Discreta, não diz nomes e nem acusa ninguém em especial e promete: “tenho novos projetos, vou continuar com o grupo e procurar atingir o objetivo real; levar trabalho e renda para as mulheres da Rocinha.”

No Arte & Indústria, quatro estilistas tornaram-se responsáveis por cada grupo selecionado e durante os três semestres, relativos a três edições do Fashion Rio (evento de moda apoiado pela FIRJAN). Tinham como missão: desenvolver coleções com as costureiras a serem apresentadas nos eventos ao mesmo tempo em que as “capacitavam”. Após o ano e meio de convívio com o mundo da moda seriam consideradas aptas em relação a planejada inclusão no mercado de trabalho.

Layana Thomaz, a estilista responsável pelo “Costurando Ideais”, em entrevista em agosto de 2012 na loja da Reserva na Galeria River em uma mostra e venda de sua nova coleção, afirmou não saber nem modelar nem costurar. Teria sido contratada para fazer a criação de uma coleção em conjunto com as costureiras do grupo com a identidade da favela e das histórias das mulheres de forma a criar uma marca. Sem experiência com o cenário de uma favela e com os moradores, Layana visitava o grupo algumas vezes na semana e através do conhecimento estabelecido em entrevistas e dinâmicas, construiu a “*cara e a alma*” das mulheres. Considerou o bordado e o reaproveitamento de retalhos doados por grandes marcas, o ponto de partida e desenvolveu uma coleção com um modelo de blusa e um de saia envelope dupla face.

Em nossa conversa, deixou claro que não acredita em falta de conhecimento e sim em falta de comprometimento (discurso que ouvi por diversas vezes ao longo da pesquisa, quase poderia ser chamado de censo comum em relação aos trabalhadores das favelas). Considera que as participantes do projeto não queriam estar ali, não tinham vontade de aprender “*coisas novas*”. Após o desfile e o fim do contrato, a estilista nunca mais voltou ao morro e não tem notícias sobre como foi o desenvolvimento do trabalho. Diz as ter visto algumas vezes no jornal e que preferiu montar outro grupo de costureiras em seu ateliê de trabalho.

Da marca que Layana deixou, (o nome já existia) sobraram as roupas desfiladas no Fashion Business durante as edições dos dois semestres de 2005 e o primeiro de 2006, vendidas posteriormente em feiras de artesanato. As modelagens construídas para os desfiles continuaram a ser utilizadas com pequenas simplificações; a saia, por exemplo, tornou-se uma

face. Eram consideradas pelo grupo como o “nosso carro chefe”. Fora o reaproveitamento de retalhos de malha transformados em saias (retalho unido a retalho em uma modelagem básica) não havia outro produto. A criatividade das peças desfiladas nos grandes eventos de moda causa impacto nas clientes.

Quando as entrevistei para o que seria o projeto de pesquisa em junho de 2008, falava-se em “novo projeto do governo do estado”. Era os meses anteriores a pacificação e já havia certa movimentação. O telefone sem fio da favela encontrava-se em franca ebulição. No espírito do ar na Santa Marta, havia a convicção da chegada de um novo momento em relação a políticas públicas na cidade. Durante o encontro com três mulheres do “Costurando Ideais”, (Sonia, Lourdes e Maria) ouvi pela primeira vez a referência ao que seria a futura Unidade de Polícia Pacificadora (UPP).

Naquele momento, pretendiam “renascer”, lideradas por duas das componentes que se consideravam fundadoras do grupo e buscavam um produto com identidade, completamente esquecidas da marca construída durante o projeto Arte & Indústria com a estilista Layana Thomaz no exercício do Arte & Indústria.

Resumiam identidade a um “produto criado com a “nossa cara” para ser vendido para os turistas, frequentadores futuros do morro no novo projeto do governo do estado”. Diziam jamais terem sido representadas por nenhuma ONG ou instituição governamental. Afirmavam que todos os acontecimentos eram sempre interesses momentâneos gerados pela necessidade de estar “fazendo algo” considerado de cunho solidário apenas para aparecer na mídia ou apresentar resultados “falsos” para parceiros estrangeiros de projetos de ONGs. Da imprensa diziam: “as notícias dos jornais mostram tudo do jeito deles”, em outras palavras, “eles aumentam a realidade, dizem que o grupo participa de um monte de desfilas e feiras” e completaram, “temos bons contatos com a imprensa, eles gostam de notícias sociais”.

A que parecia no contato inicial ser a mais consciente das participantes, Sonia, dona de um discurso engajado, desejava formar um grupo “de forte identidade”. Trabalhar em prol da comunidade na geração de empregos e renda para as mães de família do Santa, de forma que ao trabalhar perto de casa, pudessem cuidar dos filhos na favela. Afirmava com bastante convicção:

Não existe mais espírito comunitário, cada um pensa em si próprio. Já existiu, a favela foi erguida com a participação do trabalho de todos, nos uníamos para construir os barracos em mutirão durante a noite, um cuidava dos filhos dos outros, isso acabou depois da chegada dos nordestinos e dos meninos do tráfico. (Sonia, 2008, entrevista)

Mostraram-se indignadas com as ONGs e cursos de órgãos públicos. Denunciaram não ter nenhuma delas se preocupado em, de fato, capacitar o grupo ou colaborar com sua formação. “Na realidade, a gente não tem a menor ideia do que essas ONGs fazem aqui”, completou Maria.

Já em 2009, ao ser convocada pelo grupo para ajudá-las nas reuniões durante a preparação para um desfile a ser apresentado durante o evento de celebração do Dia da Consciência Negra no primeiro ano de pacificação, antigas e novas participantes do grupo de costura, declararam que o clima no morro estava diferente. Naquele momento não sabiam dizer se para o bem ou para o mal. No entanto, sentiam-se mais seguras, principalmente protegidas pela presença da Capitã Priscila, chefe da UPP Santa Marta e em 2011, promovida a chefe de todas as UPPs do Rio de Janeiro.

Em 2008 não havia o menor interesse em conhecer o projeto de segurança pública, um ano após a primeira entrevista, entretanto, pude observar a presença de um laço de confiança estabelecido entre alguns moradores e a força policial representada pela Capitã no “novo projeto do governo do estado”. Mesmo que as integrantes do Costurando Ideais não percebessem, várias vezes, em situações de conflito entre elas próprias ou entre outros moradores, logo alguma voz se levantava e dizia alto: “vou até a UPP chamar a Priscila”. Algumas vezes Priscila vinha. Ouvia e tentava negociar com as partes a melhor solução para o problema.

Jovem, simpática e nas palavras de uma bordadeira do Costurando Ideais, “*uma de nós*”, Priscila estabeleceu uma ponte de comunicação entre o grupo de mulheres reconhecido pela comunidade e a força policial. Colaborou com as costureiras, bordadeiras e artesãs, transportando os retalhos doados pelas marcas. Comprava os produtos para presentear amigos e familiares. Participava dos desfiles e eventos como espectadora e apoiadora.

A aproximação da força policial com a favela dá-se até o presente momento através da formação de laços afetivos no cotidiano e em eventos esparsos apoiados pela UPP tais como as primeiras aproximações da capitã com o grupo de costura entre as mulheres e seus filhos. Já com os homens, principalmente jovens, a aproximação é mais difícil e tensa. Os policiais são geralmente considerados como força repressora.

