

Moda e Presidiárias: um estudo desta relação.

Tatiane Cristine Wipprich

Formada em Processos de Produção de Vestuário pelo SENAI/SC

tatiloviyou@hotmail.com

Andresa Jaqueline Toassi

Mestre em Psicologia pela UFSC

andresasc@yahoo.com.br

Resumo

Dos segmentos de consumo, o da moda feminina é um dos mais intrigantes, pois há uma concepção de que as mulheres são bastante consumistas, principalmente, no que se refere a produtos de moda. Mas, existem aquelas que, por cometerem algum delito e serem afastadas do convívio com a sociedade, vivenciam situações distintas da grande maioria. Neste contexto, este estudo busca compreender a relação que as presidiárias de Rio do Sul estabelecem com o mundo da moda, frente à sua condição de exclusão social. Para tanto, foi aplicado um questionário com perguntas fechadas e realizadas entrevistas com duas detentas. A partir de análises quantitativa e qualitativa dos dados, pode-se observar que as presas, por sua situação de reclusão, apresentam dificuldades em obterem de artigos de moda, além de instituírem relacionamentos diferenciados com este cenário e utilizarem os produtos com objetivos diversos das mulheres com convívio social “normal”.

Palavras chave: moda, presidiárias, relação.

Abstract

Of consumer segments, the women's fashion is one of the most intriguing, as there is a perception that women are widely consumed, especially when it comes to fashion products. But there are those who, having committed a crime and being away from contact with society, they experience different situations of the majority. In this context, this study seeks to understand the

relationship that the prisoners in Rio do Sul set the fashion world, compared to their status as social exclusion. To this end, we applied a questionnaire with closed questions and conducted interviews with two inmates. From analysis of quantitative and qualitative data, we can observe that the firms, for their situation in prison, have difficulty in obtaining of fashion items, and establish different relationships with this scenario and using the products of women with different goals socialize with "normal".

Keywords: fashion, prisoners, respect.

1. INTRODUÇÃO

O mundo da moda é bastante amplo e abrangente, exercendo grande influência na vida das pessoas. Assim, mesmo que as presidiárias não tenham consciência do quanto seu cotidiano encontra-se permeado pelo universo da moda, o simples fato de terem que escolher uma roupa para vestir de manhã comprova sua abrangência. Deste modo, as encarceradas, apesar de viverem à margem da sociedade, não deixam de fazer parte deste cenário, estabelecendo, de alguma maneira, determinado tipo de relação com a moda.

O objetivo deste estudo, portanto, é compreender a relação que as presidiárias estabelecem com o universo da moda, sendo que, esses dois contextos são consideravelmente distintos e muito difíceis de interligarem-se. De certa forma parece uma ousadia tentar estabelecer relações entre esses dois mundos, pois, o termo moda, inspira consumo, que, por sua vez, é algo distante da realidade das presidiárias, tendo em vista sua situação de exclusão. Pode-se considerar que, a sociedade, de uma forma não generalizada, discrimina esses seres humanos, e, por este motivo, acredita que o consumo de moda e sua abrangência não encontra-se presente em seu cotidiano.

Considerando esses fatores, o presente artigo procura estabelecer uma relação entre essas divergências, levando em consideração as mulheres internas do Presídio Regional da cidade de Rio do Sul, no Estado de Santa Catarina. A questão, portanto, é apresentar quais as relações que estas presidiárias têm com a moda, a fim de compreender suas concepções e percepções a respeito deste campo específico, para com isso, obter dados relevantes a respeito dessa população e também torná-las público-alvo do consumo da moda.

Modapalavra E-periódico

Para o alcance dos objetivos foram analisadas as concepções que essas mulheres têm a respeito do termo “moda” e realizada uma investigação de seus desejos e anseios com relação a este universo. Para tanto, observou-se dia-a-dia das presas, descrevendo seu cotidiano, o funcionamento interno do presídio e analisando seus desejos, atitudes, vivências, expectativas, enfim, buscou-se esclarecer aquilo que se refere ao mundo das detentas e suas relações com a moda. O objetivo, portanto, foi apresentar as ligações que elas estabelecem com este cenário, como elas vêem este universo e como se comportam diante da moda, buscando, inclusive, verificar o papel que a moda pode ter como forma de reinserção na vida em sociedade.

Esse estudo também busca ser uma forma de chamar a atenção das empresas e das instituições de ensino, para que as detentas possam ter oportunidades de estudar e trabalhar em uma área muito promissora que é a moda. Cada vez mais a moda tem sido enaltecida pela humanidade, sendo que, já desde o princípio de sua existência as vestimentas são bastante valorizadas, mas, atualmente, não são utilizadas apenas para cobrir o corpo e proteger-se do frio, elas tem um valor que vai bem além dessa necessidade, o valor da identidade pessoal e da aceitação grupal. Por esse motivo é relevante abordar esse tema com mulheres que, ao estarem encarceradas, mantêm-se distantes dessa realidade. Por que não inseri-las nesse universo e auxiliá-las na reinserção na vida em sociedade? Por que não analisar estas mulheres como possível público-alvo consumidor e produtor do mundo da moda?

As perguntas acima são instigantes, pois essas mulheres são alvo de muito preconceito e discriminação. O aprisionamento e a exclusão do sujeito infrator da vida em sociedade é a forma utilizada para puni-lo e prevenir futuros problemas, porém, sabe-se que nem sempre este processo traz os resultados esperados. Assim, a moda pode oferecer contribuições neste sentido e auxiliar as detentas no momento de reinserção social e possibilitar um campo de atuação para essas mulheres, que mesmo ao estarem nessa realidade de reclusão, podem produzir criar, ousar, produzir e trabalhar. Além disso, as empresas da região poderiam ter benefícios com mão-de-obra especializada e ansiosa em aprender e aproveitar a chance que estão obtendo na vida.

As respostas aos questionamentos levantados foram obtidas a partir de visitas realizadas ao Presídio Regional de Rio do Sul, bem como, através da aplicação de um questionário junto às presidiárias. Também foi realizada uma entrevista com perguntas abertas, com duas presas voluntárias. Essas respostas são analisadas no decorrer do trabalho, de forma quantitativa e

qualitativa, buscando produzir conhecimento sobre essa realidade e buscando estabelecer a relação entre dois universos aparentemente tão distintos, qual seja, moda e a vida na prisão.

2. CONSUMO DE MODA

A moda, segundo Pereira (2004), devido ao papel que desempenha e a importância que tem na esfera do consumo e, conseqüentemente, na vida das pessoas, têm sido objeto de estudo de diversas áreas do conhecimento, entre elas, a Antropologia, Psicologia, História. Pode-se observar que nas duas últimas décadas o tema da moda teve uma crescente ascensão em diferentes disciplinas, principalmente frente ao papel que desempenha na vida do ser humano. Em consequência a tudo isso, o consumo cresce paralelo e concomitantemente ao desenvolvimento da moda, sendo amplamente estimulado por este universo.

Bergamo (1998, p. 04) diz que “uma peça de roupa sempre vem acompanhada de outra”, isto significa que, em uma vitrine sempre há peças combinando. Este fato serve para estimular o consumo não apenas da peça em si, mas de todas as demais que formam aquele conjunto. Esse desejo de consumo torna-se mais acentuado quando há uma decoração que exibe a idéia de que a roupa é parte de um todo ainda maior. Ao olhar uma vitrine e deparar-se com uma cena do seu cotidiano ou com algo que pode ajudar a construir sua identidade, a vontade de consumir tende a aumentar, pois, o ser humano é movido, boa parte por desejos e necessidades, as quais buscam suprir constantemente (MARX, 1983).

