

Moda e suas Ramificações Dentro da Produção do Espaço Construído

Andyara Begnini

RESUMO

Com capacidade de permear entre vastas áreas, há várias décadas a moda vem nos influenciando de forma econômica e cultural. Trazendo mudanças de grande impacto nas regiões e sociedades por onde passa, a moda tem grande fator de mudança. Assim, esse fator acaba gerando informações úteis para estudos aprofundados em vários aspectos, tais como, comparativos entre regiões de infraestrutura reduzida, modificações do mercado de trabalho e mão de obra instigadas pela ela. Dessa forma, partindo dessas informações geradas pela introdução da moda em uma sociedade, as informações coletadas e comparadas pretendem delinear uma abordagem teórica relacionada a capacitação de mão de obra com uma visão de ciclo capacitor e de desenvolvimento econômico na cidade de Guarapuava.

Palavras-chave: Moda 1. Economia 2. Guarapuava 3. Educação 4.

1 INTRODUÇÃO

Há muito tempo a moda tem nos influenciado como processo de desenvolvimento do mundo ocidental, já que demonstra alterações históricas e de autonomia de agentes sócio relacionados a estética de aparências. Por conta disso, ela possui importância em relação à reinvenções e mutações da exterioridade, sendo objeto de reconhecimento social (LIPOVETSKY, 2009). Ainda em seu livro “O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas” Lipovetsky (2009) afirma que a moda é um reflexo da sociedade, assim como é consumida como meio de reconhecimento social, e caracteriza contextos históricos. Porém, resulta em regras sociais e imposições comerciais. Horas é mecanismo de liberdade possibilitando transformações, horas é estabelecida por padrões sociais consolidados.

Em síntese, porém ainda pensando em moda, quando observamos cidades menores, elas podem ser um investimento promissor deste aspecto econômico e cultural. Um exemplo disso é Guarapuava, situada no interior do Paraná com aproximadamente 180.000 mil moradores conforme dados de estimativa do IBGE de 2018. Guarapuava é considerada como uma cidade em desenvolvimento e promissora para novos investimentos conforme notícia veiculada no jornal “Gazeta do Povo”, intitulada de “Vocação para serviços faz de Guarapuava novo polo para o segmento” do dia 27 de setembro de 2017. Tal acontecimento se deu principalmente depois da inserção do empreendimento “Cidade dos Lagos” que implantou um bairro nos moldes “*smart city*” e vem procurando novos modelos e campos de atuação para o desenvolvimento da região.

Esta cidade, nos últimos anos, têm desenvolvido estratégias voltadas ao desenvolvimento comercial, como por exemplo, a exportação de sua produção local, com a duplicação das estradas nas saídas da cidade e ampliação do aeroporto municipal, visando assim, chamar a atenção de investidores e possíveis negócios para a região. Deste modo, promover uma nova vertente de produção, ensino e comércio de um produto que gere renda não apenas local, mas em âmbito nacional e mundial, é dar a Guarapuava uma oportunidade a mais de crescimento e desenvolvimento perante a nova ordem econômica e industrial que vem acontecendo ao longo dos anos.

2 JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS

A moda tem nos surpreendido economicamente, segundo dados coletados da consultora McKinsey, que em 2016 movimentou a economia mundial em 2,4 trilhões de dólares, sendo responsável por 8% da economia global, conforme menciona Bruno Abrantes de Oliveira (2017, p. 5) no artigo “O setor de moda brasileiro: Caso do instituto Rio Moda”. No Brasil, sua inserção na indústria têxtil em 2012 rendeu a 5º posição mundial, totalizando seu faturamento anual em R\$ 55 bilhões de reais, uma vez que existe um prognóstico feito em 2016 pelo instituto *Statista* (STATISTA, 2016) onde afirma que em 2025 esse faturamento entrará na casa dos R\$ 100 bilhões, conforme afirma o autor do artigo citado.

