

Cultura Organizacional dos trabalhadores do pólo de confecções de Santa Cruz do Capibaribe

*Nelson Varela do Nascimento Neto¹
Betania Maciel²*

Resumo: A partir da coleta de informações, por meio de investigação direta e pesquisa bibliográfica objetivamos analisar hipotéticas influências recíprocas entre as relações de trabalho vinculadas ao pólo de confecções de Santa Cruz do Capibaribe no Agreste Setentrional do Estado de Pernambuco e as interpretações de mundo das pessoas envolvidas na cultura organizacional para o desenvolvimento local. Então, tentou-se desvendar formas de apropriação e identificação do campo de significação laboral, investigando mediante as práticas socialmente construídas e compartilhadas as identificações das pessoas com as implicações do ambiente e do nicho de trabalho em questão, realizando investigações orientadas pela Teoria das Mediações Culturais de Jesús Martín-Barbero, com referência aos processos híbridos que têm como referência Néstor Gracia Canclini, e da Teoria da Representação Social elaborada por Serge Moscovici. Além da observação direta em campo e a pesquisa bibliográfica, também acrescentamos alguns depoimentos das pessoas. Entre os resultados, ficaram claras influências geracionais nos direcionamentos de mercado, algumas conseqüências da sintonia entre as diferentes faixas etárias, assim como mudanças no cotidiano demarcada pelo intercâmbio constante com “o global”.

Palavras-chave: Transformação, Trabalho, Híbridização, Mediações Culturais, Representações Sociais

Abstract: With collecting information, came since presential contacts from field direct observation and bibliographic research, aimed to analyze hypothetic mutual influences between the Santa Cruz do Capibaribe clothing business cluster work relationships, in Pernambuco, Brazil, and the world interpretations among its staff and entrepreneurs, analyzing group identities and cultural organizations. Then, we tried to unveil the profile of the workers inside this ambience and their several appropriation and identification ways above the “work field” meaning, investigating faced with socially built and shared practices the person’s identifications with environment and work field. Among the results, staid clear the generation reality interpretation such as influence on markets’ direction, the constant everyday life’s transformation marked by exchange with global perspective and harmony between generations.

Key-words: Transformation, Work, Hybridization, Cultural Mediations, Social Representations

Introdução

¹Bacharel e licenciado em Ciências Sociais pela UFRPE e mestrando em Extensão Rural e Desenvolvimento Local da UFRPE - nelsondandi@yahoo.com.br

²Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo - betania_maciel@terra.com.br

Neste trabalho colocaremos em evidência a cultura organizacional das pessoas que exercem funções laborais diretamente vinculadas ao pólo de confecções de Santa Cruz do Capibaribe a partir das representações sociais das mensagens produzidas no cotidiano por meio da assimilação de referenciais não apenas do *mass media*, mas também das ilimitadas fontes de aquisição de conhecimento e informação no mundo globalizado no seio do cotidiano de suas relações interpessoais. Um cabedal que passa a ser agregado ao saber deles, que é único, saber esse solidificado nas relações de comunicação dos confeccionistas e que dá feições a essa comunicação de forma a possibilitar a existência de construções de realidades parcialmente próximas entre os indivíduos. Partimos do pressuposto de que um conglomerado do setor de confecções tratar-se-ia originalmente de um experimento coletivo de pequenos empreendedores que necessitaram alcançar certo nível de consenso para agirem em defesa dos interesses comuns.

Por isso realizamos a pesquisa no campo da recepção, tendo como orientação teórica principal a Teoria das Mediações Culturais de Martín-Barbero, entendendo mediações culturais como “*los lugares de los que provienen las construcciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural (...)*” (MARTÍN-BARBERO, 1987, p.233). Optamos por avaliar a recepção por meio do estudo das representações sociais de Jodelet, que considera como “uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada, que tem um objetivo prático e concorre para a construção de uma realidade comum a um conjunto social” (JODELET, 1995. p.32) uma forma de se interpretar a realidade erigida por um grupo social com o intuito de se conseguir uma uniformidade nas práticas sociais desse mesmo grupo.