Para Sauerbronn, Ayrosa e Barros (2007), com o consumo, todo indivíduo tem a oportunidade de construir, manter e comunicar seus significados sociais e sua identidade. Sendo assim, o consumo é peça central para a construção da realidade, já que esta depende de uma linguagem que reflete a natureza do consumo. De acordo com Marx (1983), em uma sociedade capitalista, a circulação de mercadorias e a esfera do consumo são fundamentais e essencialmente necessárias. Assim, as necessidades dos consumidores e a gratificação em consumir moldam a linguagem que media a experiência da realidade. O consumo só tem valor enquanto interage com o mundo onde existe ou com o mundo onde ele significa algo. O indivíduo é o que consome, deste modo, os objetos constituem uma extensão do ser e ajuda a desenvolver o sentido do ser de cada um. Portanto, o consumo e os produtos oferecem guias de

Modapalavra E-periódico

comportamento e estão relacionados ao processo de desempenho dos vários papéis existentes na vida social.

Estas considerações levam à questionamentos acerca dos sujeitos que vivenciam uma realidade diferenciada, despertando anseios em compreender como as presidiárias estabelecem suas relações com a esfera do consumo, principalmente de objetos da moda, uma vez que seu acesso às vitrines, lojas, revistas, enfim, aos locais que disponibilizam e incentivam o consumo da moda é extremamente restrito. O consumo de moda, neste sentido, vai apresentar conotações diferenciadas para as detentas, as quais buscam ser compreendidas e analisadas no decorrer deste estudo.

Para Cidreira (2005), os indivíduos são classificados em tribos, divididas segundo seu estilo de vida e de consumo, os quais são guiados pelos anseios e por condições psico-sociológicas. Porém, com relação à vestimenta, a tendência é que eles passem entre as mais diversas tendências, preços e estilos, vestindo-se de acordo com o momento, com sua classe social, situação econômica e condições de vida.

É fato, porém, que o consumidor está cada vez mais exigente, sendo ele próprio senhor soberano de suas escolhas e seu próprio emissor de tendências. Deste modo, a moda deve sua sobrevivência ao consumo, o qual precisa ser estimulado e induzido constantemente. Contudo, segundo Cidreira (2005), o consumo está em constante alteração, constituindo-se de avanços e retrocessos, sendo que, nas sociedades atuais o que altera são as relações estabelecidas com esse consumo. Há uma abundância de inovação no mercado da moda e com isso os sujeitos passam por um registro de seletividade exigente, criando uma dependência pela renovação, em consequência disso, as empresas estão multiplicando seus produtos e liquidações, visando incentivar do consumo e suprir a necessidade dos indivíduos pela renovação, pelo diferente e o novo.

Frente à importância do consumo na vida do homem, é necessário verificar as influências que o campo da moda, de modo mais específico, exerce na esfera de aquisição de mercadorias, bem como, sobre os sujeitos que consomem seus objetos. Desse modo, ao descobrir o que motiva as pessoas ao consumo da moda, pode-se estimulá-las cada vez mais, acelerando a produção, a compra e a venda de objetos do vestuário. E as presidiárias? Será que podem ser atingidas da mesma forma? Ou por sua realidade diferenciada e excludente mantém modos diferentes de consumir e relacionar-se com os objetos do mundo da moda? O objetivo deste estudo é que estes

e outros questionamentos possam ser analisados e respondidos, servindo como referência tanto à esfera da moda, quanto do seu consumo.

3. MODA E MULHER

Como descrever o prazer da mulher em relação à roupa? Segundo uma referência lacaniana, há uma ordem que explica o prazer com o corpo feminino e seus objetos de adorno, uma vez que “a subjetividade é fundamentalmente constituída das relações do olhar. Ao olhar uma imagem de si mesma no espelho, o sujeito adquire um sentido de identificação narcisista com um impulso totalizado [...]” (BENSTOCK e FERRISS, 2002, p. 218).

Com base nestas considerações, observa-se que, segundo Benstock e Ferris (2002, p.218), a mulher é “constituída das relações do olhar”, assim, estar bem vestida, obter a atenção de um olhar masculino e também das outras mulheres lhe proporciona prazer. Destarte, roupas modernas e novas cobrem as imperfeições e a permitem ser avaliada por um olhar aprovador. Um corte acima do tornozelo, um decote acentuado, a estética aberta, cria a imagem de um corpo sexy, levando a uma imagem de poder feminino.

As mulheres, muitas vezes, desejam ser sexy para chamar a atenção dos olhares masculinos, para se sentirem bem, valorizadas e com a auto-estima elevada, e, a roupa exerce um papel fundamental nesse processo. Este fato leva às considerações sobre a temática deste estudo, ou seja, ao viverem separadas dos homens e de grande parte de sociedade, as presidiárias ainda têm vontade de se arrumar? Para quê? Por quê? Para quem? Deste modo, o objetivo deste trabalho é verificar estas e outras situações e responder a estas perguntas, a fim de conhecer suas concepções e poder também atingir esse público através da moda, o que pode ser, inclusive, uma forma de ajuda na sua reinserção na vida em sociedade.

Conforme Coelho (1995), a roupa fala a respeito de quem a veste, comunica, transmite pensamentos, personalidades e desejos. A mulher veste-se de acordo com a classe social, cultural, faixa etária e grupos. Mas também lembra sedução, narcisismo, erotismo, diferenciação, fosco e brilho, ou seja, os objetos do vestuário podem ser fontes de satisfação, realização, sedução e desejos.

Com base nestas concepções, no mercado de consumo há uma atribuição social à mulher, a qual busca o prazer pelo olhar querendo ser sexualmente irresistível, assim, este mercado

Modapalavra E-periódico

convida as expectadoras a consumirem o produto, principalmente, pela imagem que ele reflete no espelho.

Na mulher, a inveja do pênis está relacionada com a vaidade física de vez que elas não podem fugir à necessidade de valorizar seus encantos de modo mais evidente, com uma tardia compensação por sua inferioridade sexual original, já que é marcada pela falta (FREUD, 1933 apud COELHO, 1995, p. 102).

Este autor afirma, portanto, que a mulher busca compensar uma falta na utilização de adornos e objetos do vestuário, porém, autores mais contemporâneos como Conceição (2005), atribuem esses hábitos acerca da diferenciação, da satisfação por pertencerem a um determinado grupo de gênero, à idade, ao status sócio-econômico e profissional. Enfim há vários motivos além dos apresentados por Freud (1933), conforme destaca Coelho (1995), que levam a mulher ao consumo e à busca pela beleza e à disputa pela atenção masculina.

Com base nessas considerações, é possível obter algumas ressalvas a respeito das mulheres que vivenciam uma realidade distinta da maioria da população, ou seja, das que vivem à margem da sociedade e não têm acesso aos objetos de moda e nem condições de vestirem-se como as demais. As presidiárias, pelo confinamento que vivenciam, certamente estabelecem relações diferenciadas com as roupas que usam, uma vez que não participam de eventos sociais e nem possuem contato com um número elevado de pessoas. Assim, elas não têm para que exibirem-se e valorizar seus atributos, pois segundo Ferreira (2007) as mulheres valorizam a moda como uma aceitação social, elevando a auto-estima, sentindo-se bonitas e sensuais e aumentando seu poder de sedução, como forma de comunicação entre elas e seu meio social.