Além disso, no ano de 2003, no norte-noroeste do Paraná o chamado corredor de moda, compreendido entre as cidades de Londrina, Maringá, Apucarana

e Cianorte, foi responsável por R\$ 2,8 bilhões de reais anuais do faturamento total neste ramo, produzindo uma estimativa de 150 milhões de peças ao ano, sendo considerado um dos maiores produtores de jeans do Brasil, conforme afirma Marcia Regina Gabardo da Câmara e demais autores (2006, p. 37) no artigo “O Corredor da Moda do Norte-Noroeste do Paraná à Luz dos Arranjos Produtivos Locais”. Desta forma, este segmento de confecções tem em seus registros dados de crescimento, entre 1995 e 2002, a expansão foi de 99 empresas deste setor, passando de 82 para 181, segundo dados do IPardes (Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social).

Na década de 1970, o artigo “Cidades Médias do Brasil e Reestruturação Produtiva: Breve Análise da Implantação do Centro Industrial Subaé em Feira de Santana - BA” de Matheus Gomes da Silva e outros (2016, p. 03), menciona que o Brasil passou por uma fase de desenvolvimento regional promovendo o crescimento das cidades consideradas médias e criando um suporte para o desenvolvimento industrial destes locais, visto que houve uma descentralização das áreas industriais em grandes centros e a procura por municípios menores que abrigasse as novas indústrias, com menores custos de implantação e mão de obra mais barata. O processo produtivo fordista, muito comum na época, serviu para impulsionar esta procura e alavancar espaços industriais em centros menores e servir como base para o seu desenvolvimento. Este desenvolvimento industrial em cidades médias serviu para criar nestes municípios transformações físico-espaciais de impacto não apenas econômico, mas também social.

E ainda, entende-se que o setor industrial tem ganhado atenção em relação à sua nova ramificação, conhecida como economia criativa. De acordo com FIRJAN (Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro) (2008) esta cadeia da economia é movida pela arquitetura e moda além de impulsionar o crescimento econômico, o relatório aponta o Brasil com PIB de R\$318,3 bilhões em 2006 neste setor. Assim, a mudança no atual conceito de economia industrial dá lugar a economia ligada à criatividade, estabelecendo relação entre economia e cultura, tornando-se mais sustentável.

Desta forma, ao analisar cidades pequenas/médias e sua probabilidade de crescimento, percebemos que Guarapuava apresenta uma posição que privilegia o transporte e a exportação de produtos para as demais regiões do Estado e suas ramificações. Atualmente possui o quarto maior PIB da microrregião onde está

inserida conforme dados do IBGE de 2012 e o 12° do Estado. Contabiliza uma população estimada conforme IBGE em 2018, de 180.334 pessoas, tendo uma taxa de população em idade ativa apta a exercer atividades econômicas estimada em 78%. Bem como compreende 42.125 pessoas com trabalho, resultando em um índice de emprego de apenas 30%.

Desta maneira a possibilidade de um novo polo têxtil na cidade de Guarapuava tende a ser um potencializador da área, visto sua localização geográfica dentro do Estado que favorece o transporte de mercadorias para variados locais, a proximidade da área industrial da cidade e do aeroporto municipal, bem como a possível geração de emprego e renda, tanto no setor de produção industrial quanto de ensino. Promovendo assim, a inserção de jovens-adultos e oportunizando uma carreira que movimentaria bilhões de reais para a economia não apenas estadual ou nacional, mas mundial. Portanto, este circuito se apresenta como uma base em bairros considerados menos produtivos e socialmente excluídos, onde o ensino serviria como uma pré-condição para a inserção do profissional na área de trabalho e também teria como fundamento principal a conexão e utilização da cidade. Neste sentido, esta implantação seria uma nova forma de desenvolver o conceito de economia criativa e promover a valorização da produção, do comércio e de uma nova visão global de cadeia de produção dentro do setor industrial, tido historicamente, como explorador e excludente.

O objetivo inicial da pesquisa é abordar o tema da economia criativa dentro dos moldes industriais de produção e educacional. Ou seja, transformar o modelo usual fordista de produção em massa, propondo um circuito têxtil e inserindo Guarapuava dentro do caminho da moda como um novo polo para o Estado.

