



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA UFSC
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO CCE
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**

LUCINEI JOÃO SCHMITZ

São Paulo: Capital da Moda

RELATÓRIO
do Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
disciplina de *Projetos Experimentais*
Ministrada pela Prof^a. Gislene Silva
No segundo semestre de 2013
Orientador: Prof. Rogério Christofoletti

Florianópolis
Novembro de 2013

LUCINEI JOÃO SCHMITZ

São Paulo: Capital da Moda

Relatório do Trabalho de Conclusão de
Curso apresentado à disciplina de
Projetos Experimentais

**Orientador: Prof. Rogério
Christofoletti**

Florianópolis
Novembro de 2013

	FICHA DO TCC Trabalho de Conclusão de Curso - JORNALISMO UFSC		
ANO	2013		
ALUNO	Lucinei João Schmitz		
TÍTULO	Capital da Moda		
ORIENTADOR	Rogério Christofoletti		
MÍDIA	<input checked="" type="checkbox"/>	Impresso	
	<input type="checkbox"/>	Rádio	
	<input type="checkbox"/>	TV/Vídeo	
	<input type="checkbox"/>	Foto	
	<input type="checkbox"/>	Web site	
	<input type="checkbox"/>	Multimídia	
CATEGORIA	<input type="checkbox"/>	Pesquisa Científica	
	<input type="checkbox"/>	Produto Comunicacional	
	<input type="checkbox"/>	Produto Institucional (assessoria de imprensa)	
	<input type="checkbox"/>	Produto Jornalístico (inteiro)	Local da apuração:
	<input checked="" type="checkbox"/>	Reportagem livro-reportagem ()	() Florianópolis (X) Brasil () Santa Catarina () Internacional () Região Sul País: _____
ÁREAS	Economia, sociedade, moda		
RESUMO	Em 2013, a cidade de São Paulo desbancou Milão entre as capitais mais influentes da moda internacional no		

Global Language Monitor, quando alcançou o sétimo lugar. O ranking leva em conta o interesse que as cidades despertam com o tema na internet e na realização de eventos. A reportagem em impresso para revista aborda os principais impactos da indústria da moda na cidade de São Paulo, com pautas sobre temas como a influência das importações na recente crise da indústria têxtil, a importância dos grandes eventos para as negociações do setor, a exploração da mão de obra dos imigrantes bolivianos e uma comparação entre o mercado de luxo e o mercado popular.

SUMÁRIO

1 RESUMO.....	6
2 CONTEXTO.....	7
3 JUSTIFICATIVA DO TEMA.....	9
4 PROCESSO DE PRODUÇÃO.....	11
4.1 PRÉ-PRODUÇÃO.....	11
4.2 APURAÇÃO.....	11
4.3 ENTREVISTAS.....	14
4.3.1 Fontes.....	15
4.4 EDIÇÃO.....	16
5 DIFICULDADES E APRENDIZADOS.....	19
6 REFERÊNCIAS.....	22

1 RESUMO

Em 2013, a cidade de São Paulo desbancou Milão entre as capitais mais influentes da moda internacional no Global Language Monitor, quando alcançou o sétimo lugar. O ranking leva em conta o interesse que as cidades despertam com o tema na internet e na realização de eventos. A reportagem em impresso para revista aborda os principais impactos da indústria da moda na cidade de São Paulo, com pautas sobre temas como a influência das importações na recente crise da indústria têxtil, a importância dos grandes eventos para as negociações do setor, a exploração da mão de obra dos imigrantes bolivianos e uma comparação entre o mercado de luxo e o mercado popular.

Palavras-chave: moda; São Paulo; reportagem

2 CONTEXTO

Segundo dados da Fashion United, companhia americana de análises de mercados, a indústria mundial da moda faturou em 2012 U\$ 1,7 trilhão, número maior que o PIB da 12ª maior economia do planeta no mesmo ano, a Austrália, que registrou U\$ 1,598 trilhão. No Brasil, no mesmo período, o mercado da moda apresentou faturamento de R\$ 242,5 bilhões, de acordo com a Associação Brasileira de Indústria Têxtil e Confeções (Abit).