O modelo de aproximação pelo afeto na convivência com as mulheres contrasta com a presença de policiais armados. Na demonstração de poder na fase inicial da ocupação, por

exemplo houve proibição dos bailes “funk” morro através de imposição de horários e localização de eventos. Um policial afirmou:

É tática de guerra, é estratégia militar e se é guerra não é zona de paz, não está tudo bem, estamos em período de dominação de território inimigo. Não existe bandido bonzinho, um amigo meu participou da ocupação do Complexo do Alemão, ele morava lá por perto. Alguns dias depois, os caras foram lá, ele estava voltando da padaria e descarregaram a arma nele. É guerra. ( Policial da UPP, entrevista, 2011)

Mais um ano se passou e fui convocada mais uma vez para colaborar na produção de um desfile de moda do grupo. Aqui vale explicar a razão de tantos convites de produção de moda. O grupo sabia de minhas experiências profissionais como compradora de moda, conhecia meu “estilo” ao costurar minhas roupas durante alguns anos ( desde 2006), eu doava revistas, pedia para que confeccionassem algumas peças, na realidade, mantínhamos uma informal relação de estilista-produtora de moda e costureiras e assim, naturalmente fui “adotada” pelo grupo.

Naquela ocasião, diziam comemorar dez anos de atividades e a conclusão de um curso de corte e costura, finalização de um projeto realizado com o apoio de uma ONG italiana em parceria com o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE). Soube mais tarde, que na realidade, o apoio era parte do início de um projeto consideravelmente maior, a ser aplicado de forma ampla a quatro favelas, parte de ações posteriores a ocupação militar nos morros selecionados, de forma a participar de um projeto da Secretaria de Desenvolvimento Econômico Social (SEDES), vencedora de um edital do governo federal do órgão Programa Nacional de Segurança Pública com Cidadania (PRONASCI), cuja ação, na cidade do Rio de Janeiro leva o nome de UPP.

Para preparar o terreno durante o mapeamento do morro e personagens principais na pré- fase do projeto Rio Economia Solidária, em um complemento a pacificação a partir de ações sociais, especificamente relacionada, a grupos de trabalho ou empreendedores independentes do terceiro setor, público alvo do projeto, houve o estabelecimento de processos iniciais, tais como o exemplificado pelo Costurando Ideais na favela Santa Marta.

A SEDES pretendia através de um projeto de educação popular liderado pelo Centro de Ação Comunitária (CEDAC) e pela pesquisa da situação atual da favela e seus moradores pelo Núcleo de Solidariedade Técnica da UFRJ (SOLTEC), preparar os moradores das favelas participantes no projeto e trabalhadores do terceiro setor, para a inserção ao mercado de trabalho nos moldes da economia solidária de forma a concretizar a inclusão das favelas a vida na área urbana da cidade após o afastamento em decorrência da guerra entre o poder do narcotráfico e da polícia carioca nos anos de chumbo da cidade partida.

### 3.2. OS PERSONAGENS

Rua das Oliveiras, na estação dois do plano inclinado, primeiro andar da Igreja Evangélica do Pastor Reginaldo, em frente à casa de Thande Firmino. A porta é de madeira e range forte ao abrir. Um salão grande guarda as máquinas de costura, a mesa de corte e alguns móveis doados por empresas. Do lado esquerdo fica um mini fogão, usualmente usado em acampamentos, um arquivo gasto e com gavetas emperradas, um armário para guardar aviamentos e montes de retalhos largados e dispostos em pilhas pelo chão. As paredes parecem ser frágeis, a pintura está gasta. Quando houve a necessidade da troca da mesa de corte no salão, um pedaço de parede acabou na mão de uma das costureiras.

Em baixo desta mesma mesa ficam os rolos de tecidos doados pelo Rio Solidário.<sup>20</sup> A precariedade da construção do espaço deixa muitas portas de entrada para infiltrações. Erguido por cima de um antigo lixão (segundo informações de vários moradores que acompanharam as etapas de construção do prédio), o Costurando Ideais está sempre úmido. Os tecidos passam por várias fases na estocagem: molhados pela chuva, úmidos pelo tempo, rasgam e mancham. O cheiro de podre está impregnado nas roupas, cheiro de lixão.

É difícil precisar a data de criação do grupo. Entretanto, é unânime a resposta para o local de seu surgimento. Foi na sala de encontro da Igreja Católica entre os anos de 2000 e 2002. É provável que tenha sido assim mesmo, sem data certa.

A formação de grupos femininos reunidos para costurar roupas para crianças pobres é prática comum nas paróquias católicas. Não foi diferente na Igreja do morro Santa Marta. A freira responsável pelos trabalhos sociais da comunidade iniciou dentro da favela, a prática do asfalto.

O grupo de ex- alunos do Colégio Santo Inácio, realizava, na creche, o mesmo trabalho com as mulheres da favela. Organizam-se em grupos e fazem o que as mulheres aprendem desde crianças, ensinadas por suas mães, tias e avós: costura-se, borda-se, faz-se crochê. As senhoras da sociedade uniam-se assim as mulheres da favela. Depois de criadas as peças, organizavam desfiles. Gabriela Lins, filha de ex- aluno do Colégio Santo Inácio, participou de alguns eventos.

A minha mãe participava do grupo de mães costureiras. Pelo que me lembro, elas se reuniam e costuravam peças para serem vendidas em benefício da creche PONSÁ. Então, organizavam desfiles. Era um almoço ou chá e nós,

---

<sup>20</sup> O Rio Solidário- obra social do Rio de Janeiro- tem como missão unir esforços do Estado, da sociedade civil e da iniciativa privada para o desenvolvimento de projetos de responsabilidade social. Disponível em [www.riosolidario.org](http://www.riosolidario.org). Algumas vezes, confecções doam retalhos de malhas e tecidos, outras a Receita Federal doa materiais apreendidos durante ações de busca.

as filhas éramos as modelos. Não íamos à favela, os eventos eram dentro do Santo Inácio. (LINS, 2013, entrevista)

O “Costurando Ideais” é um destes grupos com uma pequena e crucial diferença. Durante as décadas de 1970 e 1980, as ONGs não estavam presentes. Após as reformas das creches nos anos 80, os 90 “foram confusos e, em certa medida, de retrocessos.” Foi a partir de 2000, a retomada da articulação comunitária, lembra Itamar Santos. Durante a última década, já no século XXI, o interesse de ONGs internacionais se instalou no Santa.

O grupo de costureiras, liderado por uma ativista da favela e da Igreja, Anita Barbosa, recebeu a visita de consulados. Anita achou melhor reunir as mulheres para que se organizassem e um dia, resolveu que era preciso que o grupo tivesse um nome. Nesta reunião, cada uma escreveu uma palavra ou várias em pedaços de papel. O escolhido, após muito debate: “Costurando Ideais”.

Com as máquinas de costura recebidas e o nome criado vieram os conflitos. Anita Barbosa era a líder natural, ao menos se considerava como tal. Foco do interesse do mercado social, instituições nacionais e estrangeiras se interessaram pelo trabalho do grupo. Nesta formação estavam em 2004: Anita Barbosa, Maria de Lourdes de Jesus, Sonia Maria de Oliveira, Antonia Farias, Claudia da Silva e duas Marias.

O espaço na Igreja era amplo e arejado. As máquinas eram novas e funcionavam perfeitamente. Os aviamentos ficavam guardados em uma pequena sala. Linhas e botões perfeitamente arrumados por cor e tamanho. Sem umidade e chuva e com o apoio da Igreja, prosperaram.

Parceira da Igreja, Anita conseguiu mais um espaço. Aos sábados montavam uma barraca em frente ao prédio católico para vender a produção da semana. Com o dinheiro arrecadado, compravam tecidos e aviamentos, dividiam o lucro das vendas entre o grupo. Organizavam desfiles para chamar a atenção de mais ONGs e instituições.

Os debates e discussões começaram assim que os convites para participar de eventos e feiras de moda foram feitos e aceitos. Os conflitos interpessoais falaram mais alto assim como os interesses financeiros. Já sem a liderança da Igreja e do grupo de ex-alunos do Colégio Santo Inácio, em voo solo, perderam o rumo.

No mesmo período, a Igreja fechou o prédio para reformas e o Costurando precisou mudar de endereço. Anita Barbosa também mudou de casa, foi da favela Santa Marta para Niterói. As duas Marias ficaram menos presentes. Coube a Lourdes de Jesus e a Sonia de Oliveira, a procura por outro local. Claudia seguiu o marido para o nordeste.