A pesquisa visa explorar a taxa atual de empregos, e assim propor a viabilidade de implantação para área educacional com foco na capacitação para profissionais atuarem dentro do ramo têxtil, tendo suas bases estruturais o ensino e a prática. O público alvo seriam jovens preferencialmente moradores da periferia, para que tenham também a condição e a capacitação adequada para o primeiro emprego formal. Além disso, esta pesquisa pretende expor modelos educacionais voltados a inserção do aluno no processo produtivo, resultando assim conhecimento do público alvo em relação ao seu mercado de trabalho.

Já na abordagem dada a economia criativa, visa-se demonstrar à cidade de Guarapuava sua capacidade perante o mercado regional, além de expor novas

técnicas de abordagens econômicas, focando o resultado final na geração de renda para a região.

Nesta linha, a descentralização do programa pretende abordar o circuito têxtil, em relação ao contexto urbano da cidade de Guarapuava, visando criar caminhos conectivos e maior reconhecimento perante o perímetro da cidade. Além de desmitificar o preconceito existente em relação à moda. Para tanto, busca-se como resultado final, não só uma pré-capacitação da mão de obra, mas também o resumo de todo o ciclo capacitor e desenvolvimento econômico do bairro e consequentemente do município.

3 ESTADO DA ARTE – REFERENCIAL TEÓRICO

Segundo a professora de moda, Doris Treptow, “a moda é um fenômeno social e cultural, de caráter mais ou menos contido, que consiste na mudança periódica de estilo” citado em “Da moda à Psicologia: Um estudo sobre o comportamento do consumidor” (2014). Sendo assim, é reconhecida como prolongação do corpo por meio de expressão e posição social. Assim, a moda surge como desenvolvimento do mundo moderno ocidental, pois, a partir do séc. XIV são relatados fatos de transformações econômicas, sociais e políticas, que resultam em diferentes comportamentos sociais. Segundo seus registros, a moda se estabeleceu inicialmente entre a nobreza, tal qual era usada para se diferenciar do restante da sociedade. Desta forma, nesta época existem registros de segregação, onde os mais nobres valorizavam suas origens, restringindo a entrada de outros grupos sociais. Com base nisso, a moda era utilizada como caráter influenciador de classes nobres em relação à classes menos privilegiadas (LANGE, 2014).

Com a expansão das cidades e as alterações no padrão comportamental dos artesãos, o homem se reconhece como indivíduo. Nascendo assim o desejo pela imitação estética e comportamental, que resulta em uma competição entre nobreza e plebe, pois, a necessidade da nobreza se distinguir dos demais gera individualidade voltada ao gosto, enquanto esta se referencia nos soberanos, o restante se inspira na nobreza ao tentar se equiparar suas classes. (RESENDE, 2017)

Contudo, no séc. XIX, com a modernização da indústria a resultante foi a segmentação na divisão do trabalho, gerando uma “alienação gravada pela divisão

do trabalho que apaga o vínculo entre o produtor e produto: a indústria cria produtos 'que não tem nenhum produtor'" (PULS, 2002). Portanto, o que antes era uma participação total do artesão em relação ao produto, onde dominavam valores, habilidades e prazos, após a Revolução Industrial, tais artesãos se renderam a especialidades, o que fez com que não participassem mais do processo industrial, pendendo a relação com o produto. Obteve-se maior acessibilidade e velocidade à moda, contudo perdeu-se em condições de trabalho.