Em 2013, o Global Language Monitor, instituto norte-americano que analisa tendências com base nas mídias sociais, classificou São Paulo, a maior cidade do país, como a sétima mais importante no cenário mundial da moda em 2012, ficando à frente da cidade italiana de Milão, uma das mais tradicionais do circuito. O índice leva em conta o interesse que as cidades despertam na internet, através de citações nas redes sociais, além da quantidade de eventos relacionados à moda sediados pelas mesmas.

Em São Paulo o mercado de moda pode ser percebido em toda a sua complexidade. A cidade conta com as mais renomadas escolas de moda do país, é berço dos principais estilistas nacionais, tem os principais polos de confecção de roupas, os mais movimentados mercados

populares e abriga lojas das mais famosas grifes mundiais, além de sediar uma das maiores semanas de moda do mundo, a São Paulo Fashion Week, que movimentou R\$ 1,5 bilhão na sua penúltima edição.

Tanto o mercado popular quanto o mercado de luxo têm espaço conquistado na cidade. Os polos de confecção do Brás e do Bom Retiro, bairros de São Paulo e maiores mercados de moda popular do país, abrigam cerca de 6600 lojas, sendo 5400 delas também fabricantes de roupas.

São Paulo também é o principal polo de moda do luxo do país. Os cinco principais endereços da cidade são: JK Iguatemi, Cidade Jardim, Iguatemi, Rua Oscar Freire e Daslu. Nesses locais estão instaladas lojas de importantes grifes mundiais, como Tiffany & Co., Louis Vuitton, Salvatore Ferragamo, Ermenegildo Zegna e Dolce&Gabbana, contrastando com o comércio de rua do Brás e do Bom Retiro. Segundo estudo da consultoria MCF divulgado em agosto do ano passado, o mercado de luxo movimentou U\$12 bilhões no Brasil em 2011. São Paulo ficou com 65% desse faturamento, U\$7,8 bilhões.

O impacto das importações na indústria da moda brasileira também tem destaque nesse cenário. Sabe-se que o mercado de luxo sempre foi abastecido basicamente por produtos estrangeiros e não é o seu crescimento no país

que tem impactado a indústria têxtil nacional. É a importação de confecções em geral que tem preocupado o setor no Brasil. Apesar de o segmento de vestuário no varejo ter avançado 3,4% em volume no ano passado, houve queda de 4,6% na produção do setor têxtil e recuo de 10,5% no de confecções no mesmo período.

O objetivo da reportagem foi abordar os aspectos que sustentam a posição da cidade de São Paulo como a sétima mais importante no mercado mundial da moda. A ideia principal sempre andou longe de retratar o lado *fashion* da cidade, mas, sim, o mundo *business* que ela movimentava. Minha preocupação foi tentar fazer com que o leitor tenha uma noção clara de que o assunto é importante, de que é em São Paulo que o mundo dos negócios da moda acontece no Brasil e que a cidade é uma grande produtora de moda, tanto no setor industrial quanto na questão da criação, além de abordar suas consequências positivas e negativas, como os grandes eventos (através da cobertura da São Paulo Fashion Week) e a exploração de mão de obra de imigrantes ilegais.

3 JUSTIFICATIVA DO TEMA

Uma das principais questões que me levaram à escolha do tema foi o fato de eu viver na cidade de São

Paulo há dois anos. Por uma questão de mobilidade, decidi que meu projeto seria executado por lá.

Quando saiu a classificação do Global Language Monitor 2012, em março deste ano, percebi que tinha um gancho para uma das editorias que mais me interessam: economia – com um tema pouco explorado pelas coberturas econômicas nos grandes jornais: moda.

Segundo dados da Abit, a cidade é a maior produtora e, ao mesmo tempo, maior consumidora de moda no país. Sabido isto, pode-se pressupor o grande campo de apuração que esse tema oferece.

