

CAPITAL HUMANO E JUVENTUDE RURAL NA CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DA MODA-VESTUÁRIO NO CONTEXTO DAS NOVAS RURALIDADES¹

HUMAN CAPITAL AND RURAL YOUTH IN CREATION AND PRODUCTION OF FASHION-CLOTHING IN THE CONTEXT OF THE NEW RURALITIES

Simone José Bernardo²
Angelo Brás Fernandes Callou³

1. RESUMO

O objetivo desta pesquisa foi analisar o capital humano de jovens do meio rural no âmbito da criação de croquis de moda-vestuário em Surubim, Pernambuco, como estratégia de desenvolvimento local. Os procedimentos metodológicos foram entrevistas semiestruturadas com análise qualitativa. As amostras foram compostas por 7 jovens, 4 empresários do ramo de confecção e 3 representantes das instituições de ensino de Surubim. Os resultados nos revelaram que um dos setores mais ambicionados pelos jovens na indústria de confecções é o de criação. Um dos elementos fundamentais no exercício da imaginação com criatividade é o capital humano. Enquanto um processo em construção, o desenvolvimento local no contexto das novas ruralidades deve proporcionar melhores condições de vida para as populações locais, bem como o acesso ao conhecimento, fator primordial que imbrica na valorização do capital humano dos jovens rurais.

Palavras-chave: Juventude Rural. Capital humano. Moda-vestuário.

2. ABSTRACT

¹ Artigo extraído da dissertação de mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local intitulada *Capital Humano e Juventude Rural na Criação e Produção da Moda-Vestuário para o Desenvolvimento Local em Surubim-Pernambuco*, Universidade Federal Rural de Pernambuco, 2012.

² Mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local e Extensionista Rural do Instituto Agrônomo de Pernambuco, Recife, PE, Brasil. E-mail: simoninha31@gmail.com .

³ Professor Titular da Universidade Federal Rural de Pernambuco e Vice-Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex), Recife, PE, Brasil. E-mail: abcallou@gmail.com

The aim of this study was to analyze the human capital of young people from rural areas in the context of creating fashion sketches and clothing in Surubim, Pernambuco, as the local development strategy. The methodological procedures were semistructured interviews with qualitative analysis. The samples were composed of seven young entrepreneurs fourth branch of cooking and 3 educational institutions Surubim. The results revealed that in one of the sectors most coveted by young people in the garment industry is the creation. A key element in the exercise of imagination with creativity is the human capital. As an ongoing process, local development should provide better living conditions for local populations, as well as access to knowledge, a key factor that overlaps the optimization of human capital of the rural youth.

Keywords: Rural Youth. Human capital. Fashion-clothing.

3. INTRODUÇÃO

No Nordeste, as indústrias de vestuário estão especialmente distribuídas nos diversos Estados da Região, e um dos focos de concentração está no Estado de Pernambuco, na Região do Agreste, mais precisamente em Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe. Nesta região, há os Arranjos Produtivos Locais (APLs), formados por aproximadamente 12 mil empreendimentos, compreendendo o uso de 73,4 mil máquinas de costura, com uma produção anual de aproximadamente 693 milhões de peças, chegando a um faturamento de 1,73 bilhões de reais, com representatividade de 7 % do Produto Interno Bruto (PIB) Estadual (SEBRAE, 2006).

Considerando a moda na perspectiva descrita por Disitzer (2006) no âmbito da sua complexidade paradigmática, o tema será tratado como moda-vestuário, uma vez que, conforme ressalta Rocha (2009, p.58), “[...] a combinação de moda e vestuário criou um universo único e indissociável do ponto de vista do consumidor,” percebendo assim “a moda e a roupa como uma única entidade” (ROCHA, 2009, p.59).

Diante do exposto, o principal objetivo desta pesquisa é analisar a criação e produção de moda-vestuário desenvolvida em Surubim, Pernambuco, como estratégia de desenvolvimento local. Ainda, nesta pesquisa objetivou analisar o capital humano de jovens do meio rural no âmbito da criação de croquis de moda-vestuário.