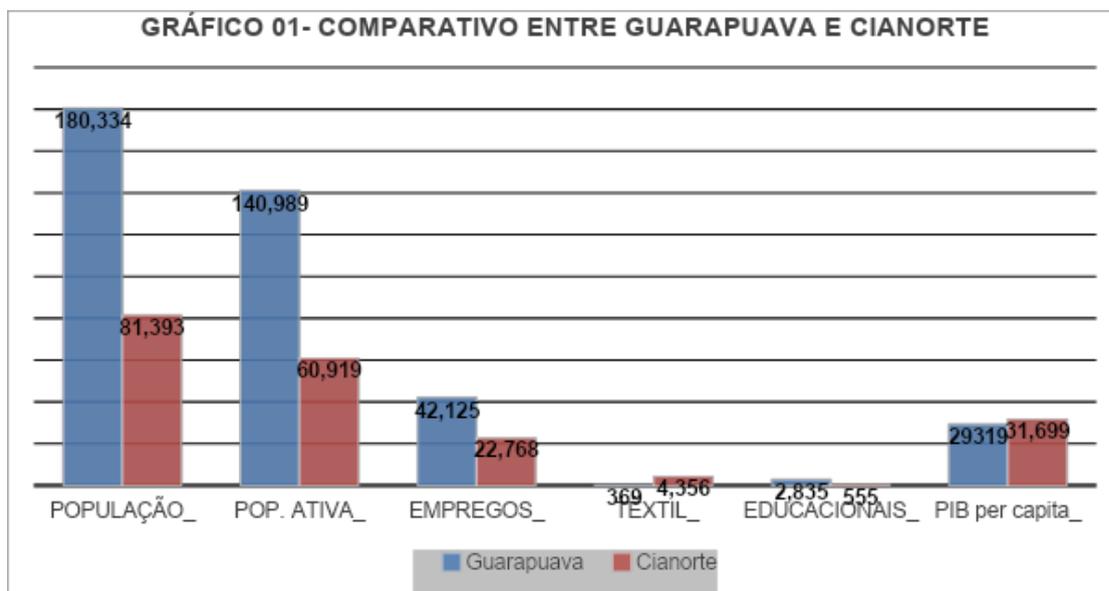
Já na década de 1970, as alterações no modelo de produção resultaram em desconcentração industrial, o surgimento de novas áreas para desenvolvimento foi pautado nas mudanças do sistema produtivo e no rompimentos dos ideais fordistas para a fragmentação do processo de produção. Segundo Motta e Matta (2009), neste período ocorrem alterações políticas espaciais, e posteriormente a dispersão das indústrias, tais quais, se desarranjam espacialmente às cidades médias visando melhores espaços, melhores infraestruturas, facilidades e menores custos.

Desta forma, pensando em Guarapuava, ela é caracterizada como cidade média, que segundo Pontes (2006), é compreendida como "centro urbano com condições de atuar como suporte às atividades econômicas de sua hinterlândia¹", e ainda, tais cidades podem se relacionar com o mundo globalizado superando suas dependências da rede que faz parte. Estes tipos de cidade surgem como paradigma tecnológico, se afetadas pela expansão do meio técnico científico e informacional, tanto pela configuração territorial quanto por possibilitar geração de fluxos materiais e imateriais.

Além disso, segundo Oliveira e Lima, (2017) em seu artigo "A distribuição espacial da indústria têxtil no Estado do Paraná", Guarapuava está dentre uma das regiões com acréscimo de VAF (Valor Adicionado Fiscal), ou seja, acréscimo no valor que a atividade agrega aos bens e serviços consumidos no processo produtivo relacionados a produção têxtil. Contudo, ao ser comparada a Cianorte, considerada um polo têxtil do Paraná, onde a população estimada em 2018 era 81.393 habitantes conforme IBGE, os resultados contrastam uma diferença de 98.941 habitantes menor que Guarapuava, mas seus valores de PIB se assemelham. Conforme gráfico

01

¹ Região afastada de áreas urbanas (Autor)



FONTE: Autor com base em dados do IBGE (2019).

Baseado em Oliveira (2017), nota-se como o setor da moda vem se desenvolvendo na economia e como seu impacto movimenta a geração de empregos. Destacando que a indústria de moda corresponde a 1,5 milhões de empregos diretos e 8 milhões de empregos indiretos, totalizando 32.000 empresas deste setor. Neste sentido, como resultado da terceira revolução industrial, observamos as indústrias criativas, que além de despertarem grandes interesses se difundem formando um novo campo de estudo, tal qual, tem bases na produção da sociedade contemporânea que se fundamenta na era pós industrial da formação e do aprendizado, segundo Miguez (2007).

Neste sentido, a utilização da economia criativa no setor têxtil, ao inserir valores inatingíveis como diferenciais, se torna capaz de ser estratégia para o crescimento socioeconômico, incentiva novas ideias e também a produção local. Pode-se perceber o reflexo disso no planejamento urbano regional visto que, de acordo com Monfré (2015) suas potencialidades e reconhecimentos culturais apresentam novas funções ao território. Bem como entende-se que o crescimento desta indústria demanda investimento para qualificação e educação, resultando em ambientes apropriados à inovação.