Além da importância econômica do setor, eu pude trazer para a reportagem importantes aspectos sociais desse mercado, como a reciclagem de tecidos e exploração da mão de obra de imigrantes ilegais nas confecções paulistanas.

Os contrastes entre o mercado de luxo e popular também estão inseridos nesse contexto de moda e eu sabia que me proporcionariam uma oportunidade de fazer um trabalho de observação e análise de diferentes cenários.

Durante minha pesquisa para o Projeto de TCC, também tive uma melhor noção do quanto a São Paulo Fashion Week contribui para a mudança na percepção sobre a moda brasileira no exterior. Sabendo disso, queria levantar seus impactos na própria cidade.

Enfim, com temas econômicos e sociais, percebi que uma grande reportagem em texto poderia mostrar, por diferentes ângulos, o mercado de moda em São Paulo.

4 PROCESSO DE PRODUÇÃO

4.1 PRÉ-PRODUÇÃO

Como minha reportagem foi realizada de acordo com o projeto que eu havia feito no semestre anterior, eu já sabia, ao menos, o que eu iria tratar e com quem eu precisava falar. Porém, meu planejamento sempre dependeu da minha escala de trabalho, que é publicada no 28º dia de cada mês. Sou comissário de voo, dependia disso para ficar ciente dos dias em que estaria de folga em São Paulo. A partir daí, passava a contatar as fontes e agendar entrevistas para essas datas. Além das fontes que eu já havia mencionado no projeto do TCC, outras foram necessárias, ou mesmo indicadas pelos próprios entrevistados.

4.2 APURAÇÃO

Algumas das coisas que planejei no meu Projeto de TCC eu precisei mudar, seja pela indisponibilidade das fontes, seja por algo mais peculiar ter surgido.

Ao tentar agendar minha entrevista com o presidente da Abit, Agnaldo Diniz Filho, expliquei minha pauta para a assessoria de imprensa da casa e eles, por sua vez, disseram que seria mais interessante eu falar com o economista da entidade, Haroldo Silva. Fiquei um pouco decepcionado com o fato de não ser atendido por quem eu imaginava que seria umas das minhas mais importantes fontes. Porém, a entrevista com o economista da Abit foi extremamente esclarecedora e produtiva. Através da Abit, cheguei a outra fonte: Mauricio Borges, presidente da Associação Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), importante entidade nas relações entre exportadores brasileiros e compradores internacionais.

Na matéria em que faço uma comparação com os mercados de luxo e popular, o mais interessante foi andar pelas ruas de comércio da cidade, observar suas diferenças, seu público. Para falar sobre o mercado de luxo, entrevistei a presidente da Associação dos Lojistas Oscar Freire, Rosângela Lira, que também é gerente no Brasil da grife italiana Dior. Minha intenção era falar sobre os investimentos das grifes internacionais no país e sua

opinião sobre a importância dessas marcas estarem no Brasil. Porém, tomou outra direção: a estratégia de marcas populares, como Riachuelo e Chili Beans, em chegar à Oscar Freire, a rua mais sofisticada de compras na cidade.

Para tratar dos grandes eventos, resolvi focar num deles, a São Paulo Fashion Week. A semana é o maior evento do setor na cidade, gera empregos, negócios, movimentação a hotelaria, enfim, é um excelente exemplo para dimensionar a influência mundial de São Paulo nesse setor. Para essa pauta, fiz uma entrevista com o organizador Paulo Borges, por telefone, ainda em agosto. Sabia que numa data próxima ao evento seria praticamente impossível conseguir contatá-lo. Então, não deixei para cima da hora. Durante a semana de moda, fiz uma visita ao local, participei de eventos itinerantes e conversei com público e empresários. Como não consegui credenciais, não pude acompanhar os desfiles.