Desta vez, se estabeleceram na Igreja Evangélica do Nazareno, próxima ao cantão ao lado da oficina de Edilson Benedito, em frente à casa de uma das Marias. O narcotráfico também fazia ponto por ali e este ano foi de poucas ações. Lourdes, Sonia, Antonia e uma das Marias, esta foi à formação que permaneceu. Encontravam-se duas ou três vezes na semana para tentar repetir o modelo aprendido durante os anos de funcionamento na Igreja Católica. Pegaram serviços de conserto e alguns trabalhos de facção. Permaneceram por ali até que o pastor pediu o espaço, queria organizar uma escola religiosa para as crianças. Em 2009, chegaram a mais uma igreja. Desta vez, pagando aluguel para o pastor Reginaldo.

### 3.3. COSTUREIRAS?!

Embora as participantes do grupo de costura afirmem que o “Costurando Ideais” existe desde 2000, os registros demonstraram outras datas. De fato, é provável que um trabalho em conjunto visando à comercialização e o lucro, tenha iniciado apenas após 2004.

As costureiras são mulheres da favela que possuem conhecimentos básicos de corte e costura. Autodidatas, não frequentaram cursos técnicos nem possuem conhecimentos sobre modelagem e composição de tecidos. Aprenderam a utilizar as máquinas de costura industriais com os técnicos dos fabricantes quando da instalação das mesmas.

Considere para efeito de pesquisa, Lourdes, Sonia, Antonia e Claudia como as integrantes- núcleo do Costurando. Durante os dias de trabalho e de entrevista, observei que embora algumas outras mulheres demonstrem participações esporádicas durante as poucas oficinas realizadas acabam se desligando e procuram outras atividades. As quatro mulheres, entretanto, permanecem.

Dividi o grupo entre protagonistas e coadjuvantes, as que chegaram ao grupo para participar de oficinas de costura e bordado, mas o deixaram ao término das atividades. O “Costurando Ideais” como grupo em formato de associação ou cooperativa esteve em atividade por três anos, entre 2004- 2007 e pós este período não manteve organização ou diretriz de trabalho.

As protagonistas levaram as máquinas de costura, tecidos e aviamentos de um lugar a outro. Utilizavam as máquinas para serviços próprios. Antonia, por exemplo, é conhecida como uma boa costureira para consertos e para desempenhá-los, utiliza as máquinas e instalações do Costurando Ideais. Tanto na primeira locação como na segunda (igrejas católica e do Nazareno) não pagavam aluguel nem contas tais como luz ou gás. Sobreviveram deste modo, com a solidariedade das igrejas e com os poucos serviços que prestavam. Nas

poucas vezes em que estiveram reunidas em trabalho conjunto foi para agir como mão de obra de facção a serviço de uma marca do asfalto.

Entre as 15 mulheres que passaram como costureiras pelo grupo durante o período compreendido pela pesquisa de campo (julho de 2009 a dezembro de 2011), todos eram moradoras da favela. Apenas uma, Andréia, chegara recentemente, por volta de 2008 ao Rio de Janeiro, as outras nasceram e foram criadas no Santa ou moravam no morro a mais de 10 anos.

Casada, um filho, Andréia veio com o marido para o Santa Marta em busca de emprego. O marido foi trabalhar em um restaurante de comida japonesa em Botafogo, o filho matriculado em uma escola pública na Rua da Matriz, endereço em frente ao morro. Com as tardes livres e sem conhecer ninguém na favela, Andréia viu o cartaz do curso na primeira estação do plano inclinado. Descobriu que o “Costurando Ideais” ficava em frente a sua casa, na verdade, era possível ver tudo o que acontecia na sede do grupo da janela de seu quarto.

O curso de corte e costura ministrado pela professora Cristina Dutra teve início em abril de 2010 e término em dezembro do mesmo ano. Quando as mulheres inscreviam-se para o curso, recebiam a promessa de que um diploma de costureira as aguardaria ao final. Na ocasião, tanto a professora de corte e costura como o aluguel da sede, eram pagos pela ONG, Associazione Ricreativa Culturale Italiana (ARCI) como parte de uma ação social voltada a inclusão social na favela Santa Marta.

Do grupo, Andréia era a única que sabia modelar e costurar. Havia feito cursos no nordeste e se inscreveu por dois motivos: para fazer amigas na favela e para conseguir o diploma. Não atingiu nenhum dos objetivos. Discussões eram comuns durante as aulas. E Andréia assustava-se:

Na minha cidade e no meu bairro não é assim. Aqui, na Santa Marta, as pessoas vivem desconfiadas e brigam sem parar. Sempre acham que os outros querem tirar vantagens e então se aproveitam primeiro. No Costurando é sempre essa briga. Estão sempre dizendo que sumiu alguma coisa, que alguém roubou. Não gosto daqui. Quero voltar para perto da minha família e de meus amigos. ( Andréia, entrevista, 2011)

Como era a única que sabia costurar e além, era pontual e organizada, acabou por ganhar uma atenção especial da professora. E dizia: “A Dona Lourdes e a Sonia não gostam de mim por causa disso.”

Foi Andréia quem confeccionou a maioria das roupas do curso e do posterior desfile. Inclusive, se não fosse ela a cortar, não havia roupa nenhuma. Só ela sabia modelar e cortar. A professora Cristina Dutra, responsável por ministrar as aulas, dizia que as alunas não

compareciam as aulas e as alunas a acusavam de chegar atrasada e de não ter atenção para todas. Acusações voavam de todos os lados e foram raros os momentos de concentração e calma. Cristina conta:

Fui contratada pela Laura Burocco, representante da ARCI aqui no Brasil. Já a conhecia de outros projetos sociais com costureiras. Já dei aulas por lá e a Laura também esteve por lá. Quando ela me contactou combinamos que daria aulas durante duas a três tardes por semana para um grupo de mais ou menos dez mulheres. O objetivo era tirar o Costurando Ideais do buraco e formar um grupo novo, mais jovem. ( DUTRA, entrevista, 2011)

As mais antigas não compareciam as aulas. Sonia trabalha no posto de saúde Padre Velloso e costuma ir ao grupo à noite ou nos fins de semana. Antonia passa por lá durante o dia para costurar encomendas das moradoras do Santa ou terminar os consertos de roupas, faz bainhas, prega botões, aperta ou alarga as peças. Lourdes leva as chaves da sede. É ela quem toda manhã abre portas e janelas para que as alunas possam frequentar as aulas.

E as aulas passaram a acontecer de manhã. Primeiro problema a ser enfrentado, chegar a um consenso sobre a tabela de conteúdos e horários das aulas. Após intenso debate definiu-se que as aulas teriam lugar em um horário flexível. Cristina resolveu facilitar o cotidiano das alunas. Como ela é professora e costura figurinos para peças de teatro, poderia usar as máquinas do Costurando Ideais.

Deste modo, o curso começava entre 11 horas e meio dia e estendia-se até as 18hs. Cristina organizou duas turmas; quem não podia ir à tarde, passava por lá de manhã. Ela dava umas dicas, corrigia as peças em andamento ou prontas.

O que poderia ser uma vantagem mostrou-se um erro. As aulas deixaram de ser organizadas e o conteúdo se perdeu. Andréia de posse da apostila do curso perguntou a professora: “Mas quando é que você vai ensinar o que está aqui? Você fica na máquina costurando as suas peças, dá qualquer coisa para a gente fazer. Não estou entendendo para que é esse curso.”