Nesse contexto, o objetivo deste trabalho é compreender as presidiárias e sua relação com a moda, para incentivar a questão da moda em suas vidas e ajudá-las a criar uma identidade diferenciada, bem como, possibilidades de reinserção social, após esta situação de confinamento que vivenciam. Pois, para Benstock e Ferriss (2002), a moda é um fator importantíssimo na identidade de um indivíduo, ajudando a definir como ele é percebido, tanto por si mesmo como na sociedade, bem como, interferir na forma como ele é aceito pelo meio em que vive, dispondo escolhas de roupas, estilo e imagem, as quais auxiliam na construção de sua identidade individual.

Modapalavra E-periódico

Deste modo, marcada pela inovação, a moda é um fator constituinte da contemporaneidade, pois, ambas andam de mãos dadas, criando personalidades, produzindo tendências, *looks*, atitudes e ditando comportamentos, assim ela pode representar um importante papel na vida das presidiárias, auxiliando na inserção e vivência na sociedade, ao possibilitar condições de aprendizado e desenvolvimento. Porém, a moda está intimamente ligada ao consumo, ao comércio e é preciso ter condições financeiras para andar na moda, coisa que as presidiárias não possuem. Assim, convém questionar, como será que ocorrem as relações estabelecidas entre as presas e o universo da moda, principalmente tendo em vista o contexto onde encontram-se inseridas?

4. PRESIDÁRIAS E SEU CONTEXTO

De acordo com Salmasso (2004), a pobreza tem sido uma das maiores responsáveis pela criminalidade no Brasil, não sendo, porém, o único fator, uma vez que atividade criminal perpassa toda a sociedade, independente do poder aquisitivo, faixa etária, sexo e da classe social. Um exemplo claro disso é o tráfico de drogas por indivíduos de classe média e alta, outro fato são os crimes domésticos ou até os atos ilícitos praticados por empresários e políticos. As estatísticas demonstram ainda, que o ato infracional de mulheres está tomando um grande espaço no cenário criminal.

O fato é que a criminalidade feminina mantém uma estreita relação com o enfoque social, assim, é preciso analisar, primeiramente, o meio em que a mulher encontra-se inserida e, em segundo plano, revelar as condições psicológicas e individuais que podem influenciar nesse contexto de criminalidade. Uma questão importante apontada por Salmasso (2004) é o pouco tempo que as mães têm passado com seus filhos devido à longa e dupla jornada de trabalho, pois, muitas vezes elas são o pilar financeiro da casa e, podendo ficar na rua, os filhos aprendem e vivenciam muita coisa que não deveriam. Salmasso (2004, p. 24) ainda relata que grande parte das mulheres não possui carteira assinada e são chamadas de mulheres “do lar”, não tendo muitas vezes condições financeiras para suprir seus desejos e de sua prole, assim, se envolvem com tráfico e uso de entorpecentes, crime que leva um número cada vez maior de mulheres à prisão.

Segundo Rita (2006), as presas do Brasil apresentam o seguinte perfil: são mulheres com idade entre vinte a trinta e cinco anos; geralmente, são chefes de família; têm em média dois

Modapalavra E-periódico

filhos menores e apresentam baixa escolaridade, com conduta delituosa que se caracteriza pela menor gravidade. Destaca-se ainda que, as mulheres encontram dificuldades de ofertas de atividades laborativas e de cursos profissionalizantes na prisão. Além disso, há também o agravante relacionado à discriminação de gênero, pois, observa-se que não há um estabelecimento prisional apropriado para mulheres, ficando estas em alas ou celas femininas, porém, dentro de presídios masculinos. Segundo a autora, a situação apresentada equipara-as a objetos jogados, sem valor, sem vontades, sentimentos, como se não fossem humanas e não significassem nada para ninguém.

A autora em questão destaca ainda que, quando uma mulher é presa, ela tenta resgatar os papéis femininos que em sua vida não foram bem sucedidos, ou seja, a identificação como mãe, a realização como esposa, a cumplicidade da amizade, a construção familiar, este fato acaba tornando sua vida sem sentido. Deste modo, as presidiárias criam expectativas e medos em relação ao seu futuro, sem saber o que vão fazer no momento em que saírem da prisão e começam a pensar em como irão agir sem serem controladas e orientadas por uma instituição, tornando-se, de certa forma, dependentes e sem atitudes de ação.

A intervenção com as presas é muito importante diante dessa situação, uma vez que, através de trabalhos e incentivos elas poderão sair da prisão sabendo quem são e o que querem de suas vidas. Almeida (2006, p. 614) afirma que “o homem possui diferentes caminhos, a escolha de qual seguir dependerá da integração que a colaboradora realizará a respeito de como já foi, de como se encontra hoje em dia e de como espera ser no futuro”. Nesse contexto, qual o caminho, qual o futuro que uma presa espera? E é essa esperança que se deveria motivar nas detentas visando uma melhor reinserção social, com conhecimentos, sabedoria e discernimento do que fazer ao sair da prisão. A moda, neste sentido, pode vir a ser uma área de grande contribuição rumo a estes objetivos, devido a sua abrangência na vida do ser humano, à sua amplitude e possibilidades de atuação.

Segundo Pereira (2004), a moda não é apenas o que engloba vestimentas, mas é tudo o que faz parte da vida do ser humano. Assim, as pessoas ouvem um determinado ritmo de música porque é moda, usam algum tipo de acessório ou celular, computador, seja o que for, porque é moda. Então, estar dentro do ciclo da moda não é difícil, basta apenas assistir televisão, ler revistas ou ter algum convívio social, o que todo ser humano acaba estabelecendo. Como grande parte do mundo gira em torno da moda, a reinserção das presidiárias na sociedade, se estiverem

Modapalavra E-periódico

diretamente ligadas com esse universo, poderá ser mais simples, uma vez que elas se sentirão mais seguras e confiantes perante a sociedade, podendo ser a moda um meio de reinserção e modificação nas condições de vida dessas mulheres.

5. METODOLOGIA

O presente trabalho teve por finalidade pesquisar a relação que as presidiárias da cidade de Rio do Sul estabelecem com o universo da moda, além de buscar verificar a possibilidade de realizar uma intervenção, com projetos de trabalho e aprendizagem ligados ao mundo da moda, disponibilizando para estas mulheres chances de estudarem e exercerem trabalhos dentro do presídio, visando a diminuição de sua pena e uma melhor reinserção na vida em sociedade. A pesquisa foi realizada no Presídio Regional de Rio do Sul, localizado na Rua Sete de Setembro, no centro da cidade, através da aplicação de um questionário e com a realização de entrevistas com duas detentas.

5.1 COLETA DE DADOS

Para a realização desta pesquisa alguns procedimentos fizeram-se necessários. Inicialmente buscou-se a aprovação dos responsáveis pelo presídio para realização da pesquisa, o que não foi muito complicado, pois, não foram impostas barreiras e nem resistência à sua realização. Depois foram desenvolvidos os instrumentos de coleta de dados: um questionário com 20 perguntas fechadas e um roteiro de entrevista com 25 perguntas abertas.