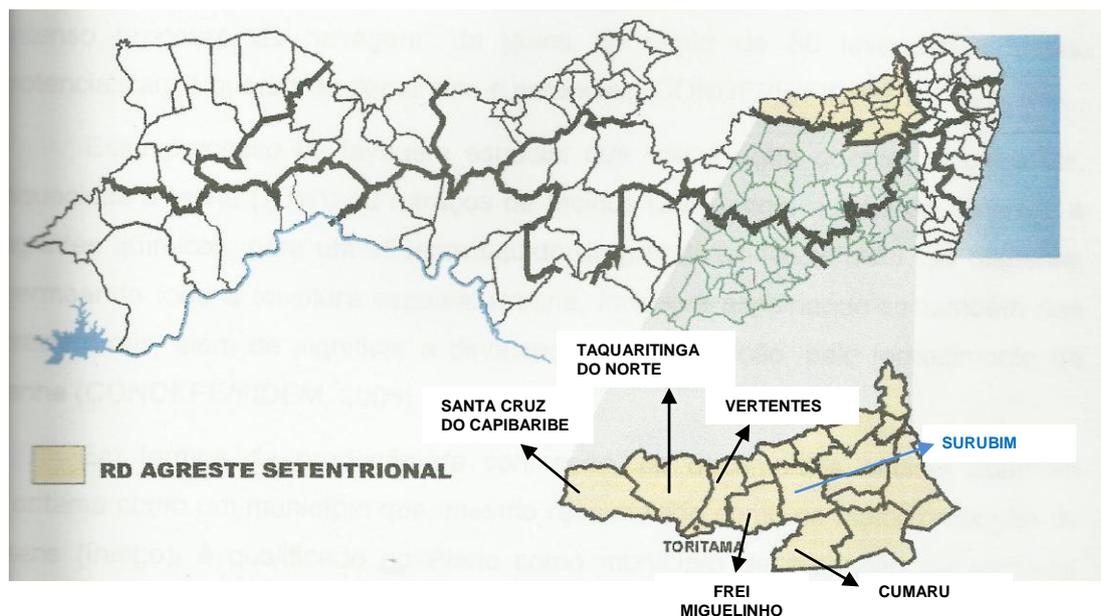
4. REVISÃO DE LITERATURA

4.1. Características socioeconômicas do município de Surubim

Mais conhecida como a capital da vaquejada, a cidade de Surubim fica a 124 km do Recife, ocupando uma área de 253 Km². Por muito tempo, a economia do município esteve ligada à pecuária e à agricultura, com destaque para o cultivo de algodão, que por muitos anos contribuiu para o crescimento da economia local. Os tempos mudaram e hoje a economia de Surubim é impulsionada pelas indústrias de confecções e os setores de serviços, como o comércio que é muito forte na região (IBGE CIDADES, 2000). Atualmente o município de Surubim vem se apresentando como a quarta cidade em produção de roupas dos diversos segmentos da moda, dentro do Polo de Confecções do Agreste Pernambucano.

O mapa abaixo apresenta os municípios do Agreste Setentrional de Pernambuco que se inter-relacionam com o Polo de Confecções. Com destaque, o município de Surubim:

Figura 1: Mapa ilustrativo da Região Agreste Setentrional de Pernambuco (adaptado)



Fonte: Condepe/Fidem (2006 apud PINTO, 2007, p. 47).

Vale salientar que a atividade produtiva no ramo de confecção surgiu no Agreste Pernambucano, local árido e seco, a partir da necessidade de sobrevivência da

população que não vislumbrava mais na atividade agropecuária condições de gerar uma fonte de renda que lhe permitisse manter a família. É nesse contexto que Surubim começou a se inter-relacionar como núcleo produtivo no processo de subcontratação de mão de obra para as outras cidades inseridas no polo (LIRA, 2009).

4.2. Produção de Moda-Vestuário no Contexto das Novas Ruralidades

No mundo contemporâneo, o termo ruralidade tem um valor significativo, devendo ser compreendido a partir da sua territorialidade, propiciando o respeito e a preservação da biodiversidade, que vise o fortalecimento das diversas formas de manifestações culturais presentes nas comunidades rurais (ABRAMOVAY, 2009; MARTINS, 2002).

Conforme ressalta Martins (2002), a inserção das atividades econômicas não agrícolas nos espaços rurais começa a ganhar relevância, uma vez que os habitantes do campo desenvolvem cada vez menos trabalho na agricultura e pecuária. Desta forma, Endlich (2006) ressalta que a utilização do solo não mais se limita às atividades primárias (agricultura), mas também às secundárias, como as instalações de indústrias (confeções, facções, lavanderias), entre outras atividades ligadas ao setor produtivo da cadeia têxtil, presentes no município de Surubim.

Neste sentido, a partir dos novos contornos configurados no meio rural, Pires destaca que “não se pode mais enxergá-lo e o compreender com os mesmos olhos do passado” (PIRES, 2005, p. 48). Ou seja, a “dicotomia rural e urbana” antes utilizada para diferenciar estes espaços, paulatinamente está perdendo força e se tornando pouco visível. Como destaca Carneiro (1999), a urbanização do campo, através do surgimento da industrialização nos países em desenvolvimento, vem provocando um crescimento das atividades não agrícolas. Nesse novo cenário, a indústria de confecção de moda-vestuário é um dos segmentos importantes que contribuem para a redução do êxodo rural.

4.3. Produção e criação de moda-vestuário

Enquanto produto da indústria do vestuário, a roupa sempre exerceu importante papel de diferenciação das classes sociais, caracterizando-se em sua dimensão cultural pela sazonalidade das tendências e dos modelos, que se refletia através das particularidades de uma determinada época e lugar (FEGHALI, 2001).

Com relação ao desenho de moda ou croqui, é uma forma figurativa utilizada para obter ideias rapidamente e as comunicar através de modelos. Embora também possa estar relacionado à captação do estilo da roupa, o croqui não serve apenas para interpretar uma roupa, mas também para diferenciar um estilo⁴ ou designer, uma vez que cada um tem um estilo próprio que acaba se tornando a assinatura de um estilista (SORGER, 2009).

Para Treptow, o croqui pode ser utilizado como uma importante ferramenta, na visualização – “*dy l’air du temps*”, quer dizer atmosfera e atitude o espírito do tempo – da postura correta dos manequins, no uso de acessórios, nas combinações produzidas, transmitindo assim uma relação harmônica entre as peças isoladas e o tema da coleção. Muitas vezes, porém, isso só é possível em algumas empresas de confecção do vestuário, em que os departamentos de marketing e vendas conseguem enxergar a coleção a partir de uma visão holística, percebendo assim a importância do croqui durante todo o processo de produção da coleção (TREPTOW, 2007).

Em sua amplitude global, o mercado de moda busca profissionais dinâmicos e atentos às novas tendências, com capacidade criativa no quesito inovação, sabendo “agregar qualidade de criação” com a “qualidade de produção” (SIMÕES, 2010, p. 2). Para isso, faz-se necessário, no processo de criação, identificar e perceber claramente qual o gosto do público-alvo que se quer atingir (SORGER, 2009).