Pensando nisso, entende-se que o mundo se desenvolve pautado no conhecimento, o que gera vantagens em relação à outras sociedades posteriores. Sendo reconhecida como sociedade do conhecimento, torna-se fragmento da

realidade social e econômica que assume importância em relação a tecnologias da informação e desenvolvimento (Veiga Simão et al., 2002).

Em resumo, Landry, em seu artigo “*the creative city*” menciona que atualmente a cidade é pensada para pessoas protagonistas do espaço urbano. Sendo assim, antes rios e linhas férreas eram essenciais para a implantação de uma indústria, hoje a conexão com a criatividade e troca de informações tem se priorizado. Além de, gerar estímulo para manifestações culturais que ocorrem nas cidades, onde a conexão entre pessoa e cultura reforça a indústria criativa. Segundo Jacobs (2007), a cidade deve dispor de diversidades, uma vez que, o potencial criativo está interligado a isso. E, centros urbanos se atrelarem a inovação onde se mostram em níveis culturais, sociais, econômicos, de edifícios e usos, permitindo que pessoas ocupem ruas.

4 MATERIAIS E MÉTODOS

Para a concretização desta pesquisa, será necessário assistir documentários relacionados à indústria da moda, como o *the true cost*, o qual se refere a uma abordagem crítica sobre o setor econômico. Além disso, será essencial realizar um mapeamento de artigos que apresentem fundamentos econômicos relacionados a moda, e ainda, que proponham a inserção da mão de obra de maneira ética.

Além disso, além do tema principal abordado, a ideia é tratar de quatro subtemas divididos em: economia criativa, desenvolvimento do setor industrial têxtil, novos modelos de ensino e conexões entre pessoas e sua cidade. Para tal, serão usados artigos que fomentam a discussão e avaliam como este processo ocorre no Brasil e no mundo.

Portanto, se fará necessário o estudo sobre a cidade de Guarapuava/PR, respectivamente em parâmetros comerciais e sua possível inserção no mercado têxtil, ainda, estudo relacionado ao setor terciário, processo de produção e mercado de trabalho. Além de realizar um mapeamento de dados existentes entre os bairros presentes em Guarapuava, relatando informações como população, índice de empregos e suas respectivas áreas em condição de maior número de jovens e pessoas desocupadas, para a inserção da educação pré-facial em locais de maiores necessidades econômicas voltado a moda e a produção têxtil. Tal qual, incentiva o

público alvo ao aprofundamento ao assunto, possibilitando uma preparação profissional na área.

Além disso, a realização de um estudo aprofundado no setor industrial, tanto na produção das peças de moda quanto na execução, com a função de também desenvolver a economia da cidade como um todo.

5 CONCLUSÃO

A partir de análises da literatura, pode-se observar que a moda possui grande relevância para a sociedade e está presente há muito tempo na mesma. A sua presença demonstra um grande avanço socioeconômico principalmente quando implantada em cidades pequenas como visto na comparação entre Guarapuava e Cianorte, tal qual demonstra PIB semelhante mesmo possuindo relevante diferença entre o número de habitantes. Trazendo assim, mudança nos paradigmas da vida de indivíduos que são afetados de forma direta e indiretamente pela moda.

Além de ampliar o reconhecimento da cidade como polo educacional ao amplificar novos modelos para área educativa e maior entendimento em relação ao completo processo de produção da moda, ao abordar o programa completo de elaboração.

6 BIBLIOGRAFIA

CAMARA, M. R. G.; SOUZA, L. G. A.; OLIVEIRA, M. A. **O Corredor da Moda do Norte-Noroeste do Paraná: À Luz dos Arranjos Produtivos Locais**. Revista Paranaense de desenvolvimento, Curitiba, v. 1, n. 110, p. 33-68, 2006.