Para equilibrar a reportagem, trouxe o impacto social do mercado de moda em São Paulo, através da história dos imigrantes bolivianos que chegam à cidade e se deparam com condições degradantes de trabalho. Falar sobre esse problema renderia, sozinho, um TCC.

Durante a apuração dessa matéria, percebi algo diferente das outras. Geralmente, quando falava que as entrevistas da reportagem são para um Trabalho de

Conclusão de Curso, algumas fontes demonstram falta de interesse em conceder entrevistas, muitas negam. Com minha fonte boliviana foi o contrário. Ele só aceitou falar porque sabia que não seria publicado na imprensa.

Minha apuração ocorreu até o início de novembro, período em que eu esperava já estar diagramando meu trabalho.

4.3 ENTREVISTAS

As entrevistas eram agendadas no início de cada mês, de acordo com minhas oito folgas mensais. Apresentava-me e, geralmente, era solicitado para que enviasse um e-mail com a pauta. Ao ligar para confirmá-las, anteriormente, algumas eram desmarcadas, precisando ser postergadas – algumas vezes, para o próximo mês. Nas entrevistas com sacoleiros, comerciantes e com o público, utilizava apenas bloco de anotações. Já nas entrevistas previamente agendadas, sempre utilizei o gravador, com consentimento dos entrevistados. Transcrevia tudo quando voltava para casa, salvava no computador e encaminhava anexo para meu e-mail. Antes de entrevistar uma fonte, pesquisava sua formação, as responsabilidades do seu cargo e o tema a ser discutido. Fazia um roteiro de perguntas, que acabava sendo deixado

de lado durante a entrevista, já que ela se transformava numa conversa – graças ao uso do gravador. Porém, voltava sempre ao roteiro antes de encerrar, para checar se tudo havia sido discutido.

4.3.1 Fontes

Alfredo Emílio Bonduk - Presidente do SindtêxtilSP

Fauze Yunes - Confeccionista

Graça Cabral - Diretora de projetos da São Paulo Fashion Week (SPFW)

Haroldo Silva - Economista da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e Confecção (Abit)

Hugo Moreno - Imigrante boliviano

Isabel Carneiro - Gerente de vendas

Jean Makdisi Jr - Conselheiro da Associação de Lojistas do Brás (Alobrás)

José Paulo Carvalho - Gerente de produção

Júlio Evandro Mendes - Catador de materiais recicláveis

Lilian Berlim - Pesquisadora de moda

Luiz Camargo - Procurador-geral do Ministério Público

Luiz Antônio Prado - Técnico em informática

Mauricio Borges - Presidente da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex)

Mariana Hono - Agente de reservas

Marta Favoretto - Gerente de produção

Mônica Santos - Comerciante/sacoleira

Paulo Borges - Organizador da SPFW

Oskar Metsvathe - Diretor de criação Osklen

Roque Patusi - Coordenador Centro de Apoio ao Migrante

Rosângela Lira - Presidente da Associação dos Lojistas Oscar Freire (Alof)

Valeska Nakad - Coordenadora do curso de moda da Faculdade Belas Artes de São Paulo

4.4 EDIÇÃO

Kucinski (1996) aponta a importância da relação entre forma e conteúdo. Quanto mais orgânica ela for, mais consciente o resultado do trabalho do jornalista e mais criativa sua narrativa. É nesse sentido que tentei cuidar da estrutura da reportagem, trazendo tanto histórias de quem investe e consome no mundo da moda quanto os números que representam a real dimensão desse mercado.

No jornalismo dedicado à economia, um dos principais problemas de linguagem está no fato de ele se dirigir a pelo menos dois públicos e bem diferenciados, que se comunicam por códigos próprios: de um lado, especialistas, grandes empresários e profissionais do mercado; de outro, o grande público e os pequenos empresários. O grande público e os pequenos empresários sentem-se permanentemente agredidos pela linguagem técnica inevitavelmente usada no jornalismo econômico (KUCINSKI, 1996, p. 167).