Tratamos o caráter imprevisível e complexo do estudo, uma vez que, parafraseando Orozco, algo no qual nele nada está abertamente conexo com nenhuma outra coisa, senão uma rede de mediações que incidem e acomodam a influência mútua entre um e os outros componentes existentes no mesmo processo. (MARTÍN-BARBERO, 1987. p.113-127)

Tomamos a perspectiva gramscianiana como ponto de partida, no desenvolver do trabalho, direcionamos a relação de cultura popular com cultura hegemônica para a orientação fundamentada por García Canclini, que analisa o respectivo processo como uma “produção de fenômenos que contribuem, mediante a representação simbólica das estruturas materiais, para a compreensão, reprodução ou transformação do sistema social (...)”. (1983, p. 29) Tal linha de pensamento se torna ainda mais firme quando recordamos que para o mesmo autor, quando dialoga discorrendo acerca dos principais pontos de vista de cultura primados pela Antropologia,

afirma que “o mais fecundo é aquele que entende a cultura como um instrumento voltado para a compreensão, reprodução e transformação do sistema social”. (1983, p.29) Ou seja, de forma mais estrita, pode-se seguramente situar a relação concretizada pela nossa pesquisa à luz da leitura de cultura popular realizada por García Canclini, que diz que:

Culturas populares (termo que achamos mais adequado do que cultura popular) se constituem por um processo de apropriação desigual dos bens econômicos e culturais de uma nação ou etnia, por parte dos seus setores subalternos e pela compreensão, reprodução e transformação real e simbólica das condições gerais e específicas do trabalho e da vida. (1983, p.29)

Para nós é irrefutável a validade da visão que é posta à baila através do autor, de uma assimilação desequilibrada do capital cultural em um intercâmbio carregado de tensões onde mesmo não se tratando necessariamente de uma relação harmônica, mesmo assim ainda não irá inevitavelmente incorrer em uma mútua e intransponível contradição.

Procurando alcançar os objetivos propostos, a Teoria das Representações Sociais se apresentou como a proposição ideal para se concretizar a marcha epistemológica na elucidação dos fatos comuns na rotina da vida moderna aqui traduzida em cultura organizacional. Tendo tal teoria irrompido dos desvãos da psicologia, se reverteu em estopim da ruptura com os modelos funcionalistas e positivistas que vigoravam na época e, naturalmente, enfrentou a impugnação por parte dos saberes até então dominantes – o behaviorismo e o “marxismo de tipo mecanicista” (JODELET, 1989, p. 26) – então, por conseqüência, permaneceu no ostracismo por um relevante interregno de tempo no mundo científico, até se difundir nos anos de 1970 por áreas diversas como sociologia, antropologia, filosofia e história, após despertar um interesse na pesquisa que faz retomar abordagens teóricas, empíricas, experimentais e não-experimentais.

Moscovici, assim define Representação Social:

Um sistema de valores, noções e de práticas tendo uma dupla tendência: antes de tudo instaurar uma ordem que permite aos indivíduos a possibilidade de se orientar no meio ambiente social, material e de dominar. Em seguida, de assegurar a comunicação entre membros de uma comunidade propondo-lhes um código para nomear e classificar de maneira unívoca as partes do seu mundo, de sua história individual ou coletiva. (MOSCOVICI, 1961)

E ainda afirma que:

Representar significa, a uma vez e ao mesmo tempo, trazer presentes as coisas ausentes e apresentar coisa de tal modo que satisfaçam as condições de uma coerência argumentativa, de uma racionalidade e da integridade do grupo [...] que isso se dê de forma comunicativa e difusiva, pois não há outros meios, com exceção do discurso e dos sentidos que ele contém, pelos quais as pessoas e os grupos sejam capazes de se orientar e se adaptar a tais coisas. (MOSCOVICI, 1961)

Dentro dessa abordagem de múltiplas incidências, nos fazemos remeter às várias histórias e tempos que se materializam na caracterização de uma razoável bifurcação que tende a se extinguir, primeiramente o grupo dos que chegaram a exercer ou a presenciar os pais exercendo atividades típicas de áreas rurais e, do outro lado, o grupo dos que já cresceram dentro do pólo de confecções e já integram um contingente populacional que corporifica uma suposta concretização do que seria esperado como destino para o que é chamado de *novo rural*, levando em consideração a identificação com a realidade rural dentro de um nicho de atividades industriais e comerciais, e levando em consideração as suas vivências históricas, políticas e temporais, além das heterogeneidades temporais existentes dentro dos próprios grupos. Procuraremos perceber como variantes como o grau de aproximação e o tempo de convivência entre os trabalhadores seriam adaptadas pelas afinidades das vivências similares, de modo que permita um influxo de informações que possibilite a conformação de representações distintas dos diferentes grupos.