O capital humano dos jovens é, neste caso, aspecto fundamental para o desenvolvimento dessa capacidade de criação da moda-vestuário. Nesses termos, o processo de criação da moda-vestuário é também uma forma de comunicação que permite a integração e transmissão dos seus significados.

⁴ Modo pessoal e singular de criar ou desenhar (MORRIS, 2007).

4.4. Desenvolvimento local e Juventude Rural

Na perspectiva do desenvolvimento local, Jara (2001) considera como sendo importante no capital humano dois fatores fundamentais presentes nesse conceito. São eles: o Conhecimento e a Informação, ambos responsáveis pelo processo de construção de um desenvolvimento com sustentabilidade, e por permitir que os interesses dos atores locais estejam combinados com os valores culturais locais. Nesse sentido, diz Franco “O principal elemento do capital humano [...] é a capacidade das pessoas de fazer coisas novas, exercitando a sua imaginação criadora [...]” (2002, p. 62).

Nas suas relações sociais, a juventude rural descrita por Wanderley (2007, p. 23) é percebida a partir de duas vertentes que dizem respeito às suas “tradições familiares – que inspiram as práticas e as estratégias [...]” utilizadas no “[...] presente e do encaminhamento do futuro,” tudo isso a partir do seu pertencimento ao meio rural, bem como pelos valores urbanos introduzidos no seu cotidiano. Esses valores acontecem de forma interativa muitas vezes através da escola, do trabalho e dos diversos meios de comunicação.

Desta forma, tendo em vista a importância do capital humano na perspectiva do desenvolvimento local, há que se considerar os talentos dos jovens do meio rural que se dedicam a desenhar croquis de moda-vestuário como um vetor fundamental para o desenvolvimento de Surubim, diante da importância assumida pela indústria de confecções nesse município.

Falar em desenvolvimento local é antes de tudo englobar e articular suas diversas dimensões, baseando-se no aproveitamento de todos os recursos disponíveis que estejam presentes na sociedade local, com destaque para o conhecimento e a capacidade dos atores locais que lhes permitam obter mais oportunidades em desempenhar suas capacidades locais (JARA, 1997).

Nessa perspectiva, vale considerar o olhar do profissional de Economia Doméstica com vista ao desenvolvimento local e à valorização do território, com capacidade de subsidiar as atividades econômicas, de forma a incorporar bens imateriais possibilitando dessa forma aos jovens a expressão individual nas criações de moda-vestuário.

5. METODOLOGIA

Para investigar a produção de moda-vestuário no âmbito da criação de croquis por jovens oriundos do meio rural do município de Surubim, foi escolhido o método da pesquisa qualitativa, por responder a questões particulares de uma realidade que não pode ser quantificada. Esta metodologia, para Richardson et al. (1999), procura explicar o funcionamento de estruturas sociais a partir de uma visão holística, que considera todo o contexto em que ocorre o fenômeno. Como também perpassa pelo processo da construção de um universo de crenças, valores sociais, aspirações e atitudes, em que o ser humano se diferencia, seja através das suas interpretações e ações dentro de sua realidade de vida (MINAYO, 2010).

Trata-se de um estudo de caso, considerando-se este método como sendo o mais adequado para a realização desta pesquisa, uma vez que possibilita investigar fenômenos complexos contemporâneos que marcam o contexto cotidiano da unidade social pesquisada (LAVILLE; DIONNE, 1999; YIN, 2003). Bem como, pela sua flexibilidade em permitir ao pesquisador inserir questões no decorrer da pesquisa, dentre as quais algumas que não foram pensadas no início, com incentivo à realização de novas descobertas, dando ênfase à totalidade da pesquisa (GIL, 1999).

Para realização deste estudo, desenvolveu-se pesquisa bibliográfica a partir de registros disponíveis sobre as temáticas: capital humano, juventude rural, moda-vestuário, novas-ruralidades e desenvolvimento local, decorrentes de pesquisas anteriores em documentos impressos, como livros, artigos, dissertações, teses, revistas e artigos de jornais.

Com relação ao procedimento técnico necessário para a realização desta pesquisa, utilizou-se a entrevista semiestruturada, por se tratar de um instrumento guiado por um roteiro elaborado com perguntas abertas e fechadas, que permitem ao entrevistador flexibilidade de acrescentar indagações, desde que se tenha a necessidade de fornecer esclarecimentos sobre determinada questão (LAVILLE; DIONNE, 1999).

5.1. As amostras

O universo da pesquisa era de 30 jovens, dos quais foi escolhida uma amostra composta de sete jovens (homens e mulheres) na faixa etária entre 19 e 29 anos, oriundos do meio rural, com habilidade e talento para desenhar croquis de moda-vestuário. Vale salientar que a definição da amostra para realização da pesquisa se deu a partir da inclusão progressiva que segundo Deslandes: “[...] é interrompida pelo critério de saturação, ou seja, quando as concepções, explicações e sentidos atribuídos pelos sujeitos começam a ter uma regularidade de apresentação” (2010, p.48).

No roteiro de entrevista com enfoque nos jovens, foram abordadas questões relacionadas ao seu cotidiano, como: aspectos socioeconômicos, conhecimento sobre moda, fontes utilizadas na pesquisa para o processo de criação dos croquis e interesse pelo mundo da moda.

6. RESULTADOS

Nesta seção serão abordados também a relação do corpo humano com a roupa; as proporções do corpo humano utilizadas na criação de um croqui de moda; a importância do esboço do croqui até o desenho de moda final.