Inicialmente buscou-se o consentimento dos responsáveis pelo presídio às visitas, após esta etapa e à elaboração dos instrumentos, foram realizadas duas visitas no Presídio Regional de Rio do Sul, onde a autora do trabalho, juntamente com a professora orientadora da pesquisa, buscou uma inserção nesta realidade e o estabelecimento de um contato inicial com as detentas, bem como, com os profissionais que realizam a segurança do presídio. Estas visitas tinham por objetivo analisar o contexto das presidiárias, verificando como elas vivem, como relacionam-se, qual a concepção que elas têm do termo moda, enfim, observando seu comportamento diante das visitas e seu cotidiano, investigando seu comportamento e sua vivência, além de ampliar os dados coletados no questionário.

Modapalavra E-periódico

Na primeira visita, todas as detentas foram reunidas no pátio do local onde elas permaneciam presas, foram feitas as devidas apresentações, foi explicado o trabalho a elas e solicitado sua participação voluntária na pesquisa. Neste momento pode-se observar seu contexto interno e condições cotidianas de sua vida como presidiária. Posteriormente, foram entregues os questionários estruturados com questões fechadas, onde elas deveriam preencher voluntariamente, de acordo com sua vida, suas opiniões e seus desejos.

Após isso, na segunda visita, foram entrevistadas duas presas, as quais candidataram-se voluntariamente a participar do processo, o objetivo das entrevistas era compreender melhor as concepções, idéias e vivências destas mulheres com a criminalidade e com o universo da moda. A entrevista foi realizada em uma sala separada da cela comum, onde as pesquisadoras e as presas ficaram a sós durante toda a entrevista, a qual, por esse motivo, foi bem descontraída e espontânea. Estas entrevistas foram gravadas, transcritas e analisadas. Além de responder as perguntas, as duas entrevistadas relataram várias peculiaridades de seu cotidiano, ou seja, utilizaram este momento como uma forma de desabafo e reivindicações. A entrevista teve uma duração média de três horas. Após a entrevista, as duas detentas foram acompanhadas pelas pesquisadoras até a cela comum e, algumas presas foram fotografadas com o intuito de ilustrar o trabalho, através da observação de seu vestuário cotidiano na prisão.

5.2 ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS

Os dados obtidos através do questionário foram analisados, primeiramente, de forma quantitativa e, em seguida, realizou-se a análise qualitativa e interpretativa de cada questão. E os dados da entrevista, a qual seguiu, conforme mencionado, um roteiro com perguntas abertas, foram gravados, transcritos e analisados de forma qualitativa, com análise interpretativa das respostas¹ das detentas. Também foi analisado, no decorrer do processo, o contexto das presidiárias, observando as condições físicas do abrigo, qualidade da alimentação, as relações interpessoais entre as mesmas e com as carcereiras, seu convívio com o universo da moda. A fim de obter dados, que além de atender os objetivos primordiais deste estudo, possam incentivar parcerias com o presídio e com empresas da região, para possíveis intervenções com as detentas.

¹ Ressalta-se que alguns trechos desta entrevista foram transcritos na íntegra, sem correções, estando os mesmos em itálico e entre parênteses no decorrer do texto.

6. RELAÇÕES ESTABELECIDAS ENTRE AS PRESIDÁRIAS E O UNIVERSO DA MODA

6.1 PRESÍDIO REGIONAL DE RIO DO SUL

Segundo Slonczewski (2007), o Presídio Regional de Rio do Sul localiza-se na Rua Sete de Setembro, no centro da cidade, onde em 1943 era a Delegacia Regional e o Instituto Médico Legal (IML). Em 1990 este recebeu algumas reformas, em virtude da precariedade de suas instalações e no ano de 2000, o IML foi transferido para o Hospital Regional e a Delegacia Regional para outra sede. O presídio, atualmente, é regido pelo sistema Penitenciário do Estado de Segurança Pública e Defesa do Cidadão, através do DEAP (Departamento de Administração Penal).

Através das visitas feitas ao presídio, algumas informações foram coletadas: a área determinada às detentas, constituía-se por um ambiente pequeno com capacidade para 10 detentas, mas que, no momento da pesquisa abrigava 30 presas. Este local era composto por um pátio “aberto” (coberto com tela) e uma área fechada, onde ficavam os beliches e o banheiro. Pode-se observar que noventa por cento (90%) das presas são fumantes e fumam na cama, dentro da cela, no pátio, no local que estão elas fumam. Outro detalhe verificado é que as presas, independente do crime, da idade, situação e conduta, ficam na mesma cela, visto que, as grandes penitenciárias abrigam separadamente as idosas, as gestantes, as de má conduta e as que tem filho até seis meses, conforme informações disponibilizadas pelas presas no decorrer das visitas.

As presas receberam as pesquisadoras muito bem, logo na entrada, elas ofereceram um banco para sentar na área em que elas ficam para pegar sol. Nesse momento foi possível conversar um pouco com elas, explicando o porquê da visita e solicitando sua colaboração à pesquisa. Logo após elas receberam almoço, mas nem todas almoçaram, esperamos elas almoçarem (elas almoçam bem cedo, por volta de 11h00min). Após o almoço foi aplicado o questionário, do qual, durante a aplicação foi possível entrar em suas celas e observar seu ambiente cotidiano. Além disso, pôde-se estabelecer um contato e uma comunicação efetiva com elas, conhecendo-as um pouco mais.

Modapalavra E-periódico

Das 30 detentas do presídio, 13 foram voluntárias em responder o questionário e para a entrevista duas detentas ofereceram-se como candidatas. Convém ressaltar que semanas depois da realização destas visitas, as presas foram transferidas para o novo presídio, localizado mais distante do centro da cidade, na Serra Canoas.

6.2 VESTUÁRIO DO DIA-A-DIA NA PRISÃO

No momento em que o questionário foi aplicado e as entrevistas realizadas, as presas ainda estavam no presídio antigo², localizado no centro da cidade, onde elas não precisavam fazer uso de uniforme, porém, pelas informações disponibilizadas, averiguou-se que na nova prisão elas seriam obrigadas a usar uniforme. Assim, pode-se verificar que, segundo a opinião das presas, 60% delas usam roupas simples em seu dia-a-dia na prisão, 27% usam roupas confortáveis e 13% consideram-se usuárias de roupas da moda.

Devido à sujeira, ao cheiro contínuo de mofo e cigarro, à umidade e ao pouco espaço que elas têm na prisão, aos maus tratos, aos relacionamentos que elas estabelecem, bem como à sua situação de exclusão da sociedade, as presas afirmam que com relação à moda, *“Na verdade aqui eu me interesse menos, na verdade eu não me interesse mesmo. Não me interesse porque, ah porque você tá ali... tem muito chero de cigarro...”* “B”³.

Para Mota (2008), a aparência, o modo se vestir, a imagem da pessoa, revela o ser, a subjetividade do ser. A motivação do ser é obtida através da roupa que ele usa. Sentir-se bem e bonito faz com que o indivíduo se valorize. O vestir envolve gestos, comportamentos, escolhas, fantasias, desejos, fabricação sobre o corpo, para a montagem de personagens sociais, coletivos ou individuais, exercendo, assim, comunicação, exprimindo noções, qualidades, posições e significados. Pela situação de encarceramento que vivenciam, as presidiárias acabam perdendo estas possibilidades de expressão, uma vez que não sentem-se motivadas a vestirem-se de forma diferenciada, nem a arrumarem-se melhor. O fato de terem pouco acesso à bens materiais e aos objetos da moda (como poderá ser visto no item 12), também contribui para a manutenção desta

² Conforme descrito no item anterior.