Na pesquisa de campo foram contatadas trinta e três pessoas dentre homens e mulheres com idades compreendidas desde menos de dezoito até mais de sessenta anos buscando a ênfase nas variantes de gênero e faixa etária dentro do universo amostral. Foi dedicada cautela na apreensão de suas falas, tentando-se debruçar através das suas declarações quais são os basilares liames tácitos entre as atividades vinculadas ao pólo de confecções e as formas de arranjos sociais e enfrentamento dos fatos que são resultantes de forma mais aberta ou subliminar de conquistas e derrotas resultantes de um processo não apenas histórico, mas também de estabilização de uma contemporaneidade estritamente vinculada à existência do hoje consolidado conglomerado, ou *cluster*, como diriam os economistas, no respectivo setor do especificado município.

As representações da vida laboral da heterogeneidade presente entre os trabalhadores parecem vir sendo construídas no cotidiano de suas relações interpessoais no processo de concatenação de transações econômicas na qual vivem. Foi possível levantar essa afirmação

empiricamente, a partir da oportunidade de contato com essa população desde alguns anos atrás, meados de 2000, quando eles se estabeleciam periodicamente, durante as sextas-feiras, no bairro histórico de São José, no centro da cidade do Recife, pouco tempo antes deles se estabelecerem em caráter fixo nas imediações para realizarem atividades comerciais. Posteriormente com algumas viagens até o município de Santa Cruz do Capibaribe.

1. As distintas gerações

Na ligação com as instâncias das camadas hegemônicas, aqui simbolizadas pelas pressões mercadológicas do *mass media* que geram tendências que produzem demandas de produção e de vendas, os confeccionistas realizam a fruição, compreensão e conformação das mensagens dessas dentro das próprias circunstâncias particulares de seus trabalhos.

Para Martín-Barbero, relevar a heterogeneidade de temporalidades nas pesquisas de recepção fundamentadas nas mediações culturais é essencial, devido ao fato de que a contemporânea transnacionalização cultural tornou possível a coexistência de “anacronismos de diferentes relações com o tempo”, (1995, p.40) uma vez na qual identificamos no empírico traços de múltiplas realidades temporais, uma “mediação de heterogeneidade de temporalidades” insurge como mediação precípua para o estudo, pois é através do empirismo que se torna possível observar a corporificação das diversas mediações interventoras do respectivo estudo. (1995, p.40)

A heterogeneidade de temporalidades sendo aqui categorizada não como mera diferença de idades, mas sobretudo pelas diferentes temporalidades de vivências no campo de significação abordado.

Mas utilizando como forma de organização didática as diferenças de idade em si, ressaltamos que os confeccionistas jovens, compreendidos até meados do início da superação dos trinta anos, afirmaram gostar de quando a influência televisiva interferia no seu cotidiano de trabalho, aquecendo as vendas, deixa clara a interferência das mensagens *mass midiáticas* dentro do seu ambiente diário, a vida de negócios alheios ao que se passa no resto do mundo, fora dos limites do agreste setentrional pernambucano, cada vez mais, cai por água abaixo. A rigor, alguns dos mais velhos, entendidos como aqueles com mais de sessenta anos, pareciam ainda viver um interminável período de adaptação a uma condição de interpenetração com o mundo exterior que

em comparação às suas vivências parecem ainda incipientes e gera sentimentos imprecisos quanto a essa experiência:

“Muitas vezes a roupa que a atriz usa na novela dá moda e acaba gerando vendagem ‘prum’ tipo de peça específico fazendo com que se tenha que fabricar mais um ou outro artigo, geralmente uma moda assim melhora os lucros, eu gosto quando a televisão faz acontecer esse tipo de coisa.”

(Depoente nº 12, 26 anos)

Fica clara a interferência das mensagens *mass midiáticas* dentro do seu ambiente diário, a vida de negócios alheios ao que se passa no resto do mundo, fora dos limites do agreste setentrional pernambucano, cada vez mais, cai por água abaixo.

A rigor, alguns dos mais velhos, entendidos como aqueles com mais de sessenta anos, pareciam resguardar um parcial, mas flagrante apego às vivências anteriores. Exaltemos, no entanto, que os trabalhadores veteranos em questão são filhos e netos de antigos trabalhadores rurais, ou até chegaram a debutar na vida trabalhista também como um trabalhador rural, na época, em que plantar, em terras próprias ou que lhes eram reservadas por um grande fazendeiro era a melhor alternativa para as famílias. Porém, o que chama mais a atenção nesse tipo de posicionamento é a demonstração de superação de fases pelo conglomerado de confecções, da adaptação às condições contemporâneas de sobrevivência competitiva no mercado.