6.1. Análise de Conteúdo - Jovens sonhadores: inspiração e pesquisa na criação de croquis de moda-vestuário

Dando início a esta discussão, aparece a Jovem 1. Como se pode observar, a prática de desenhar e costurar roupas surgiu a partir de uma necessidade familiar. Sua mãe costurava e precisava de alguém para tirar os modelos individualmente. Entre as filhas, a única que teve interesse em aprender a lidar com os tecidos, agulhas e tesoura foi a Jovem 1. Desta forma, ela aprendeu a costurar e a modelar, tirando os moldes da Revista *Manequim*⁵ com sua mãe, que até hoje trabalha como costureira, ofício que aprendeu com seu pai que era alfaiate em Surubim.

⁵ Revista da Editora Abril especializada em moda, moldes, beleza e culinária.

Com a Jovem 2 (28 anos), não foi diferente. Esta jovem também aprendeu a costurar vendo sua avó fazer roupas para as bonecas de pano, confeccionadas com retalhos de tecidos e enchimento feitos com plumas de algodão, que na época era uma cultura agrícola presente em Surubim.

O interesse por desenhar de alguns dos jovens entrevistados surgiu ao ver seus familiares e amigos próximos realizando os mais diversos desenhos (paisagens, animais, entre outros). O interesse em desenhar croquis, porém, descritos por alguns dos jovens do sexo masculino, surgiu da necessidade que eles sentiam em ser diferentes, através das suas roupas, bem como por não encontrar nas lojas as roupas idealizadas por eles. Sendo assim, eles desenhavam o modelo que queriam, compravam o tecido e contratavam os serviços de uma costureira.

Por ser dançarino, o Jovem 5 (21 anos) sempre sentiu a necessidade de usar roupas que vestissem bem, sem atrapalhar seus movimentos durante as apresentações de dança. Um dos seus sonhos é cursar e se formar em Dança pela Universidade Federal de Pernambuco e com isso unir as duas coisas de que ele mais gosta de fazer: a dança com a criação de roupas para figurinos.⁶

Quando se apresenta as falas dos jovens sobre as fontes de inspiração de cada um, resgata-se um pouco da infância, descrevendo as pessoas que influenciaram direta ou indiretamente em suas escolhas, no que diz respeito ao interesse em desenhar croquis de moda-vestuário.

No caso da Jovem 2 (28 anos), aos 9 anos de idade cursando a 4ª série, começou a desenhar para as colegas da escola, mesmo sem entender todos os procedimentos de construção de uma roupa e assuntos sobre moda. O pouco que sabia tinha aprendido com a avó. A partir do momento em que seus desenhos foram aceitos pelas colegas de turma, ela se sentiu motivada para continuar desenhando. Não foi fácil, porém, continuar acreditando nos seus sonhos. Como ela mesma descreve, algumas pessoas, inclusive da família, lhe diziam: “pra que continuar desenhando se tu nunca vai sair daqui?” Por alguns momentos, essas palavras a fizeram desanimar.

⁶ Conjunto de roupas criadas para peças de teatro, cinema, TV, balé, entre outras apresentações artísticas da cultura popular (CATELLANI, 2003).

Diante de tais fatos apresentados por cada entrevistado, infere-se a necessidade de se ter políticas públicas que atendam às demandas e aos anseios desses jovens, no sentido de desenvolver sua criatividade nas atividades relacionadas à criação e produção de moda-vestuário, aproveitando assim as potencialidades do local, com vistas ao fortalecimento do capital humano presente entre os jovens do município de Surubim.

Com relação à inspiração para desenvolver a criação de croquis de moda-vestuário, todos foram unânimes em dizer que buscam inspiração em revistas de moda, pesquisam na internet em *sites* de moda, blogs e também trocam ideias nas redes sociais entre pessoas que gostam de desenhos de moda.

De acordo com Farias (2004), a moda como fenômeno complexo tende a penetrar a subjetividade, contribuindo de certa forma com as mudanças contínuas expressas no jeito de pensar e agir da juventude. Isso independe da sua condição socioeconômica.

Ainda sobre esse fenômeno, percebeu-se durante a entrevista com o Jovem 4 (26 anos) a materialização dessa subjetividade, quando ele descreve sua fascinação e admiração pela atriz e cantora mexicana Thalia (conhecida mundialmente após interpretar a personagem Maria do Bairro, novela de mesmo nome exibida pelo SBT, na década de 1990). A influência exercida por esta musa inspiradora se faz presente nos seus croquis. Como se pode observar na Figura 2.



Figura 2: Croquis de Vestidos de festa (à esquerda, vestido longo com babado na barra, à direita vestido longo⁷ com fenda na frente). Croquis cedidos pelo Jovem 4.

Para Jones (2005), ao escolher uma musa inspiradora, as pessoas responsáveis pelo setor de criação devem considerar os parâmetros reais exigidos pelo mercado de moda de acordo com o público-alvo da empresa. Desta forma, entende-se que a arte de desenhar croquis de moda-vestuário requer conhecimento incessante sobre as devidas proporções do corpo humano, buscando compreender todo o funcionamento do conjunto das articulações do esqueleto com os ligamentos da musculatura, para daí obter um desenho harmônico (MORRIS, 2008).

O tema moda-vestuário se faz presente no cotidiano de cada jovem entrevistado, seja no fazer o desenho de uma roupa por passatempo, ou mesmo até pra vendê-lo a alguma indústria de confecção interessada em adquirir. Alguns trabalhando como costureiro(a) nas indústrias e facções. E outros desempenhando atividades produtivas no comércio e nas instituições públicas. Como se pode perceber, não importa onde cada um esteja, a paixão pela arte de criar desenhos de moda-vestuário é comum a todos, estando presente na vida de cada um.