COSTA, D. R.; OLIVEIRA, I. J.; SILVA, M. G. **Cidades Médias do Brasil e Reestruturação Produtiva**: Breve Análise da Implantação do Centro Industrial Subaé em Feira de Santana-BA. In: Coloquio do NUGEA, 2., 2016. Juiz de Fora. Anais... Juiz de Fora: INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, 2016.

FIRJAN. **A cadeia da indústria criativa no Brasil**. Estudos para o desenvolvimento do estado do Rio de Janeiro. n. 2, mai. 2008.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, Censo Demográfico 2010

IPARDES. **Caderno Estatístico Município de Cianorte**. Curitiba, 2019. Cooperação técnico-científica SEPL, IPARDES.

IPARDES. **Caderno Estatístico Município de Guarapuava**. Curitiba, 2019. Cooperação técnico-científica SEPL, IPARDES.

JACOBS, Jane. **Morte e Vida de Grandes Cidades**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

LANDRY, Charles; BIANCHINI, Franco. **The Creative City**. Demos: Londres, 1995. Disponível em: <<http://charleslandry.com/resouces-downloads/documents-for-download/>> Acesso em 12 mar. 2019.

LANGE, Aline. **Da moda à Psicologia**: Um estudo sobre o comportamento do consumidor, Nuvenegra, 2014, p. 135.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MONFRÉ, Thaís O. **Conexões Criativas**: Um hub para a produção de ideias e moda no bom retiro. 2015. 157 f. Trabalho Final de Graduação II (Arquitetura e Urbanismo) - Universidade São Judas Tadeu, São Paulo, 2015. [orientador: Sergio Salles].

MOTTA, D; MATTA, D. **A importância da cidade média**. Desafios. Ano 6, n. 47, s/p, 2009. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&view=article&id=1002:a-importancia-da-cidade-media&catid=29:artigos-materias&Itemid=34>. Acesso em: 02 abr. 2019.

MIGUEZ, P. **Economia criativa**: uma discussão preliminar. In: Nussbaumer, G. M. (Org.). Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares. Salvador: EDUFBA. Coleção CULT, p. 96-97, 2007.

OLIVEIRA, Tainá C.; LIMA, Jandir F. **A distribuição espacial da indústria têxtil no Estado do Paraná**. *Revista da FAE*, Curitiba, jun. 2017. Disponível em: <<https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/170>>. Acesso em: 01 abr. 2019.

RUPP, Isadora. **Vocação para serviços faz de Guarapuava novo polo para o segmento**. *Gazeta do Povo*, Curitiba, 29 set. 2017. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/especial-patrocinado/cidade-dos-lagos/vocacao-para-ser-vicos-faz-de-guarapuava-novo-polo-para-o-segmen-to>>. Acesso em: 26 mar. 2019.

STATISTA. Relatório: "Global apparel market size projections from 2012 to 2025, by region (in billion U.S. dollars)". Statista. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/279757/apparel-market-size-projections-by-region/>>. Acesso em: 06 mar. 2019.

OLIVEIRA, Bruno Abrantes. **O Setor de Moda Brasileiro**: Caso do Instituto Rio Moda. 2017. 87 f. Projeto de Graduação (Engenharia de Produção) - Escola Politécnica, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017. [orientador: Klitia Valeska Bicalho de Sá, D.Sc.].

PONTES, B. M. S. **As mudanças no processo produtivo capitalista e suas repercussões nas cidades médias nordestinas**. In: SPOSITO, M. E.; SPOSITO, E; SOBARZO, O. *Cidades Médias: produção do espaço urbano e regional*. São Paulo: Expressão Popular, 2006.

PULS, Maurício. **Arquitetura e Filosofia**. 1. ed. Editora Nuvenegra, 2006. Disponível em: eBook Kindle. Acesso em: 09 fev. 2019.

RESENDE, Marianna. **Complexo para a moda em Ceilândia**. 2017. 100 f. Trabalho Final de Graduação (Faculdade de Arquitetura e Urbanismo) - Universidade de Brasília, Brasília, 2017. [orientadora: Cecília Gomes de Sá].

VEIGA, Simão J.; SANTOS, S. Machado dos; COSTA, A. de Almeida. **Ensino Superior**: uma visão para a próxima década. Lisboa: Ed. Gradiva. 2002.