Raimunda, dois filhos, casada, estudante do terceiro ano do ensino médio no Tele curso da Santa Marta só tem aulas à noite. A filha mais velha cursa o ensino médio em uma escola pública em Botafogo e o filho está no ensino fundamental. Os dois vão sozinhos para a escola, o marido para o trabalho e Raimunda fica com o dia inteiro a sua própria disposição. Curiosa, determinada e inteligente quer aprender a modelar, cortar e costurar. Desvenda o segredo da arte de costurar: para conseguir montar uma roupa do começo ao fim é preciso conhecimento sólido de modelagem. Gruda na professora e aprende. Cristina atesta: “Raimunda foi à única que aprendeu a costurar, Andréia já sabia e as outras oito alunas

dominaram, ao final do curso, princípios básicos.” E o que seriam os básicos? “Colocar a alinha na agulha da máquina, conseguir uma costura reta, aprender a fechar as peças.”<sup>21</sup>

Rosângela é mãe de três meninas. Reticente não fala sobre o marido, inclusive nem ao menos se é casada ou solteira. Uma das meninas, dois meses, necessita de sua atenção constante e, por isso, a acompanha nas tardes de aulas de costura. Seus dois irmãos morreram no dia da pacificação no Santa, em fuga dentro da mata, no confronto com a polícia militar e por esta razão: “minha mãe ficou sem condições de fazer nada, nem consegue me ajudar com as meninas.” Aprendeu a costurar Rosângela? “Nadica de nada. No dia em que a Cris ensinou a colocar a linha na máquina, a neném ficou chorando o tempo todo. Não deu. Só sei costurar mesmo na mão, aí dá.”

Elisa, dois filhos, casada. Seu marido é dono de uma pequena loja nos moldes de uma venda do interior do país, próxima a Associação de Moradores. Além de balas, doces, biscoitos e refrigerantes, dispôs duas televisões conectadas a jogos de videogames no interior de sua propriedade. Quando chega do colégio, seu filho mais velho fica por ali. O menor, Elisa levava as aulas do Costurando Ideais. O que você aprendeu Elisa? “A fazer flores de tecido, de todos os tamanhos. Quando a Cris não pode dar aulas, naquele mês que ela foi para a França por causa de um projeto de costura lá, ela arrumou uma professora de flores. E eu aprendi a fazer todas.” E a costurar? “Ah, isso não. As aulas eram muito complicadas: tinha, não tinha, eu nunca sabia qual era à hora certa da aula.”

Elisa concordaria com a filósofa Hannah Arendt na defesa de uma educação conservadora e na autoridade exercida dentro da sala de aula. Assim como Arendt, não na apologia ao autoritarismo sem sentido e sim na clareza de limites, deveres e direitos entre professores e alunos na busca de uma educação voltada para o aprendizado concreto. (ARENDR, 2009, 27)

O grupo se completa com mais quatro personagens; a mãe e a prima da Raimunda que frequentaram algumas aulas e duas amigas de Lourdes do coral. Como era mesmo o nome delas? Ninguém se lembra e não existem folhas de chamada. Laura Burocco já voltou para a Itália e não há como conferir.

Esta foi a primeira formação do grupo após o curso de corte e costura. Um mês após a finalização e a formatura celebradas com um desfile na favela, sem a distribuição dos

---

<sup>21</sup> Fechar uma peça de costura: receber as partes de uma peça, por exemplo, um vestido e juntar uma parte a outra na máquina de costura.

diplomas solicitados por Andréia à professora e a representante da ONG, o grupo, mais uma vez, se desfez. Lourdes, Sonia e Antonia permaneceram.

Em 2012, nova tentativa para aumentar o número de costureiras no grupo. Afinal, para existir um grupo torna-se necessário que se cumpra o fator essencial: pessoas precisam estar presentes. Ficou decidido em reunião entre as costureiras e Laura Burocco, a montagem de novo curso: desta vez um de bordado e outro de modelagem. Devo dizer que o de modelagem foi insistência minha, nenhuma das três (L S A) o considerava relevante para a prática da costura.

Cartazes e folhetos foram distribuídos pela favela, poucas alunas apareceram. Não há mulher no Santa que não conheça o Costurando e suas histórias. Na fila do bondinho tentei arregimentar algumas: “Aparece lá no Costurando, vai ter curso novo. Naquele grupo lá na segunda estação? Nem pensar. Só dá briga e confusão. Prefiro trabalhar em paz, sozinha, na minha casa.” Alguns amigos me deram o seguinte conselho: “Larga disso, esquece essa história. Para dar certo tem que fazer um novo. Foram tantas brigas e confusões que ninguém vai querer aparecer lá não.”

Algumas apareceram para aprender a bordar. Uma turma da igreja evangélica decidiu enfrentar a fama de más das fundadoras e frequentaram as aulas da professora Miriam Freitas. Deste modo, o curso contou com a participação de cinco alunas, além de Lourdes e Antonia que compareceram a todas as aulas. “É isso que gostamos de fazer, esta é a tradição do Costurando Ideais; o bordado”, afirmaram as duas antigas costureiras.

Somente em duas tardes da semana entre 14 e 17hs, sem atrasos. Desde o início Miriam explicou que ensinaria pontos básicos, em apenas oito aulas não seria possível aprofundar conhecimentos. Cada uma deveria traçar um desenho no quadrado de algodão cru distribuído pela professora. Este desenho seria coberto por pontos de bordado e ao final unidos lado a lado com o objetivo de formar uma colcha de retalhos. Sugeriu que cada aluna se inspirasse em pessoas, frases e partes de música. Durante as duas primeiras aulas conversou com as alunas sobre temas do interesse de cada uma, assim como uma roda de conversa entre mulheres. Não havia atrasos, as aulas seguiram o plano definido e as alunas conseguiram alcançar a meta definida: bordaram cada uma, o seu quadrado.

Na oficina-curso seguinte, Erike Freitas liderou o grupo. Estudante de moda, artesão e artista plástico, chegou a favela entusiasmado e com um plano de aulas já definido. Iria ensinar modelagem básica em 12 encontros durante seis semanas. Durante duas tardes por semana, compareceu pontualmente ao “Costurando Ideais”.

Quem abria a porta era Antonia Farias do time das antigas. Cansada de tantas oficinas e projetos nos quais afirmava nada ter aprendido, Antonia se identificou com o prazer de ensinar que o professor demonstrou. Logo que me encontrou no Santa, constatou: “Este sim sabe o que faz e tem prazer em estar aqui. Muito paciente, educado, foi até a minha casa ver a máquina de costura. Não se cansa, repete tudo quantas vezes são necessárias. Aprendi a modelar dois modelos novos de saia, calça, blusa e vestido. Precisamos de mais aulas assim.”

Erike dizia que as alunas, as mesmas do curso de bordado, não faltavam às aulas e se interessavam por tudo o que ensinava. Lamentava, entretanto, não poder estender o curso:

Só tive tempo para passar o básico do básico. Antonia, por exemplo, já tinha algum conhecimento e por isso, aprendeu mais. As que não sabiam nada aprenderam pouco. As aulas terminaram no melhor da festa, justo no momento em que conseguiam dominar o assunto e perder o medo de errar. (FREITAS, entrevista, 2011)

## 4. CONCLUSÃO

### 4.1. LIMITES CIENTÍFICOS

Na linguagem matemática limite é o domínio de existência de uma função. O significado de limite pode ser extremo, fim, termo e também marco, alcance máximo ou mais distante de um esforço. Em português mais claro ainda, não importa nem mesmo todo esforço empreendido, existe o momento em que nada mais há a fazer ou que não se sabe mais o que dizer ou que se encontra a resposta. Até que ponto pode nos ajudar a ciência em nossa busca pela compreensão de quem somos, onde estamos, como viemos parar aqui? Ainda não descobrimos a resposta embora tenhamos dedicado grande esforço científico na procura.

Entretanto, alguns pontos ficaram mais claros durante a busca iniciada no século XVI. Darwin e Freud podem nos ter legado o desespero e a ansiedade como características da cultura moderna,. Nós, população do novo século que alguns nomearam por pós-modernos, podemos na contemporaneidade, refletir sobre a evolução da ciência e do conhecimento humano a partir de séculos de busca e de seus sintomas.