Os veteranos labutavam de ano a ano e em todas as estações, praticamente sem quaisquer aparentes intervenções de fatores externos, em uma rotina quase que inabalável, dentro de um mercado de fronteiras delimitadas e variações bem mais previsíveis que as atuais, dentro de uma zona de conforto estabelecida pela lentidão com que as mudanças implicadas pelos acontecimentos gerados pelas instâncias hegemônicas das metrópoles adentravam em seus mundos. Hoje, eles sentem de forma explícita as reações em cadeia que se propagam na aldeia global.

Mas também não se pode negar que muitas das representações refletem as vivências anteriores em subempregos como reflexo das formações residuais de um passado que está vivo, mas que não se celebra, tão somente configura a memória como grupo. As experiências precedentes ficam marcadas e servem como bases para conjeturas das construções do presente. Eles revelaram memórias amargas desse passado. O trabalho sazonal gerava insegurança e

desagregação de suas famílias. Assim, suas expectativas procuram encontrar saídas para essas lembranças residuais.

Remetendo aos discursos deles, coletados para essa pesquisa, conseguiremos perceber que apesar de tudo as suas memórias resgatam traços de saudosismo:

“Eu vivia na calma, meu pai vivia na calma, mas era tudo tão sofrido! Muito sol na cabeça, muito trabalho pesado, ‘às veze’ dava uma praga acabava com tudo, dependia do sol, da chuva, a gente gosta muito, mas depois que sai não quer mais ‘voltá.’”

(Depoente nº 14, 53 anos)

“Quando era menina vivia pela roça, plantei muito... na época eu gostava, acordava cedo, não via muita gente, era aquela calma, comia o que plantava, tomava leite da vaca... até tenho saudade, mas se fosse pra escolher eu não escolhia mais voltar pra roça de jeito nenhum mesmo. Deus me livre!”

(Depoente nº 16, 52 anos)

Desta forma, percebemos nitidamente que as incorporações de idéias de amor às atividades, próprias em suas representações e que podem ser resultado das influências da vivência com as gerações pregressas que resguardavam características atribuídas ao homem do campo de forma estereotipada e associadas ao idílico e o poético devido ao apego à terra e à natureza, uma relação de amor. Recordemos aqui que muitas vezes os discursos sobre vivências de organização e orientação de trabalhadores rurais abordam os temas terra e tranqüilidade de forma que se interpenetram como símbolo que não se dissociam, materializando, assim, a comunicação ideológica.

Em contrapartida, os mais jovens já demonstram um posicionamento pré-disposto à aceitação das mudanças de *status quo* nas suas rotinas laborais em função de transformações no panorama econômico e social, uma pré-disposição tão flagrante que chega a se confundir com uma expectativa na verdade.

“Quando tem novela nova a gente já fica ‘ligado’ no que pode rolar de novo, pra começar a colocar pra vender o mais rápido possível a novidade porque se demorar muito pra começar a trabalhar com o produto da moda já não compensa tanto, as pessoas já vão ‘tá’ meio ‘enjoada.’”

(Depoente nº 17, 28 anos)

No que tange ao grupo de pessoas jovens é mais fácil o processo de fruição e representação das mensagens do que se configura dentro de uma realidade de maior incidência de desestabilidades, ou seja, mais próximas da intermitência das variantes, sem desconsiderar algumas previsibilidades, alcançadas através das facilidades adquiridas a partir do planejamento das estratégias de condução dos seus empreendimentos. Os mais novos já reagem ativamente e em perspectiva de co-participação e legitimação dos estímulos emanados pelos instrumentos de manipulação ideológica que reforçam as mensagens de apelos consumistas que atendem aos interesses dos grupos socioeconomicamente hegemônicos.

Além disso, podemos destacar a oportunidade do ingresso mais fácil do que em outras áreas dos jovens no empreendedorismo, identificando alguns fatores que dão margem para essa ocorrência, tais como: a capacidade de se iniciar com um pequeno capital, o baixo custo de renovação das mercadorias, a parcial ausência de taxaço tributária, a escassa necessidade de renovação constante do maquinário e a igualdade de condições de acesso ao mercado em relação aos empreendedores antigos.

Com efeito, as representações sociais do grupo de trabalhadores jovens apesar de, por vezes, carregadas de uma dose maior de otimismo, demonstram uma alternativa pela racionalização através da adoção de princípios de articulação com finanças de proximidade e do acompanhamento personalizado e ágil das possibilidades que o mercado pode oferecer e das demandas da clientela em potencial, daí emergem relações de confiança e compromissos entre os outros que compõem a mesma categoria, a formas de organização financeira, na maioria das vezes informais, e todas as outras instâncias que operem baseadas em objetivos comuns, por mais curto ou mais longo prazo.