³ De acordo com nota anterior, todas as falas das presas transcritas na íntegra no decorrer do texto, estarão em itálico e entre aspas, identificadas pela letra inicial do pseudônimo escolhido por elas, a fim de preservar suas identidades e zelar pelas questões éticas.

Modapalavra E-periódico

situação; pois, pode-se observar, que elas são vaidosas e procuram fazer as unhas e pintar os cabelos (uma faz na outra em troca de favores, como lavar roupa, limpar a cela, etc..).

Através deste estudo, buscou-se, além de analisar estas situações, proporcionar alguma melhoria nas relações que as presidiárias estabelecem com a moda, ao iniciar uma campanha de arrecadação de roupas e sapatos para doar a elas, iniciativa que, foi vetada, devido à mudança de presídio e que deixou as presas bastante insatisfeitas, pois, já estavam animadas para receberem objetos diferenciados. Pensavam em até fazer um desfile de moda com a arrecadação recebida, mas, infelizmente, nem a doação e nem o desfile aconteceu. Elas haviam planejado fazer um desfile para eleger a “Miss prisão”, com direito a fotos e aplausos. Este fato demonstra que com um pouco de incentivo elas podem ser inseridas de modo mais efetivo no universo da moda, uma vez que demonstram muita empolgação e entusiasmo com o referido estudo, mesmo que poucas tenham se sentido a vontade para participar.

6.3 AQUISIÇÃO DE OBJETOS DE MODA NA PRISÃO

Este item apresenta os seguintes resultados: 47% das presas recebem objetos de moda através das visitas dos familiares, 33% conseguem trocando entre si, 13% compram tudo o que querem quando podem sair e 7% alegam que é muito difícil conseguir algo dentro da prisão. Nas entrevistas as presas informaram que algumas detentas encontram-se em regime semi-aberto, isto é, adquiriram o direito de sair e permanecer fora da prisão uma semana de cada mês. E essas pessoas que saem em regime semi-aberto, podem comprar roupas, perfumes, maquiagens, cremes, entre outras coisas, para vender às outras presas.

As entrevistadas afirmam que as meninas que trazem esses objetos para a prisão, vendem-nos com uma porcentagem de lucro, obtendo assim, uma fonte de renda, porém, muitas das presas não podem comprar, porque a família nunca manda dinheiro e não existe outra fonte de renda no presídio, ficando apenas no desejo de possuir aqueles objetos. Mas, mesmo aquelas que conseguem comprar seus objetos de moda e beleza afirmam que é muito difícil adquiri-los, pois, tudo dentro do presídio é muito restrito, conforme “B” relatou na entrevista *“ah! É muito ruim, é que tem gente que mesmo tando ali dentro tem tudo o que quê, não é que tenho inveja, porque isso não existe no meu coração, mas às vezes a gente qué, né? Só que a gente não pode. Assim é ruim né, antes quando eu trabalhava, eu passava, olhava, eu parava e comprava e agora a gente*

Modapalavra E-periódico

tando nesse lugar e ainda não podendo tê nada, daí tem que trocá, é muito ruim”. Aqui pode-se ver que a aquisição de objetos realmente não é muito fácil, pois, além de ser tudo muito restrito, as presas, na maioria das vezes, não têm dinheiro para comprar os objetos vendidos lá dentro.

Todos os produtos trazidos pelos visitantes são entregues às presas, salvo aqueles que estão fora das regras. Além do que recebem, adquirem produtos com o dinheiro que a família traz ou que recebem pelos trabalhos no presídio. Eles podem, por sua vez, ser usados como moeda de troca em transações comerciais entre elas, ou servir para agradar uma companheira (BRITO, 2007, p. 130).

Essa autora confirma o que a interna “B” relatou a respeito da aquisição de objetos dentro do presídio, uma vez que, quando não pode comprar, ela troca entre com outra companheira de cela. Este fato demonstra que elas ainda se interessam pela moda, mesmo frente à situação em que se encontram, buscando alternativas variadas para conseguir ter acesso a estes objetos mesmo dentro do presídio.

6.4 RELAÇÕES TRAVADAS COM A MODA ANTES DA PRISÃO

Segundo Lipovetsky (1989), a moda encontra-se inserida na sociedade e faz parte do cotidiano das pessoas. Neste contexto, das presas entrevistadas, 40% afirmaram ter contato muito diretamente com a moda, 27% assinalaram que tinham, mas não com muita frequência, 13% que muito raramente, 13% afirmaram que não tinham por falta de condições financeiras e 7% disseram não ter contato algum, pois, não se importavam com a moda.

Aqui, cabe verificar o conceito de moda que essas mulheres têm, pois, geralmente, a moda é tida como aquilo que aparece nas revistas, desfiles e televisão, ou seja, a moda conceitual; esquecendo-se de que a moda engloba a vida das pessoas de modo constante, caracterizando-se como o essencial da sociedade, como visto por Pereira (2004), a moda tem sido base de estudos em vários segmentos do consumo.

Outro ponto que merece destaque é que, segundo Novaes e Vilhena (2003), a beleza da mulher é representada como um dever cultural. Assim, tem-se uma imagem da mulher como escultura de adoração e exaltação. Apontando isso como base da vestimenta de uma mulher, é

Modapalavra E-periódico

inevitável que as mulheres se relacionem com o universo da moda, sendo que, a beleza está construída na moda. Para Baudot (2008), os movimentos da moda dificilmente deixam-se perceber. De repente ela cresce, é percebida e é exaltada. Novamente outros ventos sopram e aquela moda já não faz mais sucesso, dando o nascimento à outra moda, deixando aquela no esquecimento. É assim que a moda constrói-se, e conseqüentemente, o ser humano constrói sua beleza com base na moda, relacionando-se com ela constantemente.

As afirmações da maioria das presas vêm ao encontro dessa realidade, pois elas destacam suas relações com a moda ao dizer que: *“eu já tive o contato que nem eu te falei, lá no salão de beleza onde eu trabalhei tem muito contato, né? Vai pessoas vende, vai pessoas... ah isso aqui tá na moda, essa roupa, essa jóia, isso aqui, isso, aquilo, esse esmalte, essa tinta. Então indiretamente eu tive um contato, né? Você tem que saber tudo né, tem que interagir com tudo, né?”* “A”. Com essa afirmação, entende-se que todo ser humano, de uma forma ou de outra, direta ou indiretamente tem alguma espécie de relação com a moda, pois, a moda está sempre presente na vida do ser humano de forma indissociável.

O fato de algumas das presas afirmarem que não mantinham contato com o mundo da moda, pode estar ligado às concepções que elas têm a respeito da moda, ou seja, do que significa moda para elas. Assim, elas, apesar de estarem inevitavelmente inseridas em um mundo onde a moda é parte irrevogável, afirmam que não tinham contato com ela, pois, consideram que moda é apenas aquilo que é visto nos desfiles, não percebendo suas próprias relações com este universo.