Podemos ainda não conhecer a cientificidade da origem do universo e nem compreender o que seria o nada. No entanto, podemos afirmar apoiados no conhecimento científico atual, a limitação das condições naturais de vida no planeta Terra. Comprovamos cientificamente todos os males cometidos a terras, rios, mares e ares em nossa desesperada busca de evolução em direção a compreensão. Aí estão as florestas devastadas, os rios

poluídos, o buraco na camada de ozônio, a nos apontar o limite alcançado, a continuação de nossa espécie pode estar ameaçada.

Quando o astrofísico e cosmólogo, Brandon Carter, publicou em 1973, o trabalho “Coincidência em grande escala e o princípio antrópico na cosmologia” levantou a questão e comprovou que as constantes físicas possuem como já o tinha afirmado Nicolau Copérnico, uma característica comum: o universo possui os valores necessários para a capacidade de produzir a vida. Semelhante a idéia de que “o universo parece estar finamente sintonizado para a vida inteligente a partir de combinações e recombinações de elementos complexos e mais leves.” (BARBOUR, 2004, 123)

O papel da ciência seria exatamente este. Partir em busca de algumas respostas de forma a ultrapassar os limites do conhecimento. O que teria sido da raça humana se alguns de nós não tivessem partido em busca de respostas e soluções? Provavelmente estaríamos ainda nas cavernas de Platão a ver sombras.

Entretanto, os limites permanecem. No momento em que um é ultrapassado outro surge para tomar o lugar. Por vezes as hipóteses parecem nos levar muito longe, apenas para percebermos termos andando em círculos e estarmos de volta ao ponto de partida. Blessaman chama de acasos felizes, as coincidências aparentemente improváveis que acabam por nortear a pesquisa científica e a realidade concreta da vida.

O considerado maior cientista da contemporaneidade, Stephen Hawking, declarou que parecia claro a existência de relativamente pouca variação de valores para os números que determinam o desenvolvimento de qualquer forma de vida inteligente. Deixou claro para nós que a procura por fórmulas científicas e matemáticas para a compreensão do universo que nos abriga e cerca continua imperturbável orientada pela ânsia humana de respostas. Como afirmou São Tomás de Aquino<sup>22</sup>, “O homem, pois, é o fim de toda geração”, quase nos permitindo complementar, também nosso limite para a compreensão de nós mesmos.

#### 4.2. O SAPO INGLÊS

Era uma vez um sapo que vivia tranquilo em um lago no “Green Park” em Londres. Em um dia ensolarado de verão ou chuvoso, tanto faz, uma rede o pescou. Foi parar em uma sala de aula de anatomia na Universidade de Medicina de Londres. Passou por um processo

---

<sup>22</sup> São Tomás de Aquino, frade, teólogo e santo da Igreja Católica, em a Suma Teológica – corpo da doutrina que se constitui numa das bases da dogmática do catolicismo e é considerada uma das principais obras filosóficas da escolástica. Escrita entre 1265-1273.

simples de desligamento de fios cerebrais. Cortam-se os comandos do pensamento e sobram apenas movimentos involuntários. Está vivo e morto. Age sem pensar, obedece a comandos.

Ouvi esta história de sapo sem ser de fadas e príncipes narrada por um psiquiatra inglês enquanto andávamos pelas ruas de Londres. Adrian queria saber do que se tratava a minha pesquisa, como se apresentava a situação das universidades brasileiras, de que modo planejávamos participar do “novo momento do Brasil” (suas palavras). Não estaríamos todos como sapos mortos- vivos reagindo a ordens e fatos sem pensar? Sem refletir com a coragem da crítica? Em algum ponto do período moderno deixamo-nos seguir o fluxo dos acontecimentos sem analisar pontos chave? A moda não seria a ordem veiculada pelos meios de comunicação que desconectam nossos fios cerebrais?

Poesias e exageros a parte, presentes na atmosfera do fog londrino e em nossas pretensões filosóficas, a analogia do sapo permaneceu forte em minha memória. Inúmeras vezes, ao me dedicar à leitura e escrita desta dissertação, encontrei-me as margens do “Green Park” de frente para o sapo verde da Inglaterra.

Do mesmo modo, recordo-me do filme “Brazil”<sup>23</sup>, assistido em Angers (França) em mostra concomitante ao colóquio do qual participei em setembro de 2012. O filme mostra uma sociedade decadente e comandada por máquinas e burocracias. Nenhum dos personagens possui pensamento autônomo, ninguém olha para os lados. Amigos e familiares se reúnem em restaurantes bombardeados por inimigos não nominados. Apenas acontece. Uma bomba explode e um lado do prédio desaparece. Clientes feridos e mortos são atendidos por médicos. No lado ainda seguro, os não atingidos continuam a jantar sem que nada se modifique. Os pescoços permanecem esticados a sustentar cabeças que olham para frente. Brazil seria a ilha idílica, a sociedade perfeita no futuro onde todos viveriam em paz e harmonia.

Utopias Concretas era a temática proposta a acadêmicos representantes de vários países na Europa e EUA na universidade francesa. Áreas periféricas e populações excluídas das sociedades da contemporaneidade deixaram de fazer parte do imaginário de pesquisadores e trazidos à luz da ciência. Precisamos encontrar caminhos e de preferência, estradas coletivas. Bifurcações que nos levem ao ponto da coletividade. O sentimento de urgência sentou-se conosco no auditório da Universidade de Angers.

O mesmo sentimento esteve pairando sobre o auditório do BNDES no Encontro de Pesquisadores sobre favelas no ano anterior no Rio de Janeiro. Universidades de várias regiões do Brasil, da América Latina e dos EUA uniram-se para debater realidades concretas

---

<sup>23</sup> Filme: Brazil Diretor: Terry Gilliam ano: 1985

de áreas excluídas da urbanidade e possíveis soluções inclusivas. Arquitetos, profissionais da comunicação, sociólogos, médicos, engenheiros, especialistas em segurança pública e psicólogos trocaram experiências e críticas. Nos dois eventos, fui a única a considerar a moda como possibilidade comunitária. Em minha pesquisa, acredito ter conhecido um dos caminhos que tratem a moda como processo educativo e comunicacional objetivando a inclusão.

Moda e comunicação unidas a um consistente projeto de educação podem ser um aspecto positivo na procura de uma sociedade matizada por cidadãos conscientes. Vejamos: se levarmos nossos jovens a pensar sobre o que vestem, por que vestem, onde nasceu o desejo de possuir um objeto inanimado, quem são os modelos apresentados, o que é a moda, talvez e apenas talvez, o caminho da inclusão possa começar a ser trilhado.

Vamos além. Se passarmos as costureiras que hoje se sentam as máquinas de costura maior conhecimento técnico, se elas aprenderem novas maneiras de usar tesouras e tecidos e como criar seus próprios modelos, não estarão aptas a desenvolver sua identidade? Não estarão livres, prontas não apenas para pescar qualquer peixe e sim, escolher que peixes desejam pescar? Outra analogia faz-se presente. É preciso ensinar a pescar. Não basta dar a rede e mostrar o mar. É preciso ensinar o fluxo das marés, de outra forma, o pescador pode estar no lugar certo e na hora errada ou vice-versa. E é imprescindível respondermos a seguinte interrogação: para quem e para que estamos pescando tantos peixes?

Está no cerne da moda o germe da inovação e da criatividade. E no da comunicação, o da investigação e difusão. Portanto, concluo a dissertação com um projeto prático nascido na pele dos germes inoculados em meu corpo e em minha alma desde primeira aula na faculdade de jornalismo e no departamento de compras da primeira confecção feminina. Pensando melhor. Desde o primeiro livro, primeiro lápis, primeiro desenho na aula de artes... Portanto, o projeto de um curso de moda nas próximas páginas é a conclusão desta dissertação.