“Aqui em Santa Cruz tem espaço pra todo mundo, tem trabalho pra todo mundo, o negócio é só a pessoa ser desenrolada que consegue clientela e vende ‘as mercadoria’ direitinho e tira lucro sem problema, uma mão lava a outra, se eu não tenho uma mercadoria que o vizinho tem eu repasso”

(Depoente nº 18, 30 anos)

“O agiota que passa aqui atualmente até que é mais paciente, mas o anterior era muito estressado, queria chegar com grosseria, então eu quitei com ele e não peguei mais dinheiro. O que ‘tá ‘ agora já não explora tanto nos juros e nem pega no pé, dá pra levar.”

(Depoente nº 19, 27 anos)

2. Os mais jovens e o consumo de confecções

A respeito do *consumo como cenário de objetivação dos desejos*, asseveramos com Martín-Barbero, *que há uma dimensão, todos sabemos, fundamental em nosso consumo, é uma dimensão libidinal, dimensão desejante, e por mais que o desejo atravesse nosso consumo, permanentemente, orienta-o (...)*. (1995, p.62) Canclini diz que, mesmo com todos os percalços de se por em evidência para apreciação pontos complexos sob um ponto de vista sociológico tal esfera da ação ou efeito de consumir precisa ser relevada. Adverte, porém, que se prime em considerar os contextos macrossociais onde se encontram os atos de consumo.

No grupo de trabalhadores com idade compreendida até 24 anos se implicam algumas variações da forma de receber e representar o campo de significação do ambiente de trabalho e do mundo de uma forma geral, tendo por muitas vezes como escopo o nível de experiência de vida dos mais velhos. Mas, essa questão não é peremptória, pois em muitos casos os mais jovens demonstraram estar mais informados do que os mais velhos, quer seja por que circulam mais, por que acessam mais a internet ou vêem mais TV e, conseqüentemente, suas expectativas de consumo refletem tendências de mercado e essas tendências posteriormente podem orientar direcionamentos acerca das mercadorias que devam ser ofertadas ao público.

Escutando as falas dos adolescentes que estão em fase colegial, vendem mercadorias e são filhos de pessoas que exercem a mesma atividade, nós podemos identificar essa função de sensor das oscilações de demanda que as pessoas de tal faixa etária acabam exercendo:

“Eu gosto muito ‘das bermuda’ da *Quicksilver* e da *Seaway*. ‘São meio cara’, de vez em quando eu compro uma, mas pelo preço que cobram não dá pra usar no dia-a-dia, mas por isso não, a gente tem um monte de modelo parecido.”

(Depoente nº 15, 17 anos)

“Aqueles ‘ropa’ que Gisele ‘Bichen’ desfila pra ‘Colti’ são bem massa, eu gostei muito do que ela apareceu vestindo da última vez, sempre quando eu gosto, eu tento copiar uma coisinha aqui outra acolá, por aqui mesmo eu sempre encontro umas coisinhas parecidas.”

(Depoente nº 16, 16 anos)

“Os decote’ que Camila Pitanga usava na novela era ‘show’, com ‘aqueles brinco grande’, Bebel tirava onda, era muito linda, quem me dera ser tão charmosa daquele jeito.”

(Depoente nº 17 19 anos)

O depoente nº 15 fala de sua atração pela moda surfe muito recorrente nos rapazes com a sua média de idade, a depoente nº 16 assume seu fascínio pelo apelo de mídia que carrega a supermodelo e a depoente nº 17 se inspira na sensualidade que a atriz da Rede Globo emprestava à sua personagem na novela do horário das nove horas. Os seus pais vivem uma situação financeira limitada, por isso quase sempre eles acabam tendo que contribuir com as despesas de suas casas trazendo uma conseqüentemente redução do poder de compra, fazendo com que seus padrões de consumo na área do vestuário mais sofisticado, se limitem à predominância da esfera simbólica, fazendo com que os referenciais das instâncias hegemônicas absorvidos por esse público, supostamente mais vulnerável às pressões midiáticas, acabem fornecendo subsídios para a agregação de valor às mercadorias que vêm a ser produzidas e comercializadas no pólo de confecções.