6.5 PRESIDÁRIAS X TENDÊNCIAS DA MODA

Os resultados dos questionários apontam que 80% das presas acompanham as tendências de moda através da mídia (jornal, TV, rádio), 13% não acompanham e 7% verificam as tendências do mundo da moda observando as pessoas. Aqui é evidente que as presas demonstram ter interesse pelo cenário da moda, uma vez que a grande maioria costuma acompanhar as suas tendências. Isto não é ao acaso, mas em função de todo o incentivo da mídia, da convivência social, do fato de que as mulheres são estimuladas desde crianças a serem vaidosas, enfim, por diversos motivos elas buscam se informar e pelo menos “espiar” o que está acontecendo neste universo.

Modapalavra E-periódico

Outro ponto que merece destaque neste momento é o fato de que a mídia é o meio de transmissão de tendências que mais tem influência para presidiárias, pelo fato de que, devido à condição de encarceramento que vivenciam, esta é a opção mais viável que resta a elas. Segundo as entrevistadas, a mulher quando está presa, fica isolada da sociedade e a única forma de acompanhar os acontecimentos do mundo, é pela TV, por revistas rádio e jornais, isto quando tem acesso a estes meios.

No presídio onde foi feita a entrevista, todas as mulheres ficavam em um ambiente só e possuíam um rádio e uma televisão. Agora elas encontram-se no presídio novo, onde, são divididas em duas, quatro, seis e oito pessoas em cada cela e cada uma dessas celas tem uma televisão. Então, 87% das presas entrevistadas, acompanham as tendências de moda, demonstrando que, apesar de algumas afirmarem não ser muito interessada em moda, este universo é parece ser importante e ter algum valor para elas.

6.6 A IMPORTÂNCIA DA MODA

Ao serem questionadas sobre a importância da moda em suas vidas, pode-se observar que mais da metade das entrevistadas, representadas por 53% gostam de estar por dentro da moda. 27% afirmam que a moda é muito importante, 13% são indiferentes com relação à moda e 7% afirmam que não são muito ligadas a este universo. Então entende-se que a moda é muito importante para essas entrevistadas, sendo que, elas gostam de andar na moda e de arrumarem-se. Durante as entrevistas, notou-se que quando as presidiárias têm alguma oportunidade de se arrumar ou de poder adquirir algum objeto que viram na televisão, elas ficam muito animadas.

Estes índices, bem como os anteriores, vêm comprovar que a moda é importante para essas mulheres, mesmo que elas afirmem, em determinados momentos, não se importarem muito com este universo tendo em vista as dificuldades que encontram e a vida que levam. Nota-se que elas apenas têm um acesso mais restrito a esses objetos, devido à sua situação, e, convivem menos com a moda, uma vez que não participam de eventos e nem precisam vestir-se para ir ao trabalho, programas de lazer, escola, entre outros, mas mesmo assim, elas demonstram interesse pela moda, o que corrobora a abrangência que este âmbito tem na vida dos seres humanos e destas presidiárias também.

Modapalavra E-periódico

Para Sauerbronn, Ayrosa e Barros (2007), o indivíduo sente a emoção do consumo quando este é projetado (mental) ou quando ele é visto (físico). Assim, a moda torna-se algo importante a partir do momento que os seres humanos desenvolvem a emoção através do ato de consumir, sendo que mesmo quando não pode adquirir algum produto, os desejos surgem e provocam os sujeitos. Deste modo, a moda cria a importância do consumo e desperta o desejo na vida das pessoas. Entende-se então que, o fato da moda ser importante para as detentas, faz com que elas desejem consumi-la, porém, devido ao encarceramento, elas projetam essa emoção advinda do consumo, através da mídia e do que vêem quando saem de lá, o que torna a moda desejada por elas.

Neste contexto, pode-se ressaltar também que se a moda não tivesse importância e não despertasse o desejo de consumo, durante a visita, elas não teriam feito o seguinte comentário: *“traiz umas ropa bonita aí pra gente fazê um desfile e eleger a miss prisão”*. Através desse comentário feito por uma das presas e incentivado pelas demais, fica evidente o desejo que elas têm de obter objetos para se sentirem bonitas e desejadas, além de sentirem-se aceitas pelas demais pessoas do seu grupo social.

6.7 PARTICIPAÇÃO EM PROJETOS DE INTERVENÇÃO

Com relação a este item, as presidiárias forma praticamente unânimes, pois 87% afirmaram que participariam e teriam muito interesse em participar de projetos de intervenção na área da moda que por ventura fossem disponibilizados no presídio e apenas 13% assinalaram que talvez participariam, dependendo da área abordada. Isso afirma que as presas têm interesse em participarem de projetos que venham ocupar o tempo ocioso na prisão, bem como, de integrarem-se no universo da moda.

Com base nestas afirmações, já que as detentas têm interesse em aprender algo novo, as instituições de ensino, juntamente com empresas da cidade, poderiam incentivar e estimular esse desejo, investindo em projetos nos quais elas pudessem trabalhar e aprender. Além de as instituições e as empresas estarem oportunizando benefícios sociais e individuais, evitando a volta destas mulheres à vida no crime; futuramente elas teriam mais mão-de-obra disponível, bem como, mais estudantes procurando qualificação.

6.8 CONTRIBUIÇÕES DA MODA PARA A REINSERÇÃO NA SOCIEDADE

Quando questionadas sobre as contribuições que o universo da moda poderia dar para sua reinserção na sociedade, 75% das presidiárias afirmam que a moda pode contribuir com sua na reinserção à sociedade, 19% pensam que não auxilia em nada e 6% afirmam que talvez possa vir ajudar. Segundo Silva (2003), os presos têm um conhecimento muito vasto da vida, mas quando se fala de um conhecimento mais específico, eles deixam a desejar. E neste contexto, as presidiárias podem não compreender que o trabalho pode ser uma forma de evitar o tédio e de retirar os sujeitos da preguiça e da pobreza.

A moda sendo um campo de atuação no mercado de trabalho, pode consideravelmente contribuir para a reinserção das presidiárias na sociedade. Mas, para isso tornar-se realidade em suas vidas, é preciso que elas tenham conhecimento na área e experiência, visto que mais da metade das entrevistadas tem o devido interesse. É necessário, apenas, que alguma empresa ou instituição, portanto, busque fazer algo a respeito desta situação, disponibilizando esse tipo de incentivo.

6.9 A VOZ DAS PRESIDÁRIAS

Conforme já mencionado, no decorrer da pesquisa foram realizadas entrevistas com duas presas, cujo objetivo era obter maiores informações e aprofundar ainda mais o conhecimento acerca do assunto desenvolvido. Vale destacar que, as opiniões destas presidiárias vieram confirmar e legitimar os resultados apresentados nos escores obtidos no questionário, além de acrescentarem mais subsídios sobre o assunto.