#### 4.3. PROJETO DE ESCOLA TÉCNICA DE MODA, MODELAGEM E COSTURA.

- I) Local de execução: comunidades pacificadas do Rio de Janeiro e periferias tanto na cidade como no estado podendo ser estendido para qualquer região do Brasil.
- II) Principais objetivos:
  - a) Formação em nível profissionalizante- técnico e prático- de costureiras para a indústria da moda.
  - b) Capacitar mão de obra especializada.
  - c) Possibilitar ao profissional buscar uma colocação no mercado de trabalho e incentivar a busca por um espaço autônomo.
  - d) Incluir ao mercado de trabalho, principalmente o gênero feminino, a margem do mercado formal, seja por falta de instrução formal, seja por idade ou dificuldade de locomoção e más condições de alocação para seus filhos enquanto trabalham.
  - e) Integrar as comunidades largadas por mais de 30 anos a sua própria sorte sem a presença de políticas públicas a vida da cidade urbana no novo momento do Brasil pré Olimpíadas e Copa do Mundo e no caso da cidade do Rio de Janeiro, também pós UPP.
- III) Oportunidade e estratégia de execução

O mercado da moda encontra-se carente de mão de obra especializada referentes às funções de modelagem, corte e costura. A glamorização da área reforçada pelos meios de comunicação ao enfoque no papel do estilista, a ênfase na criação e menor preocupação com a execução, somados a exploração do trabalhador braçal no sistema capitalista, legou a geração atual, um grave problema. Com tantos estilistas e tão poucos profissionais em outras áreas da indústria da moda, o que faremos com tantas ideias? A resposta parece ser; vamos pegar um avião e resolver a questão em outro lugar. Vários profissionais com conhecimentos básicos poderiam desenvolver a prática e tornarem-se aptos a integrar o mercado de trabalho, possibilitando real inclusão econômica e social. Vivemos um momento oportuno no país com a crescente valorização da marca Brasil no mercado externo, com oportunidades de eventos de grande porte tais como Olimpíadas e Copa do Mundo; precisaremos de uniformes, camisas e acessórios promocionais para a divulgação e manutenção do evento sem contar com as inúmeras possibilidades de comercialização para empresas e autônomos.

- IV) Para a estratégia de execução:

Já existem em localizações periféricas e comunidades, espaços usados para cursos de curta duração; por exemplo, os prédios da FAETEC (Fundação de Apoio à escola técnica do Rio de Janeiro) e os da CVT (Centro Vocacional Tecnológico), estaríamos aplicando uma nova

metodologia na formação de costureiras para cursos que no panorama atual oferecem, curta duração ministrados por uma costureira sem formação alguma em didática ou com conhecimentos teóricos e por vezes, até mesmo práticos na área da moda. Com o objetivo de formar uma costureira capaz de executar uma ideia desde o desenho do modelo até a confecção final, a profissional deve estar atualizada com as tendências da moda, características dos principais estilistas e marcas, tipos de tecidos e fios, formação de peças, harmonia de cores. A partir de noções básicas sobre a história da moda e da arte e noções precisas sobre pesquisa e produção de moda, a costureira será capaz de compreender as solicitações dos criadores e sugerir modificações técnicas. Para isso, precisará de no mínimo um ano de aulas diárias de pelo menos quatro horas por dia.

De forma a desenvolver todo o potencial da costureira seria adequado que os formadores possuam nível universitário e que a coordenação do curso seja liderada por um mestre e / ou doutor com projeto de pesquisa voltado para a área.

Levando em consideração também a realidade socioeconômica das áreas periféricas e das sérias dificuldades encontradas pelos habitantes em termos de conflitos violentos, falta de saneamento básico, estrutura de transportes e saúde bem como lacuna de espaços culturais, percebi enquanto realizava uma pesquisa de campo para a conclusão do mestrado em comunicação, justamente na área de moda-comunicação e favelas cariocas, a dificuldade das relações interpessoais e como a realidade vivida por essas pessoas durante os últimos trinta anos, torna-se fator determinante para a frequência e constância as aulas e integração ao grupo. Seria bastante produtiva uma coordenação pedagógica e psicológica em cada um dos centros, propiciando uma facilitação aos grupos de alunos e até mesmo, quando necessário, atendimento psicológico individual nos casos indicados para tanto e diagnosticados por esses profissionais.

V) Plano de implantação para o projeto:

Contando com as instalações já existentes nas áreas e considerando a contratação de pessoal e treinamento, o prazo adequado seria de 06 meses para a preparação do projeto já com início no ano letivo de 2013.

- a) Contratação dos coordenadores
- b) Criação e descrição das disciplinas adotadas
- c) contratação dos professores e psicólogos
- d) treinamento dos professores com psicólogos experientes na vivência de habitantes de áreas periféricas
- e) aquisição do material didático e prático para os cursos
- f) obras necessárias nos espaços escolhidos para melhor adequá-los ao formato de curso técnico proposto.

g) compra de máquinas e equipamentos

#### VI) Prazo de implantação em meses e benefícios esperados

O prazo de implantação pode ser estimado em 18 meses dos quais os seis primeiros meses seriam para elaboração, treinamento, aquisição de equipamentos e obras e os demais o primeiro ano do curso e posterior avaliação.

Mês 1 – Escolha e descrição das disciplinas a serem ministradas no curso - obras no espaço das aulas
Mês 2 – contratação dos coordenadores do curso; coordenador geral e coordenador psicólogo. - obras no espaço das aulas
Mês 3 - divulgação das vagas disponíveis e análise dos currículos - conclusão de obras
Mês 4 - entrevistas e contratações dos candidatos- aquisição de máquinas e equipamentos
Meses 4 e 5– treinamento dos professores, compra do material didático, mobiliário e necessárias.
Meses 5 e 6 – início do ano letivo.

#### Benefícios esperados

- 1) Econômicos
  - a) Atual – mão de obra sem especialização, conhecimento adquirido na forma “de mãe para a filha”, sem preocupação com nível técnico de execução. O mercado formal se ressentido da falta de mão de obra especializada e contrata serviços terceirizados para execução das peças tais como: modelista, facções de costura etc... As facções de costura, por exemplo, trabalham de forma informal, contratando mulheres que sabem “passar a peça na máquina”, “só para fechar” tendo como resultante do quadro, muitas vezes, peças de qualidade inferior à exigência do mercado consumidor, gerando perdas de matéria prima e causando resultados financeiros insatisfatórios na manutenção dos negócios, influenciando, inclusive na formação final do preço, gerando uma expectativa de perdas embutida no valor que chega ao consumidor. E mais, para minimizar perdas futuras, desistem do mercado de trabalho nacional concentrando produção e / ou compra externa, prejudicando o desenvolvimento econômico nacional já que a indústria da moda é a que mais oferece colocações de trabalho no Brasil, sendo a segunda em importância no mercado carioca.

b) Melhoria esperada

Desenvolvimento da indústria da moda gerando possibilidades de trabalho, maior qualidade do produto nacional correspondendo às exigências dos consumidores nacionais e mercado internacional, formação de profissional capacitado para lidar com as tecnologias do mundo contemporâneo. Em resumo, profissional capacitado, indústria mais forte, crescimento econômico e consequente inclusão social de habitantes antes deixado à margem da sociedade de consumo.