Eles têm aspirações de consumo no setor de vestuário que não mais se diferenciam das aspirações de qualquer adolescente da região metropolitana, os referenciais de consumo são os mesmos e por vezes chegam até com uma força bem mais devastadora, pois até a concretização do consumo simbólico se torna mais difícil, quando se está distante dos grandes centros de compra de produtos de primeira linha que podem oferecer derivados como adereços e acessórios licenciados por grandes marcas e ofertados por valores menos astronômicos, poderíamos identificar nesse ponto uma das hipotéticas causas propugnadoras da motivação da prática da pirataria de marcas famosas além daquela meramente financeira, essa pirataria que, por sinal, é um fenômeno perceptível em Santa Cruz do Capibaribe, mas no decorrer da pesquisa não encontramos nenhum confeccionista que declarasse realizar tal atividade.

Quando lhes perguntei se alguma vez se inspiraram na indumentária *country* para compor os seus visuais eles responderam predominantemente que uma vez ou outra já tiveram vontade, mas, em outra depois comentaram sorrindo que não gostavam de caracterizações que fizessem menções ao campo.

"Esse negócio de calçar bota e chapéu de vaqueiro pra ir a *show* de forró já não 'tá' mais com nada, nem cantor de forró usa mais esse tipo de 'ropa'. Agora... sempre aparece um ou outro que gosta de se vestir desse jeito, mas só faz diminuir."

(Depoente nº 15)

Essas representações acabam por ser compartilhadas pelas outras faixas etárias, pois refletem também as circunstâncias das cotidianidades das vidas das pessoas de toda a família, bem diferente de quando seus avôs viviam no campo, agora a família é composta por empreendedores do ramo de confecções seja na etapa de fabricação ou comercialização e de trabalhadores assalariados, em moldes bem mais próximos aos das grandes cidades. Convém enfatizar, entretanto, que essa assimilação se dá, fundamentalmente, por que as representações têm caráter coletivo.

3. O universo feminino

Avaliar as representações das relações de trabalho na cultura organizacional das mulheres adultas do pólo de confecções é realizar uma ação de características particularizadas. Um território marcado por construções culturais que imputam os distintos gêneros com poucas diferenciações de atribuições para os parâmetros da região, devido às particulares relações familiares e laborais, implicadas na presença recíproca das mulheres tanto no espaço privado do lar quanto no espaço público gerenciado predominantemente pelos homens.

No que diz respeito às mulheres, a ocupação de um posto de trabalho significa uma mudança que rompe com a estabilidade da vida que teriam como apenas donas-de-casa. Na verdade, atualmente, quase nenhuma delas experimentou a condição de serem meras expectadoras das rotinas laborais dos maridos e a tirocínio de uma esposa de trabalhador rural informal, com toda a carga de insegurança que essa situação repercute em suas famílias, quase nenhuma mais compartilha. Elas são hoje profissionais que trabalham com os seus maridos e compartilham os êxitos e dificuldades de um mesmo mercado de atuação.

A depoente nº 27 de 58 anos, é vendedora de roupas, seu pai, na maior parte da vida, foi agricultor, ela recorda das agruras de viver sem saber se a família iria ter alimento suficiente para realizar todas as refeições até a colheita seguinte.

“Eu via meu pai se acabando na roça, pra ganhar tão pouco, no final do mês as coisas ‘era contadinha’, tanto esforço, tanto sacrifício, pra uma coisa que no final ‘das conta’ só dependia mais da chuva, do sol... e depois ainda podia estragar se não vendesse logo!”

(Depoente nº 27)

Assim, as representações das menos jovens em um percentual maior estão ancoradas em suas experiências antes e durante a vida de subsistência a partir de recursos financeiros provenientes da exploração do setor primário de produção. Quando elas se referem ao estilo de vida anterior, deixam refletir as implicações da rotina entre a cidade e o campo, quando suas mães ou elas mesmas trabalhavam nas terras da propriedade na qual se habitava, plantando em limitados pedaços de terra produtos que depois eram vendidos geralmente aos sábados na feira juntamente com produtos que eram feitos manualmente, como artigos culinários e artesanatos.

Merece destaque a categoria de mulheres que dispensam a presença masculina no gerenciamento de seus negócios e ganham um novo *status*, o de provedora, além daquele de matrona, sábia, e conselheira, gozando de um maior poder na rede de relações sociais na qual se insere, até mesmo sobre muitos homens que participam de seus convívios. (MIELE, N. 1998) Essa realidade é perceptível nessa mulher que é respeitada por todos os entes, o ato de ir à luta, substituindo o perfil patriarcal por uma orientação matriarcal não foi considerado transgressor, elas com suas rezas se tornaram grandes arrimos para as famílias, não deixando a luta.