Após as conversas iniciais para descontrair e criar um vínculo de confiança, as presas foram questionadas a respeito do significado da moda em sua vida. Deste modo, a presa “A” diz que: *“Pra fala a verdade, nada. É que nem eu falei: moda, eu acho que moda é uma parada muito loca. Tem umas ropa muito extravagante, muito chique (risos), sabe aqueles chapeuzão, aquelas ropa meio assim, loca assim, essas coisa eu não gosto. Eu acho horrível na verdade aquelas modelo lá desfilando com aquelas ropa azul, verde, amarelão, rosa, eu acho horrível. Em relação a isso assim, eu acho horrível. Mas mudando, assim, pra você uma calça jeans que tá na moda, eu sô mais, já me interesse mais por uma calça jeans. Sô apaixonada por um*

Modapalavra E-periódico

scarpin! Sapato scarpin de salto alto, coisa assim eu acho mais, você estar na moda. Melhor você vestir um scarpin, uma calça jeans, uma baby look e um boné na cabeça, do que um chapéu daquele tamanho”.

Nesta resposta pode-se ver claramente que moda para elas não é aquilo que o mercado oferece, mas sim, o que as passarelas mostram. Existe uma distinção entre a moda dos desfiles, revistas e passarelas e aquela oferecida pelo mercado ao público em geral. Isto se deve ao fato de que a moda da passarela é o conceitual e o mercado transforma o conceitual em usual, e, é exatamente essa diferenciação que elas não fazem (pois, como a grande maioria da população não tem conhecimento para tanto). Para essas mulheres o universo da moda é algo muito distante de suas realidades. Então, elas gostam da moda, usam moda, mas não entendem isso muito bem e nem conseguem fazer essa conexão entre a moda conceitual e a usual, o que é perfeitamente compreensível.

Já quando perguntadas sobre a importância da moda na sua vida, a entrevistada “B” responde o seguinte: *“Pra mim... Nenhum! Que assim... não influencia nada pra mim. Eu até gostaria de andar na moda, mas às vezes eu não posso, não tenho condições, gosto de uma coisa, mas não posso tê... Tenho que tá contente com as coisa que eu tenho, se eu posso anda na moda beleza, mas se eu não posso...”*. Estas palavras revelam o quanto as condições financeiras das detentas implicam sobre os sentidos que elas vão atribuir à moda, pois, se não podem ter acesso, algumas delas, como neste caso, nem consideram importante. A moda, aqui é vista como algo inatingível, distante se sua realidade.

Já a outra entrevistada, “A”, conota um sentido diferente à moda, uma vez que ela trabalha com beleza. Neste contexto, “A” revela que a moda *“[...] têm importância na minha vida! Porque, que nem eu trabalhava num salão de beleza, é importante, porque você vai fazer uma unha, a mulher vai chega pra você e vai pergunta: eu quero faze uma flor assim, que tá na moda. Então, se você não soubé fazê, influencia já no meu profissional. A tintura de cabelo, a balaiage que você tem que fazê mais grossa, o reflexo que você tem que fazê mais fino, isso me interessa mais do que aquelas roupa. Mais os dois eu acho que tem muita importância, porque se eu í prum salão de beleza, que eu trabalho tipo de tênis, que eu nunca fui com tênis trabalhar, eu gosto de usá um sapatinho, uma sandalinha, né? Pra você se mostra assim, que você se interessa pelo seu serviço, mostra que você sabe fazê. Mostra que não é só você tá ali, faze a tua unha, tá toda deslexada e não se importa com nada”*.

Modapalavra E-periódico

Com base nessas respostas, pode-se afirmar que as presas elas têm vontade de ter objetos de moda, de vestir-se bem e ter uma boa aparência. As palavras da presidiária “A” revela também a moda como forma de comunicação, pois, ela afirma que além de estar por dentro das tendências da moda, é preciso cuidar da própria aparência e vestir-se bem, a fim de passar uma boa imagem aos seus clientes. Para ela, a roupa vai demonstrar que ela “*se interessa pelo seu serviço*” “A”, ajudando a compor sua imagem profissional.

As serem questionadas sobre seu interesse e participação em projetos de intervenção e aulas sobre o contexto da moda dentro da prisão, “A” respondeu que participaria “*Com certeza. Porque se eu fizer e me interessar, se for uma coisa que me interessar e for bom pra minha vida, lógico que eu vou participar. E cada vez mais eu vou me aperfeiçoar*”. E “B” também respondeu que “*Participaria*”, mas não se justificou. Deste modo, fica claro que há um interesse por parte das presidiárias em participar de estudos e de trabalhos que envolvam o universo da moda, pois, elas vêem o aprendizado como uma forma de se aperfeiçoar e mudar de vida, só que, há muitas vezes, faltam oportunidades e incentivo a este anseio das presidiárias.

Diante desses aspectos, quando questionadas a respeito da moda ser uma forma de reinserção na sociedade, a entrevistada “A” respondeu da seguinte maneira: “*Que nem eu falei, pode né? Num contexto geral pode, né? Porque se eu for trabalhar, numa loja eu vou ter que tar por dentro de tudo, né? Então ela influencia. Se eu não for lidar com a moda não influência em nada. Só a minha roupa que eu for trabalhar já influência. Mas caso contrário, ela só ficará na televisão*”. Esta fala demonstra a concepção que ela tem do vestuário como uma forma de expressão, ou seja, de demonstrar quem ela é e ajudar na vida profissional, tanto pela aparência, quanto através do conhecimento que tiver do assunto.

E a entrevistada “B” apresenta idéias similares às da sua colega quando afirma que a moda pode ajudá-la a se reinserir, uma vez que “*Eu acho que pode, no caso assim, da minha aparência, né? Pra mim podê arruma um bom emprego, eu preciso tá bem vestida, tá por dentro da moda, que isso vai me ajudá. Desse jeito, quem é que vai dá um emprego pra mim? E com certeza, que a aparência vem junto com a moda, vai me ajudá sim, porque a gente não é uma pessoa feia né, se dá uma forcinha com a ropa da moda, com certeza vai me ajuda*”. Elas demonstram ter ciência de que o universo da moda é importante na vida de um indivíduo, principalmente, na idade delas, que estão entre 18 e 25 anos e buscam uma inserção ou reinserção no mercado de trabalho. Só o que falta é despertar um interesse maior por isso, dando

Modapalavra E-periódico

maiores oportunidades para elas interagirem mais com esse universo, que, cresce cada vez mais e está assumindo uma importância inegável na vida social do ser humano, ao ser indissociada dele.

As conversas realizadas no decorrer da entrevista vêm, portanto, destacar ainda mais os sentidos que as presidiárias atribuem à moda, bem como, esclarecer e identificar o papel e a importância que este universo tem sobre elas. De modo geral, pode-se perceber que, frente os problemas encontrados e a situação que elas vivem, a moda fica relegada a um segundo plano, parecendo não ter influência na vida destas mulheres, porém, ao olhar mais atentamente, pode-se verificar que mesmo estando à margem da sociedade elas não conseguem escapar das interferências que este cenário acarreta para o ser humano. Este fato pode ser percebido tanto nos questionários como nas entrevistas, no momento em que as presas, dizem que procuram se arrumar quando vão sair da prisão ou quando recebem visitar, além de enfatizarem a necessidade de estar bem vestida para trabalhar, demonstrando uma preocupação com a aparência e com o mundo da moda.

CONCLUSÃO

O trabalho apresentado conclui, através dos questionários, das entrevistas e das visitas feitas, que as detentas de Rio do Sul têm uma concepção bem limitada com relação à moda. Para elas, moda é aquilo que está nas passarelas e na televisão, é algo inatingível e distante de seu cotidiano, sendo que, na realidade acontece o contrário, pois, a moda é encontrada no dia-a-dia das pessoas, sendo aquilo que elas mais usam. Conclui-se então, que elas verdadeiramente se interessam pelo universo da moda, mas, não sabem disso, pois, o que usam, para elas, não faz parte da moda, sendo apenas roupas, vestuário, uma necessidade. Contudo, estabelecem uma relação, ainda que limitada com a moda - devido às suas concepções - e afirmam que a moda é importante em suas vidas.