Evidências apontam a introdução de atividades econômicas não agrícolas no meio rural, como um importante instrumento para a diminuição do êxodo rural (ISLAM, 1997 apud ABRAMOVAY, 2009). Entretanto, percebeu-se nas entrevistas que não basta ter uma geração de renda. Os jovens têm anseios e necessidades que precisam ser atendidos, bem como condições de trabalho e uma renda financeira digna que lhes possibilitem viver com qualidade de vida.

Nesse contexto, as políticas públicas para o desenvolvimento local, entendidas como uma força de caráter endógeno (JARA, 2001), devem buscar utilizar as habilidades e potencialidades presentes entre os jovens, como são aqueles que têm vocação para desenhar croquis, numa localidade em que a indústria de confecção é viés importante na economia local, como é o caso de Surubim. Devem também possibilitar a estes jovens e outros, com igual interesse, um futuro mais promissor, apoiando o

⁷ Caracteriza-se por ter um corpete justo e saia fendada na frente, permitindo liberdade dos movimentos. Modelo típico usado desde 1920 na dança popular (tango) hispano-americana, popularizada na Argentina (CATELLANI, 2003).

desenvolvimento de suas habilidades na criação de croquis de moda-vestuário no seu próprio local de moradia, desejo expresso pela maioria dos jovens entrevistados.

Não esquecendo suas experiências individuais adquiridas na prática cotidiana do fazer e das habilidades inatas de alguns jovens em desenhar croquis. Estes são os fatores responsáveis e essenciais no processo de valorização e de fortalecimento do capital humano dessa juventude criativa (FRANCO, 2002; JARA, 2001).

6.2. A escolha das cores e do tecido para compor a coleção

Definido o tema da coleção, a cartela de cores, bem como a escolha de tecidos e aviamentos, entra em cena o designer de moda, profissional responsável dentro da indústria de confecção, que tem como objetivo “criar propostas para a coleção” (TREPTOW, 2007, p. 140). Elaborar croquis de moda-vestuário requer um cuidado especial com relação ao uso das cores e estampas, ou seja, a pessoa responsável por desenvolver os croquis precisa estar bem informada sobre as tendências de cores, estampas e tecidos para cada coleção, de acordo com a estação e o público-alvo da empresa.

Quando se cria uma coleção, é fundamental ter o conhecimento sobre cada tipo de tecido, para daí fazer o teste de realidade. Este teste consiste em observar a interação do corpo humano com os tecidos, permitindo assim perceber o melhor caimento para cada modelo em relação ao corpo.



Figura 3: Croqui de vestido de festa. Cedido pela Jovem 6 (19 anos).

Atendendo à disciplina de planejamento de coleção do curso técnico em vestuário, a Jovem 2 (28 anos) realizou um trabalho que tinha como objetivo fazer 15 croquis para uma coleção moda verão 2012, com o tema música. Por se tratar de uma coleção para o verão, ela decidiu trabalhar com tecidos leves e cores aquarela em tons diversos e também *dégradé*⁸. Com inspiração nas estampas psicodélicas⁹ usadas pelos hippies,¹⁰ ela optou por usar o tingimento feito em *tie dye*.¹¹ Dentre os croquis criados, foram escolhidos alguns apresentados na Figura 4, a seguir:



⁸ Diminuir gradualmente a forma ou tonalidade de uma peça do vestuário, acessório ou aviamento. Feitos em camadas gradativas ou em escala tonal de um tom mais claro a um mais escuro, ou vice-versa (CATELLANI, 2003).

⁹ Roupas de padrões irregulares e com cores brilhantes, popularizadas na década de 1960, pelo movimento Hippie (CALLAN, 2007).

¹⁰ Estilo que influenciou a moda com suas roupas soltas e informais, com babados e estampas psicodélicas. Com hábitos de vida e aparência diferentes da sociedade tradicional. Costumavam andar descalços, usavam roupas gastas e acessórios coloridos (CALLAN, 2007; CATELLANI, 2003).

¹¹ Método de tingimento no qual pequenos segmentos do tecido são amarrados com linha, com objetivo de evitar que a cor passe a essas partes amarradas, criando assim um padrão irregular. A década de 1960 foi o auge das camisetas e camisas informais tingidas com *tie dye* (CALLAN, 2007, p. 305).

Figura 4: Croquis da coleção verão 2012. Inspirados na música *Descobridor dos sete mares* do cantor Lulu Santos. Cedidos pela Jovem 2 (28 anos).

Neste caso, o profissional responsável pela criação precisa ter esses conhecimentos sobre as cores para saber harmonizar todas elas dentro de uma coleção, tendo como objetivo atender ao consumidor final, através da comercialização.

Com relação à escolha das cores e estampas, os jovens entrevistados disseram que buscam na internet as tendências daquele momento. Outros escolhem as cores e estampas de forma empírica, levando em consideração seu gosto pessoal por determinada cor e estampa.

No mundo cada vez mais globalizado, criar produtos de moda-vestuário exige dos profissionais, responsáveis por criar coleções, um olhar atento e aguçado, pronto para captar as tendências de moda que surgem diariamente através das mídias, e com isso compilar todos os dados com muita criatividade e inovação, criar um produto diferenciado e de fácil comercialização (SIMÕES, 2010).

Dessa forma, os jovens com habilidade em desenhar croquis de moda-vestuário precisam ter estes conhecimentos sobre cores e tecidos, necessários para a criação de uma coleção ou de uma peça de roupa individual.