A depoente nº 28, de 52 anos, comanda o próprio ponto de vendas desde que o marido faleceu há quatro anos e relata seu estilo de vida:

“Eu comando isso aqui sem precisar de homem, nunca deixei espertinho nenhum me passar a perna, se precisar ser grossa eu sou, se precisar falar alto eu falo. Procuo a melhor mercadoria pra vender pelo melhor preço possível e o cliente que começa a comprar comigo ‘num’ deixa ‘mai.’”

A depoente nº 29, de 48 anos, é também dona de ponto de vendas, hoje tem seus dois filhos já crescidos para ajudar no trabalho, mas durante muito tempo liderou a produção familiar segundo ela com mãos de ferro:

“Comigo nunca teve ‘boquinha’, ensinei aos meus ‘filho’ como é que se trabalha, acostumei ‘os menino’ a ‘acordári’ cedo, a barganhar com o cliente, a tratar bem e lidar com a concorrência.”

A depoente nº 30, de 44 anos, é divorciada, trabalha em um ponto de vendas distante do seu filho e diz que não sente falta de um companheiro que compartilhe consigo as tarefas diárias do trabalho:

“Eu sempre me virei muito bem sozinha e se precisar de um ‘home’ pra carregar um peso, arrastar uma coisa, não falta gente por aqui não, e ladrão por aqui também não tem vez não, aprontou, o pessoal pega logo”.

Há fatos poderiam ser levados em conta ao tentarmos atribuir valores a essas representações femininas. Ressaltemos que muitos traços de conduta tradicionalmente atribuídos à bagagem de peculiaridades do gênero masculino na respectiva região, tais como o machismo e a falta de tolerância às mudanças de certas condutas estariam favorecendo a perda de espaço dos homens em diversos segmentos da sociedade, segmentos tais que estariam progredindo mais rápido que suas maneiras de inteligir a realidade, deixando ao encargo das mulheres a renovação dos ares no respectivo setor. Haveria ainda uma tendência de se remunerar as mulheres com menores cifras, o que aumentaria o fluxo do ingresso feminino no ramo, proporcionando-as uma melhora no acervo de experiências que resultaria no acúmulo de subsídios para o enfrentamento dos percalços previstos em para futura incursão pelas atividades empreendedoras.

“Eu já trabalhei em fabrico quando era mais nova, depois fui pro comércio, ralei um bocado, peguei ‘os macete’, fui aprendendo o que eu achava necessário, juntei dinheiro pra começar por conta própria e hoje ‘tô’ aqui, posso juntar dinheiro para comprar meu carro, já tenho casa própria, posso pagar um colégio particular pro meu filho e fazer muita coisa ‘cum’ meu próprio dinheiro.”

(Depoente nº 30)

Para ela a vida antes do casamento era mais corrida, ela e o marido trabalhavam e os dois tinham salários certos, mas, segundo ela, o empregador sempre usava desculpas para remunerá-lo melhor, quando ela percebeu que o marido gastava o dinheiro dele com bebidas alcoólicas e chegou a financiar gastos com outra mulher mais jovem ela não teve dúvidas, acabou o relacionamento que lhe rendeu um filho, hoje pré-adolescente. Assim é que, celebrando um passado que não existe mais e que não tem mais nada a ver com o seu presente, ela constrói sua representação, rejeitando determinantes de gênero estabelecidos através dos tempos, quebrando os paradigmas impostos pelas gerações precedentes.

Nesse sentido, percebemos que a sua representação do cotidiano laboral sofre influência das temporalidades, por meio do embate às formações arcaicas que celebram o passado que não existe mais, pois, talvez possamos compreender o seu desapego à presença masculina como consequência do distanciamento natural dado a mulher em diversas vertentes do universo

trabalhista, já que nele normalmente a mulher ocupava em outros tempos no máximo a função de ajudar ao marido. Individualmente, compreendemos preliminarmente também a incidência da mediação de expectativas de consumo quando ela deixa claro o seu desejo de adquirir um veículo. De tal forma em suas representações podemos perceber algumas confirmações e negações que a vida no presente lhe reserva as suas aspirações.

No que tange aos discursos feministas em suas construções, ela nem qualquer outra mulher interpelada não se refere nem implicitamente a quaisquer referenciais de luta pelos direitos femininos.