Um dos motivos conduz à suas compreensões a respeito da moda, é sua situação de encarceramento, pois, o processo de aquisição de objetos de moda dentro do presídio é muito difícil, uma vez que, devido ao seu crime, essas mulheres estão excluídas da sociedade, do convívio com o universo fora da prisão e das atualidades. Deste modo, pode-se verificar que elas não têm muito ânimo para adquirir objetos de moda estando ali, pois, se sentem excluídas e não

Modapalavra E-periódico

têm onde usar esses objetos, sendo a prisão um lugar sujo e com cheiro desagradável, um local repleto de baixa estima e desesperança.

Com os relatos obtidos neste processo de pesquisa, também se observa que as detentas possuem muito tempo ocioso, uma vez que não existem atividades complementares no presídio. Pelas conversas estabelecidas, pode-se averiguar que já houve trabalhos com empresas de vestuário, mas, atualmente não há nada além da participação nas aulas, para as mulheres que não terminaram os estudos. Em virtude disso, muitas alegam não ter concluído seus estudos, a fim de poder ter uma atividade que descontra e quebra a monotonia, modificando sua rotina tediosa.

Outra característica observada nas presidiárias, é que, em um contexto geral, a moda para elas tem certa importância, visto que elas têm uma visão limitada desse universo, mas, contudo, elas gostam de estar bem vestidas quando recebem visitas, ou precisam sair. Elas também têm muito interesse em se qualificar nessa área para trabalhar com o vestuário, e, o mais importante de tudo, é que elas acreditam que a moda pode contribuir para sua reinserção à sociedade. Elas dizem que o simples fato de ter algum conhecimento neste sentido, já as ajudará na busca de uma nova profissão, pois, além de contribuir com a aparência, a moda pode colaborar para a aceitação social de um indivíduo. Fato percebido nas entrevistas e pelas conversas com as presas.

O trabalho apresentado tem por mérito incentivar instituições e empresas da região a iniciar trabalhos, aulas e intervenções com as presidiárias de Rio do Sul, visto que, há uma carência e um desejo por parte delas em realizar atividades complementares. Além disso, a utilização destas mulheres constitui-se como uma forma de as indústrias têxteis baratarem a mão-de-obra que precisam, ao terceirizar o trabalho dessas detentas.

Para finalizar, pode-se afirmar que as presidiárias estabelecem uma relação limitada com o universo da moda em virtude de vários fatores, como por exemplo, o encarceramento, sua condição sócio-econômica, o ambiente em que vivem, o convívio social, entre outros. Contudo, nada impede que com algum incentivo extra, essa relação torne-se mais próxima e mais estreita. Bastam apenas algumas iniciativas de empresas e instituições de ensino para que essa vontade que elas têm de conhecer mais da moda, torne-se realidade, além disso, é possível prepará-las para serem pessoas melhores e que possam, de alguma forma, contribuir com o universo da moda, que por sua vez, é um universo promissor para qualquer pessoa.

REFERÊNCIAS

Modapalavra E-periódico

ALMEIDA, V. P. de. **Repercussões da violência na construção da identidade feminina da mulher presa: um estudo de caso.** Psicologia Ciência e Profissão, vol.26, n.4, p.604-619, dez. 2006.

BAUDOT, F. **Moda do século.** Tradução: Maria Thereza de Rezende Costa. Edição: 4ª, Editora Cosac E Naify, n.4, 2008.

BENSTOCK, S.; FERRISS, S. **Por dentro da moda.** Rio de Janeiro: Rocco, 2002.

BERGAMO, A. **O campo da moda.** Revista de Antropologia, 1998, vol.41, n.2, 1998.
Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S003477011998000200005&lng=pt&nr_m=iso&tlng=pt. Acesso em 17/04/2009.

BRITO, M. A. de. **O caldo na panela de pressão: um olhar etnográfico sobre o presídio para mulheres em Florianópolis.** Florianópolis, UFSC, 2007.

CIDREIRA, R. P. **Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura.** São Paulo: Annablume, 2005.

COELHO, M. J. S. de. **Moda um enfoque psicanalítico.** Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.

CONCEIÇÃO, A. M. F. **“Diz-me como trajas, dir-te-ei quem és!”.** Mneme – Revista de Humanidades. Caicó (RN), v.7. n.19, p. 273-386,dez. 2005/jan. 2006.

FERREIRA, R. **Moda e o universo feminino: um estudo sobre os sentidos da moda para as mulheres riosulenses.** Rio do Sul, SENAI, 2007.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: companhia das letras, 1989.

MARX, K. **O conceito marxista de homem.** Rio de Janeiro, RJ: Zahar, (1983).

Modapalavra E-periódico

MOTA, M. D. B. de. **Moda e subjetividade: corpo, roupa e aparência em tempos ligeiros.** UDESC, 2008. Disponível em http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao2/files/moda_e_subjetividademaria_dolores.pdf acesso. Acesso em 25/06/2009.

NOVAES, J. V.; VILHENA, J. de. **De Cinderela a moura torta: sobre a relação mulher, beleza e feiúra.** Interações, v.8, n.15, São Paulo, jun/2003. Disponível em http://scielo.bvs-psi.org.br/scielo.php?pid=S1413-29072003000100002&script=sci_arttext&tlng=pt. Acesso em 29/06/2009.

PEREIRA, C. S. da. **Fabricando sonhos: ascensão social no mercado da moda.** Revista Interdisciplinar de Marketing, v.3, n.01, p. 58-64, Jan./Jun. 2004.

RITA, R. P. S. **Dossiê questões penitenciárias: mães e crianças atrás das grades.** Revista de Sociologia Jurídica, n. 03, Julho-Dezembro/ 2006. Disponível em http://sociologiajur.vilabol.uol.com.br/rev03santarita.htm#_ftn6#_ftn6. Acesso em 09/04/2009.

SALMASSO, R. C. de. **Criminalidade e condição feminina: estudo de caso das mulheres criminosas e presidiárias de Marília – SP.** Revista de Iniciação Científica da FFC, v.4, n.3, Marília, São Paulo, 2004. Disponível em <http://bases.bireme.br/cgi-bin/wxislind.exe/iah/online/?IsisScript=iah/iah.xis&src=google&base=LILACS&lang=p&nextAction=lnk&exprSearch=448034&indexSearch=ID>. Acesso em 18/03/2009.

SAUERBRONN, J. F. R.; AYROSA, E. A. T.; BARROS, D. F. **Um estudo sobre o consumo feminino de esporte a partir da perspectiva da sociologia das emoções.** Recife: UFPE, 2007.

SILVA, M. C. da. **Reeducação presidiária: a porta de saída do sistema carcerário.** São Paulo: Editora da ULBRA, 2003.

Modapalavra E-periódico

SLONCZEWSKI, L. D. Estudo sobre características de pessoas acusadas de crimes hediondos reclusos no Presídio Regional de Rio do Sul. Rio do Sul, UNIDAVI, 2007.