Figura 5: Croquis de moda masculina. Croquis cedidos pelo Jovem 3 (21 anos).

Vale salientar as dificuldades enfrentadas pelos jovens interessados em cursar Design de Moda, tendo em vista que as faculdades que ofertam esse curso estejam localizadas nas cidades de Caruaru, Santa Cruz do Capibaribe ou Vitória de Santo Antão. Todas distantes de Surubim, o que dificulta para alguns a realização desse sonho, uma vez que, além da mensalidade a ser paga, precisam também de recursos financeiros para o transporte diário até o município onde fica situada a faculdade.

Esta falta de preparo por parte dos jovens pode ser justificada pela falta de tempo para os estudos, pois em sua maioria trabalham durante o dia, restando-lhes pouco tempo para dedicação aos estudos. Com isso, muitos jovens preferem trabalhar e pagar um curso numa faculdade à noite, considerada por eles como menos concorrida em relação às federais.

Ainda sobre a escolha de cores e tecidos, tem-se os croquis desenhados pela Jovem 6 (19 anos). Na Figura 8, a seguir, são apresentados dois vestidos que fizeram parte de uma coleção composta de 15 croquis. Esta coleção foi inspirada na música intitulada *Ovelha Negra*, da cantora Rita Lee. Para desenvolver os modelos, a jovem optou pelo uso do preto e das cores vibrantes e fortes, como o roxo, o amarelo e o vermelho. Apostou também na sensualidade, através dos tecidos fluidos e transparentes, que segundo ela revelam o lado feminino e dócil da mulher.



Figura 6: Croquis de vestidos femininos inspirados na música *Ovelha Negra*, de Rita Lee. Cedidos pela Jovem 6 (19 anos).

Quanto à escolha das cores, não existem regras definidas. Como observa Treptow (2007) e Morris (2008) descritos anteriormente, o que precisa é um conhecimento detalhado sobre as cores e suas várias possibilidades de combinações harmonizadas, devendo atender ao público-alvo de acordo com o segmento de cada empresa.

Vale ressaltar que as coleções desenvolvidas pelos jovens entrevistados dizem respeito a trabalhos realizados para atender à disciplina Planejamento de Coleções, do Curso Técnico em Vestuário. Profissionalmente, estes jovens entrevistados ainda não

tiveram a oportunidade de desenvolver coleções de moda-vestuário para empresas. Alguns, como é o caso da Jovem 7, já desenvolveram peças de roupas individuais para algumas indústrias de moda feminina de Surubim, segmento muito forte neste município.

Diante da realidade descrita pelos entrevistados, percebeu-se a importância de se investir continuamente em cursos que venham contribuir para o fortalecimento da atividade de confecção nas diversas áreas do conhecimento, aproveitando o capital humano dos jovens locais, no sentido de desenvolverem suas habilidades na área de criação de coleções de moda-vestuário, com valorização da cultural local e regional, contribuindo assim para o desenvolvimento local de sua cidade.

6.3. Materiais e equipamentos utilizados na elaboração dos croquis de moda-vestuário

O desenho do croqui pode ser realizado manualmente ou através do uso de programas de computador. Para realização do croqui, a escolha certa de materiais a serem utilizados é de fundamental importância.

Devido às condições financeiras, tanto a Jovem 2 quanto a Jovem 4 já utilizaram folha de caderno e até papel de embrulhar pão na hora de desenhar e expor suas ideias.

Os sete jovens que participaram desta pesquisa descreveram suas particularidades, seu estilo próprio e suas preferências na hora de desenhar, bem como as dificuldades e contingências presentes no seu cotidiano. Mesmo diante das dificuldades encontradas, estes jovens não desistem dos seus sonhos de se tornar estilistas e empresários no ramo de confecções.

De acordo com Morris (2008), as partes do corpo devem ser desenhadas quando se vai expor acessórios, como joias, por exemplo. Entretanto, vale ressaltar o gosto e o critério solicitados pelo cliente, pois alguns pedem o croqui completo com todas as partes do corpo desenhadas, bem como os acessórios (pulseiras, brincos, sapatos etc.), enquanto outros querem apenas o croqui da roupa.



Figura 7: Croqui de vestido feminino. Cedido pela Jovem 1 (20 anos).

Para o Jovem 5 (21 anos), desenhando e pintando à mão é possível obter cores e tons que, segundo ele, não se encontram tão facilmente nos programas, como o *Photoshop*. Em suas palavras, ele expressa bem o seu gosto de “pintar em *dégradé* com tons pastel,” fazendo misturas de cores e estampas, como se pode observar na Figura 8, a seguir. Segundo este jovem, as cores devem ser colocadas nas peças de maneira criativa, para chamar a atenção do público. Daí vem seu interesse pelo *dégradé*.

O traje apresentado na Figura 8 é descrito pelo Jovem 5, como sendo um “vestido tomara que caia, com tecido em tons azul claro e escuro, saia de babados assimétricos, acompanhados por um bolero na cor laranja.” Este croqui, o Jovem 5 desenhou para uma amiga, porém não chegou a ser confeccionado.



Figura 8: Croqui de vestido feminino desenhado e pintado à mão com tons pastel em *dégradé*. Croqui cedido pelo Jovem 5 (21 anos).

O uso de tecnologias nos desenhos dos croquis não foi unanimidade entre os jovens. Como exceção, aparece o Jovem 3, que faz uso do programa *Photoshop*. Segundo ele, “é muito bom e tem uma vantagem: se eu não gostar, eu troco a cor da roupa.” Ou seja, a praticidade em fazer e refazer com mais rapidez os croquis.