A preocupação da reportagem foi maior em retratar o mercado de moda na cidade de São Paulo do que em servir como guia de investimentos. Apesar de o panorama do mercado fornecer informações com detalhes importantes, como o perfil dos consumidores e os entraves na produção têxtil, a intenção foi mostrar ao leitor o papel da cidade no contexto da moda internacional e o que move esse mercado, ou seja, atender a interesses dos dois tipos de públicos apresentados por Kucinski.

Ao dimensionar um mercado, como o de moda, é impossível fugir de números.

Se sua matéria está muito carregada de números, se é impossível encontrar a notícia no meio de tanta estatística, ela provavelmente está sendo mal editada. Hoje em dia existem recursos maravilhosos de infográficos, tabelas e inúmeros outros recursos de ilustração que compactam a informação e permitem que ela se torne atraente e compreensível para o leitor (BASILE, 2002, p. 115).

Seguindo essa recomendação, eu pretendia que a edição e a diagramação da reportagem valorizassem o uso de infográficos para ilustrar os textos carregados de números. Não foi possível. Tanto pela minha inexperiência com softwares que permitem a utilização de recursos gráficos quanto pela minha falta de tempo, já que finalizei a reportagem praticamente no prazo de entrega do Trabalho. Sendo assim, tentei colocá-los no texto de forma organizada, para que o leitor não precise reler para entender.

Quanto à estrutura da matéria, optamos, eu e meu orientador, por um “abre”, com informações gerais que chamem a atenção do leitor para o assunto, seguido pela matéria principal, com dados econômicos da indústria e do varejo, tratando das importações, exportações e soluções

para o problema do déficit na balança comercial do setor. Na sequência, as outras quatro pautas: comparação entre o mercado popular e de luxo; grandes eventos, através da cobertura da São Paulo Fashion Week; mão de obra escrava dos imigrantes bolivianos; e, para completar, uma matéria sobre o Retalho Fashion, um projeto de reciclagem dos descartes de tecido das confecções do Bom Retiro, bairro de São Paulo.

A diagramação da reportagem foi feita simplesmente para apresentá-la de maneira organizada à banca, não para fins de avaliação. As fotos utilizadas foram encontradas na internet e atribuídas a seus autores com os devidos créditos. Se ocorrer a publicação da reportagem em algum veículo, será necessário pensar num trabalho fotográfico específico para esse fim.

5 DIFICULDADES E APRENDIZADOS

Um dos problemas que encontrei durante a apuração foi a captação de microdados. A Associação Brasileira de Indústria Têxtil, por exemplo, trabalha com dados nacionais e estaduais. Com a minha necessidade de informações específicas da cidade – já que minha reportagem é um recorte do mercado paulistano –, obtive auxílio do economista da casa, Haroldo Silva, que me

passou uma estimativa, com base em alguns relatórios, do que a cidade representa dentro dos números do estado.

Também tive problemas no agendamento de entrevistas, e percebia que isso se dava, principalmente, pelo fato de eu não representar um grande veículo. As assessorias de estilistas famosos sequer respondiam, shoppings centers e empresários se negavam a falar sobre faturamento e a prefeitura da cidade impôs várias barreiras para chegar a secretários e vereadores, tanto que não tive fontes governamentais na reportagem inteira.

Além disso, minha vivência acadêmica se deu, na maior parte do tempo, paralelamente ao meu trabalho fora da área de comunicação. Por isso, não tive práticas em estágios ou dedicação plena ao curso. Devido a isso, senti grande dificuldade em entrar no ritmo da reportagem, em abordar as pessoas e, inclusive, na hora de escrever e organizar as ideias. Precisei contar, bastante, com a paciência e a experiência do meu orientador.

Comecei com um texto muito duro, sem histórias. A primeira pauta que apurei foi sobre o panorama da indústria da moda na cidade. Escrevi e enviei ao prof. Christofolletti, que me respondeu dizendo que eu precisava “soltar a mão”, contar mais histórias, abrir as retrancas de uma maneira diferente. Tentei fazer isso nos próximos textos, e senti que foi melhorando.