2) Sociais

a) Situação atual

Mulheres, habitantes de comunidades periféricas, inúmeras vezes sem escolaridade formal e sem perspectivas de formação profissional, contando por vezes com o conhecimento rudimentar da costura, prestam serviços tanto para a comunidade como para marcas famosas por preços muito reduzidos oferecendo aos contratantes apenas um serviço sem qualidade técnica, sintomaticamente, perdendo até mesmo os serviços menos sofisticados oferecidos pela indústria da moda gerando menos renda para seu grupo familiar. Nas comunidades pacificadas, por exemplo, que se integram a vida da cidade, é comum encontrar mulheres sem acesso ao trabalho formal, com filhos, deprimidas, sem possibilidade de sustento. Os cursos oferecidos por instituições públicas, geralmente são de curta duração e não as preparam adequadamente para o mercado de trabalho formal. Deprimidas, na maturidade, não encontram trabalho em outras áreas e passam por um processo de insegurança, piora de condições de saúde e dificuldades de se integrar a grupos de trabalho.

b) Melhoria esperada

A partir da valorização do trabalho, contato com outras pessoas da própria região e de áreas externas, e da aquisição de conhecimento em maior profundidade em várias áreas da indústria da moda, será possibilitado: aumento da autoestima, menos atendimentos médicos causados pela depressão, recursos próprios para a manutenção da própria vida e filhos, maior integração com outras mulheres da comunidade, organização de cooperativas e associações.

Calendário das aulas - Curso diário com carga horária de quatro horas/dia com meia hora de intervalo: Manhã: 08:00 hs às 12hs:30min - Tarde: 14hs30min às 19h00hs.

	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira
8:00-9:00	Dinâmica de grupo	Hist. Da arte e da modas	Desenho Técnico de moda e modelagem	Modelagem	Pesquisa de moda e modelagem
9:00-10:00	Pesquisa de moda e modelagem	Desenv. de produto e produção de moda	Costura	Dinâmica de grupo	Desenho Técnico de moda
Intervalo	XXXXXX X	XXXXXX X	XXXXXXX	XXXXXX X	XXX
10:30-11:30	Tecelagem e fios	Modelagem	Costura	Corte	Modelagem
11:30-12:30	Desenho Técnico de Moda	Corte	Administração / auto gestão	História da arte e da moda	Modelagem

OBS: Importante ressaltar que é preciso separar na formação para melhor aproveitamento técnico as etapas de criação (desenho), modelagem, corte, costura. Geralmente os cursos de corte e costura, oferecidos trabalham as duas etapas unidas, dando a impressão de que corte e costura é uma única ação, deixando de separar as etapas do processo. É provável que separar nas aulas as etapas do processo de costurar, colabore para a conscientização do que é de fato ser uma costureira e quais são as condições necessárias para tanto.

VI) Fatores críticos para o sucesso do projeto e estratégia de recursos necessários a sua execução:

Os maiores riscos encontram-se na aceitação das comunidades ao curso. Atualmente, existe certa desconfiança de moradores das áreas referentes à implantação do projeto a cursos ou oficinas, geralmente de curta duração e com profissionais não experientes ministrados por organizações não governamentais nacionais e internacionais assim como empresas públicas. Vencer esta dificuldade poderá ser facilitada por uma campanha de divulgação de um novo processo educativo, inclusive com reuniões de mobilização para angariar participantes. Seria interessante, na fase pré-curso, organizar encontros com a coordenação psicológica e os possíveis candidatos alunos para criar um sentimento de integração quase como à adaptação das crianças em seu primeiro contato com a escola. Enfatizo a necessidade de começar uma nova forma de educação profissionalizante nas áreas de enfoque do projeto, deixando bem claro para a

população que não se trata da continuidade do modelo anterior, mas sim de uma possível melhora nos modelos pré-estabelecidos.

Após a etapa anterior, contratar pessoal comprometido com a educação e com compreensão da realidade periférica, ao mesmo tempo não participante, como professor, de nenhum dos cursos anteriores. Para sanar o problema, buscar profissionais em universidades e escolas de ensino médio.

Outra dificuldade seria a não atualização dos professores a indústria e ao mercado da moda, para tanto a coordenação do curso deve programar cursos ou palestras periódicas dos professores com estilistas, pesquisadores e jornalistas de moda assim como levá-los, pelo menos uma vez por ano a participar de uma viagem internacional com o propósito de atualização de tendências. Manter, também, uma pequena biblioteca de revistas de moda, nacionais e internacionais para pesquisa e uso nas aulas.

Outra questão seria o não conhecimento do aluno por arte de importância no processo criativo. Para tanto, organizar visitas a museus e galerias de arte, propiciar a exibição de filmes sobre a história da moda, arte e biografias de criadores na área.

Durante os anos 2011-2012, ao colher dados na pesquisa de mestrado com costureiras e grupos informais e formais de moda em comunidades periféricas do Rio de Janeiro, percebi a enorme dificuldade de interação do grupo feminino nos cursos e atividades, por isso considero imprescindível para o sucesso de um curso técnico de moda e costura, a presença constante de um psicólogo no espaço, promovendo dinâmicas e entrevistas de aconselhamento, tornando-se um facilitador do processo.

## VII) Conclusão

Ao formar uma mão de obra técnica e com um olhar mais abrangente em relação à moda, estaremos colaborando para o fortalecimento da indústria nacional e integrando positivamente mulheres excluídas do mercado formal de trabalho, incentivando o resgate de sua autoestima ao mesmo tempo em que áreas antes consideradas partidas, encaixar-se-iam ao mapa urbano e pacífico de um país que se reinventa a cada dia no novo século.

Importante ressaltar a relevância de professores qualificados para ministrar aulas no ensino técnico já que o que forma uma escola de qualidade é a qualificação e dedicação dos profissionais, isso tem nos ensinado através dos anos experiências na área da educação não só em nosso país e também em outras áreas do globo.

A profissão de costureira não tem sua importância reconhecida na indústria ou no mercado da moda. Seria bom lembrar, no entanto, a existência das antigas modistas, em meados do século XX no Brasil e durante o séc. XIX e início do XX

na Europa. Modista era a costureira profissional, atualizada com as tendências da moda, boa desenhista, excelente modelista, capaz de finalizar qualquer peça com acabamento perfeito. Depois, surgiu a produção e comercialização em massa e a comunicação de massa contribuiu para disseminar o engano de considerar estilista o mesmo que modista, enfatizando a importância da criação sem dar a devida importância a técnica. É chegada a hora de revisarmos os conceitos e propor mudanças capazes de contribuir para a inclusão social.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, THEODOR W. **Notes to literature: Volume two.** New York: Columbia University Press, 1992.

ARENDT, Hannah. **Entre o Passado e o Futuro.** São Paulo: Perspectiva, 2009.

BARCELLOS, Caco. Abusado, **O dono do morro Dona Marta.** Rio de Janeiro: Record, 2003.

BALZAC, Honoré de. **Ilusões Perdidas.** São Paulo: Estação Liberdade, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo.** Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

\_\_\_\_\_, **Vida Líquida.** Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BAUDELAIRE, Charles. **Sobre a Modernidade.** São Paulo: Paz e Terra, 1997.

BAUDRILLARD, Jean. **O Sistema dos Objetos.** São Paulo: Perspectiva, 1993.

\_\_\_\_\_. **Simulacros e Simulações.** Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

BARBOUR, Ian Graeme. **Quando a Ciência Encontra a Religião.** São Paulo: Cultrix Ed., 2004.

BENJAMIN, Walter. **Magia e Técnica, Arte e Política; ensaios sobre literatura e história da cultura.** São Paulo: Brasiliense, 2012. (Obras Escolhidas – Vol. 1)

BERMAN, Marshall. **Tudo o que é sólido desmancha no ar: A aventura da modernidade.** São Paulo: Companhia das letras, 2011.

BHABHA, Homi. **O Local da Cultura.** Belo Horizonte: UFMG, 2001.

BRAGA, João e PRADO, André Luiz. **História da Moda no Brasil – Das influências às autorreferências.** São Paulo: Pyxis Editorial, 2011.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues-org. **Pesquisa Participante.** São Paulo: Brasiliense, 1999.

\_\_\_\_\_, **Repensando a Pesquisa Participante.** Brasiliense: São Paulo, 1999.

BOFF, Leonardo. **Ética e Moral, a busca dos fundamentos.** Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção- crítica social do julgamento.** São Paulo: Edusp, 2008.