Segundo Morris (2008), o programa *Photoshop* permite a obtenção de imagens profissionais com maior facilidade, acelerando o trabalho de criação de coleções. Neste sentido, a criação dos croquis, quer seja à mão ou em programas de computador, precisa estabelecer uma comunicação visual convincente para o cliente, sem deixar dúvidas com relação a sua interpretação (GRAGNATO, 2008).



Figura 9: Croquis inspirados no Filme *Moulin Rouge – Amor em Vermelho*, cedidos pelo Jovem 3 (21 anos).

Nesse contexto, a resistência em fazer uso das tecnologias pode estar atrelada às diversas contingências vividas cotidianamente pelos jovens rurais, quanto ao uso e acesso às tecnologias digitais e virtuais (TAUK SANTOS, 2006). Isso se dá, devido a alguns jovens entrevistados não disporem de computador, e dentre os que têm computador, são desprovidos do acesso à internet, pelo fato de o meio rural nem sempre disponibilizar serviços da rede.

De maneira geral, os jovens entrevistados utilizam o lápis comum (HB ou 2B), a folha A4, ofício, e até papel pautado. Apesar de na maioria das vezes os jovens entrevistados não terem à mão os materiais e equipamentos corretos para desenvolver suas criações, eles não deixaram de desenhar. Cada um, de acordo com suas condições financeiras, continua a sonhar com a possibilidade de ser dono do seu próprio negócio dentro do setor de confecção, cada um no segmento de moda escolhido.

Em uma indústria de vestuário, existem vários setores responsáveis por cada etapa da produção da roupa. Dentre as etapas existentes, um dos setores mais cobiçados pelos jovens entrevistados foi o de criação e modelagem. Entretanto, como se pode ver a seguir, geralmente a execução destas atividades fica restrita aos donos da confecção, ou às mulheres da família. Sem contar a forma como eles são tratados quando procuraram trabalho nessa área de criação. O máximo que alguns conseguem é vender seus croquis com um preço baixo, que é o que acontece com a Jovem 7 (22 anos).

Este é um dos motivos que levam os jovens a querer ter seu próprio negócio, pois as empresas locais geralmente não contratam profissionais para a área de criação de coleções.

7. CONCLUSÕES

Nesta pesquisa, foi analisado o processo de criação e produção de moda-vestuário ocorrido em Surubim, Pernambuco, como estratégia de desenvolvimento local, com enfoque prioritário no capital humano de jovens do meio rural no âmbito da criação de croquis de moda-vestuário. Procurou-se analisar o talento dos jovens, identificando as fontes de inspiração e pesquisa na criação de croquis de moda-vestuário, considerando o contexto de vida dos jovens.

Na pesquisa, observou-se que os jovens entrevistados não possuem o desejo de migrar para outras cidades, desde que existam as condições favoráveis de emprego com renda financeira que atenda a suas necessidades, possibilitando assim viver com qualidade de vida, juntamente com sua família.

No que tange à área de criação e produção de moda-vestuário, foco da nossa pesquisa, percebeu-se a importância e necessidade de uma discussão sobre políticas públicas que atendam às demandas da juventude rural, considerando suas potencialidades diante do arranjo produtivo local da região, que nesta pesquisa são as indústrias de confecções.

Pelos dados coletados, constatou-se que os jovens entrevistados compartilham de algumas contingências vividas cotidianamente relacionadas ao uso das tecnologias. Este fato está, em alguns casos, atrelado à questão financeira, uma vez que não se tem

condições econômicas de adquirir um computador. Dessa forma, torna-se difícil e inviável a utilização de programas como o *Photoshop*, muito útil na criação dos croquis.

8. RECOMENDAÇÕES

Com base nos resultados desta pesquisa, no contexto das novas-ruralidades percebeu-se a importância de se investir continuamente em cursos que venham contribuir para o fortalecimento da atividade de confecção nas diversas áreas do conhecimento, aproveitando o capital humano dos jovens locais, no sentido de desenvolverem suas habilidades na área de criação de coleções de moda-vestuário, com enfoque na valorização da cultura local e regional, contribuindo assim para o desenvolvimento local de sua cidade.

No tocante à inserção dos jovens interessados em estudar nos cursos de graduação nas áreas de moda, ficou evidenciada uma falta de preparo, por parte dos jovens, em concorrer às vagas nos cursos de moda ofertados nas universidades federais, que são públicas e gratuitas. Este despreparo pode ser justificado pela falta de tempo para os estudos, uma vez que os jovens entrevistados em sua maioria trabalham durante o dia costurando nas indústrias de confecções, ou então como vendedores no comércio de Surubim, restando-lhe assim pouco tempo para dedicação aos estudos.

Desse modo, pode-se dizer que a disseminação do conhecimento científico através do uso de novas tecnologias e das mídias sociais, mediadas pelos atores responsáveis por desenvolver a área de moda-vestuário do município ou da região, deve considerar os conhecimentos dos jovens adquiridos no ambiente acadêmico, através de cursos na área de moda que atendam suas demandas. Dessa forma, podemos contar com o apoio do profissional de Economia Doméstica.

Diante dos dados levantados nesta pesquisa, pode-se observar a necessidade de um aprofundamento nas temáticas de políticas públicas com enfoque no arranjo produtivo local de Surubim, a criação e produção de moda-vestuário, a partir da perspectiva do desenvolvimento local, fortalecendo assim o capital humano de jovens rurais na criação e produção de croquis de moda-vestuário, utilizando-se dos elementos da cultura local, com vista à criação de uma moda regionalizada.

9. REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, Ricardo. *O futuro das regiões rurais*. 2. Ed. Porto Alegre. Editora da UFRGS, 2009. 152p.
- CALLAN, Georgina O' Hara. *Enciclopédia da Moda de 1840 à década de 90*. Trad. Glória Maria de Mello Carvalho, Maria Ignez França. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- CATELLANI, Regina Maria. *Moda ilustrada de A a Z*. Rev. Laís Helena da Fonseca Pearson. Barueri, SP: Manole, 2003.
- DEL GROSSI, Mauro Eduardo; GRAZIANO DA SILVA, José. *O novo rural: uma abordagem ilustrada*. Londrina: Instituto Agrônômico do Paraná, 2002. 49 p.
- DESLANDES, Suely Ferreira. A construção do projeto de pesquisa. In MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). *Pesquisa social: Teoria, método e criatividade*. 29. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.
- DISITZER, Marcia; VIEIRA, Silvia. *A moda como ela é: bastidores, criação e profissionalização*. Rio de Janeiro: Senac Nacional. 2006.
- ENDLICH, Ângela Maria. Perspectivas sobre o urbano e o rural. p. 11-31. In: *Cidade e campo: relações e contradições entre urbano e rural*. Maria Encarnação Beltrão Sposito, Arthur Magno Wintacker (organizadores). 1. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2006.
- FARIAS, Rita de Cássia Pereira. *Nos bastidores da moda: um estudo sobre representações de vestuário e de imagem corporal por um grupo de pré-adolescentes*. Dissertação de Mestrado - Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica. Viçosa: UFV, 2004.
- FEGHALI, Marta kasznar; DWYER, Daniela. *As engrenagens da moda*. Rio de Janeiro: editora Senac, 2001. 160 p.
- FRANCO, Augusto de. *Pobreza e desenvolvimento local*. Brasília: ARCA Sociedade do Conhecimento, 2002.
- GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- GRAGNATO, Luciana. *O desenho no design de moda*. (Dissertação de Mestrado em Design) Anhembi Morumbi, São Paulo, 2008. 100 p.
- IBGE CIDADES 2000. Disponível em:
<<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=261450#>>. Acesso em: 17 out. 2011.

JARA, Carlos Julio. *As dimensões intangíveis do desenvolvimento sustentável*. Colaboração: Mara Verônica Morais Souto. Brasília: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura – IICA. 2001.

JARA, Carlos Júlio. Construindo o Poder Local. *Caderno CRH*. n. 26/27 p. 211-233, jan/dez. Salvador, BA. 1997.

JONES, Sue Jenkyn. *Fashion design: manual do estilista*. Cosac Naify. São Paulo, 2005.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. *A construção do saber: Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Tradução Heloisa Monteiro e Francisco Settineri. Porto Alegre. Editora Artes Médicas Sul Ltda. Belo Horizonte. Editora UFMG, 1999.

LIRA, Sonia Maria de. *O “desenvolvimento” do aglomerado de micro e pequenas indústrias de confecções do Agreste/PE: as suas inter-relações socioespaciais*. Tese de Doutorado – Programa de Pós-Graduação em Geografia. UFPE, 2009. 214 p.

MARTINS, José de Souza. *A sociedade vista do abismo: novos estudos sobre exclusão, pobreza, e classes sociais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. O desafio da pesquisa social. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; NETO, Otávio Cruz; GOMES, Romeu (orgs). *Pesquisa social: Teoria, método e criatividade*. 29. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. (p.9 a 27).

MORRIS, Bethan. *Fashion illustrator: Manual do ilustrador de moda*. Tradução: Iara Biderman. São Paulo. Cosac Naif, 2008. 208 p.

PINTO, Edilene Souza. *Extensão rural e planejamento regional para o desenvolvimento local*. 2007. (Dissertação Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2007.

PIRES, Maria Luiza Lins e Silva. A (re)significação da extensão rural a partir da ótica de inclusão: a via cooperativa em debates. In: *Extensão rural e desenvolvimento sustentável*. Org. Jorge Tavares e Josenildo de Souza e Silva [et. al.]. 2ª edição. Bagaço, Recife, 2005. p.71-96.

RICHARDSON, Roberto J. (Org.) *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas, 1999.

ROCHA, Maria Alice Vasconcelos; HAMMOND, Lynne; HAWKINS, David. Os indicadores do consumo de moda-vestuário: compreendendo preferências por meio da roupa predileta. *Revista Oikos*, Viçosa, V. 20, N. 1, P57-76, 2009.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas -. *Perfil econômico e principais oportunidades de negócios em Pernambuco*. Projeto editorial de cartilha feira do empreendedor. Recife, 2006.

SIMÕES, Danielle Silva. Procedimentos metodológicos para criação de coleções para o pólo de confecções do agreste de Pernambuco. (Dissertação de mestrado em Design) Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2010. 151 p.

SORGER, Richard. *Fundamentos de design de moda*. 1. Ed. Bookman Companhia, 2009.

TAUK SANTOS, Maria Salett; LIMA, Conceição Maria Dias de. Desafios cooperativos e estratégias de comunicação das incubadoras tecnológicas de cooperativas populares. *Revista UniRcoop*, Sherbrooke, Canadá, vol. 14, n. 1, p. 128-147, 2006.

TREPTOW, Doris. *Inventando moda: planejamento de coleção*. 4. Ed. Brusque-SC: D. Treptow, 2007.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. Jovens rurais de pequenos municípios de Pernambuco: que sonhos para o futuro In: M. J. CARNEIRO; E. G. CASTRO (Org.) *Juventude Rural em Perspectiva*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

YIN. Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 3. ed. Porto Alegre: Bockman, 2003.