Além de todos os desafios , a principal dificuldade encontrada foi conciliar minha escala de trabalho com o cronograma inicialmente proposto. Sou comissário de voo, tenho oito folgas por mês e isso gerou um problema que eu não havia calculado: inflexibilidade de horários. Quando um entrevistado entrava em contato para desmarcar uma entrevista ele geralmente não tinha disponibilidade numa das minhas próximas folgas, por exemplo. Consequentemente, obtive um atraso considerável nas minhas atividades. Também por conta da minha escala, minhas reuniões com meu orientador precisaram ser canceladas e acabamos tratando tudo por e-mail.

Toda a vivência descrita acima contribuiu para meu aprendizado. Foram muitas respostas negativas às minhas solicitações, e isso fez com que eu pensasse em soluções, seja num outro entrevistado ou num novo gancho. Exercitar o texto também foi importante para eu voltar a trabalhar a organização das ideias, o fluxo de informações, a edição.

Nada do que vivi fazendo o TCC foi novidade. Tudo eu já havia estudado e executado ao longo da graduação. Foram seis anos entre meu ingresso e a entrega do TCC, sendo quatro semestres trancados. A dificuldade que senti durante a apuração evidencia o quanto faz falta a experiência através de estágios ou de envolvimento em

projetos do próprio curso. Exercitar é fundamental para um jornalista. Como não exercitei de maneira exaustiva nos últimos anos, precisei ter paciência comigo mesmo e não desistir de levar a reportagem adiante.

6 REFERÊNCIAS

BASILE, Sidnei. **Elementos de jornalismo econômico**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: *Campus*, 2002.

CALDAS, Sueli. **Jornalismo econômico**. São Paulo: *Contexto*, 2008

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo Econômico**. 1ª Ed. São Paulo: *Edusp*, 1996.

LAGE, Nilson. **Reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 3. ed. Rio de Janeiro: *Record*, 2003.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**. 5ª ed. São Paulo: *Summus Editorial*, 1986.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos do jornalismo impresso**. Florianópolis: *Letras Contemporâneas*, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. Vols. I e II. Florianópolis: *Insular*, 2005.

Os estados que mais contribuem com o PIB brasileiro.

Exame, novembro de 2012. Disponível em:

<<http://exame.abril.com.br/economia/noticias/sao-paulo-correspondeu-a-33-1-do-pib-nacional-em-2010>>

Confira o ranking das 50 maiores economias do

mundo. UOL. Disponível em:

<<http://www.terra.com.br/economia/infograficos/pib-mundial/>>

Polos de moda em São Paulo apostam em atacado e varejo. G1,

31/03/2013. Disponível em:

<<http://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2013/03/polos-de-moda-em-sao-paulo-apostam-em-atacado-e-varejo.html>> Acesso em: 22 mai. 2013.

BNDES incentiva design para competitividade no setor

têxtil. *Textília*, 12/11/2013. Disponível em: <

<http://www.textilia.net/materias/ler/textil/conjuntura/b>

**ndes incentiva design para competitividade do setor
textil**>. Acesso em: 14 nov. 2013.

**Global Fashion Industry Statistics – International
apparel**. Fashion United, 11/09/2012. Disponível em: <
[http://www.fashionunited.com/global-fashion-industry-
statistics-international-apparel](http://www.fashionunited.com/global-fashion-industry-statistics-international-apparel)>. Acesso em: 10 set. 2013.

**Após polêmica da Lei Rouanet, Pedro Lourenço desfila
sua coleção no Brasil**. Folha, 31/10/2013. Disponível em:
<[http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/10/1364838-
apos-polemica-da-lei-rouanet-pedro-lourenco-desfila-sua-
colecao-no-brasil.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/10/1364838-apos-polemica-da-lei-rouanet-pedro-lourenco-desfila-sua-colecao-no-brasil.shtml)>. Acesso em 05 nov. 2013.