BURGOS, Marcelo Baumann. (org.) **Utopia da Comunidade – Rio das Pedras, uma favela carioca.** Rio de Janeiro: PUC-Rio: Loyola, 2002.

CARTER, Brandon. **Confrontation of Cosmological Theories with Observation Data in IAU Symposium. N. 63.** Krakov: REidel Publishing, 1973.

CEDAC. **Tecendo Saberes na Formação de Educadoras e Educadores Populares**. Rio de Janeiro: Gra-Vida Gráfica e Editora, 2008.

CHARTIER, Roger. **História da Vida Privada. Da Renascença ao século das luzes. Vol. 3**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

CHAUÍ, Marilena. **Simulacro e poder- Uma análise da mídia**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

CHIPP, H.B. **Teorias da Arte Moderna**. São Paulo: Martins Fontes, 1988.

CHAUVEL, Marie Agnes e COHEN, Marcos. (orgs.) **Ética, Sustentabilidade e Sociedade**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

COLLINS, Suzan. **Jogos Vorazes**. Rio de Janeiro: Rocco Jovens Leitores, 2010.

COUTINHO, Eduardo Granja. **Processos contra hegemônicos na imprensa carioca, 1889/1930**. In: Comunicação e contra hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

COUTINHO, Eduardo Granja. **Gramsci: a comunicação como política**. In: Mídia e Poder. Ideologia, Discurso e Subjetividade. Rio de Janeiro: Mauaud, 2008.

DAVIS, Mark. **Planeta Favela**. São Paulo: Boitempo, 2006.

DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio (orgs.) **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.

EAGLETON, Terry. **Marx estava certo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.

\_\_\_\_\_. **A Ideologia da Estética**. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

ENGELS, Friedrich. **A Origem da Família, da Propriedade Privada e do Estado**. São Paulo: Lafonte, 2012.

ECO, Umberto. **Como se faz uma tese**. São Paulo: Perspectiva, 2010.

FORDEN, Sara Gay. **Casa Gucci: uma história de glamour, cobiça, loucura e morte**. São Paulo: Seoman, 2008.

FIELL, Repper. **Da favela para as favelas**. Rio de Janeiro: Repper Fiel, 2011.

FREIRE, Paulo. **Educação como prática da liberdade**. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra Ltda., 1967.

\_\_\_\_\_. **Pedagogia da Autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

FREIRE, Paulo. **Criando Métodos de Pesquisa Alternativa: aprendendo a fazê-la melhor através da ação**. In: Pesquisa Participante. São Paulo: Brasiliense, 1999.

GOUVEIA, Patrícia; COELHO, Bruno Simões e TEIXEIRA, Karla Maria Damiano. **Uma Favela Cordial - Imagens, Discursos e Experiências em Comunidades**. Viçosa: Ed. UFV, 2007.

GRAMSCI, A. **Cadernos do Cárcere**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

IETS, Instituto de Estudos de Trabalho e Sociedade. **Santa Marta e sua gente**. Rio de Janeiro, 2010.

JOFFILY, Ruth. **Marília Valls: um trabalho sobre moda**. Rio de Janeiro: Salamandra, 1989.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo e Produção de Moda**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991.

KARBO, Karen. **O Evangelho de Coco Chanel: lições de vida da mulher mais elegante do mundo**. São Paulo: Seoman, 2010.

LATOUR, Bruno. **Jamais Fomos Modernos**. Ensaio de Antropologia Simétrica. Editora 34, Coleção Trans.

LAZARFELD, Paul. **Los parados de Marienthal: sociografia de uma comunidad golpeada por El desempleo**. Madri: La Piqueta, 1996.

LELIÈVRE, Marie-Dominique. **Saint Laurent: a arte da elegância**. São Paulo: Lafonte, 2011.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Schwarcz, 2008.

\_\_\_\_\_. **A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

MARX, Karl. **O capital- crítica da economia política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

MARX, Karl. **O 18 de Brumário de Luís Bonaparte**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2012.

\_\_\_\_\_, ENGELS, FRIEDRICH. **Manifesto do Partido Comunista**. São Paulo: Expressão Popular, 2011.

MATTELART, Armand e Michèle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX. Volume 1: Neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

\_\_\_\_\_, **Cultura de Massas no Século XX. Volume 2: Necrose.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

NETTO, José Paulo. **Introdução ao Estudo do Método de Marx.** São Paulo: Expressão Popular, 2011.

PAIVA, Raquel e SANTOS, Cristiano Ribeiro dos. In: **Comunidade e humanismo prático: a representação da periferia no Rio de Janeiro. Comunidade e contra- hegemonia;** rotas de comunicação alternativa. Rio de Janeiro: Mauad, 2008.

PAIVA, Raquel; SODRÉ, Muniz. **Projeto Gênesis** – educação e comunicação comunitária. Grupo de Pesquisa Comunicação e Cidadania. XVIII Intercom.

PAIVA, Raquel. **Política: palavra feminina.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

\_\_\_\_\_. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo.** Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa em Comunicação Comunitária: há lugar para a empiria?** In: **Quem tem medo de pesquisa empírica?** Org: Barbosa, Marialva e Morais, Orlando J. de. São Paulo: INTERCOM, 2011.

PARKINS, Wendy. **Fashioning the Body Politic.** Oxford, UK: Berg, 2002.

PEREIRA, Marcos A. **Thomas More: estadista e filósofo da utopia.** São Paulo, Ed. Escala, 2011.

PICARDIE, Justine. **Coco Chanel: a vida e a lenda.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2011.

QUÉRÉ, Louis. **D’um modele épistémologique de La communication à um modele praxéologique.** In: *Réseaux*, 1991, volume 9- n. 46-47, PP. 69-90.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

ROCHA, Adair. **Cidade Cerzida: a costura da cidadania no morro Santa Marta.** Rio de Janeiro: Ed. PUC Rio, 2012.

ROWLANDS, Mark. **FAME: the art of living series.** Durham, UK: Acumen Publishing, 2008.

SENAC. DN. **A Moda no século XX.** Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2000.

SILVA, Tomaz Tadeu Da. **Identidade e Diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais.** Petrópolis: Vozes, 2000.

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx – roupas, memória e dor.** Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

SODRÉ, Muniz. **Estratégias Sensíveis: afeto mídia e política**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2006 (230 p).

\_\_\_\_\_. **Antropológica do espelho** – uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2001.

\_\_\_\_\_. **O Monopólio da Fala: função e linguagem da televisão no Brasil**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

\_\_\_\_\_. **Reinventando a Educação: diversidade, descolonização e redes**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2012.

\_\_\_\_\_; PAIVA, Raquel. **Convergência formativa: Comunidade, Comunicação e Educação**. Curso ministrado no doutorado em Mídia e Mediações Socioculturais, ECO/UFRJ, 1º. Sem. 2011.

SOUSA SANTOS, Boaventura de. (org.). **A Globalização e as Ciências Sociais**. São Paulo: Cortez, 2007.

\_\_\_\_\_. **Pela Mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade**. São Paulo: Cortez Editora, 2011.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O Espírito das Roupas. A moda no século dezenove**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

VILLAÇA, Nízia. **Mixologias: Comunicação e o Consumo da Cultura**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

VILLAÇA, Nízia. **A Edição do Corpo – Tecnociências, Artes e Modas**. São Paulo: Estação das Letras, 2008.

VILLAÇA, Nízia. **A Periferia Pop na Idade Mídia**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

VINCENT-RICARD, Françoise. **As espirais da moda**. Rio de Janeiro: paz e Terra, 1989.

VINELLI, Natalia. **Contrainformación. Medios alternativos para La acción política**. Buenos Aires: Ediciones Continente, 2004.

WAGNER, Roy. **A Invenção da Cultura**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

WEBER, Caroline. **Rainha da Moda: como Maria Antonieta se vestiu para a revolução**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

WEISBERGER, Lauren. **O diabo veste Prada**. Rio de Janeiro: BestBolso, 2012.