Considerações Finais

No decorrer deste trabalho, com base no arcabouço teórico dos estudos de recepção na perspectiva das mediações culturais, buscamos entender as relações entre as dinâmicas e relações de trabalho versus as diversas formas de disposição social e interpretação da realidade dentro da cultura organizacional para o desenvolvimento local no pólo de confecções de Santa Cruz do Capibaribe. Essas relações laborais foram mediatizadas pela cultura do Agreste Pernambucano e estão submetidas a mediações dessa cultura, dentre as quais escolhemos as que pareceram mais proeminentes para o entendimento do estudo em questão tais como as referentes aos processos de aproximação e convivência e as expectativas de consumo de acordo com as mediações de gênero ou idade.

Os mais jovens se destacam pela sensibilidade mediante o contato com as tendências de comportamento contemporâneas, como sensores das mudanças de humores nas novas condutas coletivas que se convertem também em direcionamentos de mercado, por isso que a respeito da convergência das mediações do estudo como geradoras de semântica, poderemos afirmar que campos de significação como o pólo de confecções de Santa Cruz do Capibaribe permitem estudos de caso emblemáticos para a identificação da apropriação dos significantes das classes hegemônicas pelas classes subalternas e as formas de consumo simbólico, que entre os mais jovens fica bem mais realçado, uma vez na qual a demanda por ampliação do capitalismo não sustenta a variegiação de padrões culturais, de objetos e hábitos de consumo. Por isso, é aceitável a afirmação de que as novas gerações estão contribuindo para a atualização das orientações de mercado no pólo de confecções.

Entendemos por meio dessas constatações que os sistemas econômicos e culturais seguem entrelaçados reciprocamente, compondo uma unidade inextricável e é considerado preferencial o estudo das estruturas dos fenômenos simbólicos que erguem as estruturas econômicas e suas reciprocidades. O binômio local versus global remete reciprocamente nesse estudo de caso à oposição e a complementaridade.

Os elementos subjetivos de composição do perfil coletivo sofreram influências dos padrões de conduta tradicionais perpetuados ao longo dos tempos, por isso é indubitável que o cotidiano está alterado de forma contundente em relação à época pregressa na qual as atividades principais eram do setor agrícola, mas ainda é claro que esse processo de forte mudança ainda continua vivo, no entanto já não está atrelado diretamente à alteração do *status-chave* de direcionamento econômico do município, e sim, às conseqüências dessa alteração, que implica na conexão desse território com as instâncias mais globalizadas da tessitura social que exaltam os valores das classes hegemônicas da sociedade que se encastelam nas grandes metrópoles. Como “efeito colateral”, as expectativas de consumo e a ansiedade por “inovações” reproduzem o ritmo demarcado pelas camadas hegemônicas.

No que diz respeito à possibilidade de conflito entre as gerações sobre o ponto de vista das orientações de rumo dadas aos negócios, não se constatou nenhum embate aparente, as diversas gerações parecem cativar uma relevante sinergia na condução das estratégias e tomadas de decisões voltadas para a otimização dos lucros, aumento das condições de combatividade no mercado e melhoria das relações de vivência que proporcionem o bem-estar da cultura organizacional.

Compreendemos que a atual pesquisa demonstrou que os sentidos lançados pelas mediações externam demandas sociais e culturais dos trabalhadores. No ponto de vista das mediações que trabalhamos, foi possível percebermos não apenas os sentidos produzidos para constatarmos uma ciência ou desconhecimento do espaço amostral, mas também o que essa semântica demarca sobre as interações entre cultura popular, cultura hegemônica e as demandas da respectiva população.

Em tempos de grandes antíteses, a pesquisa não intenta pôr à baila ambigüidades, mas contribuir para o embasamento de novos pontos de vista para o estudo da Ciência da Comunicação. E, diante do divulgado, gostaríamos de desfechar propondo para aqueles que estudam essa área, a iniciativa de incursão em singularidades de novas localidades ou até outras

particularidades dessa mesma aqui abordada, para repensar a atuação de políticas e estratégias de comunicação para a Extensão Rural e o Desenvolvimento Local.

Referências Bibliográficas

DOISE, W. **Atitudes et Representations Sociales**, In: Jodelet. D. *Les Representation Sociales*. Paris: PUF. 1998.

GARCÍA CANCLINI, N. **As Culturas Populares no Capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

_____, N. **Cultura Transnacional y Culturas Populares**. Lima: IPAL. 1988.

_____, N. **Culturas Híbridas**: el espacio comunicacional como problema interdisciplinario. *Telos*, Madrid, Nº 19, set/nov. 1989.

_____, N. **Culturas Híbridas y Estrategias Comunicacionales**. Seminario “Fronteras Culturales: identidad y comunicación en América Latina”, 16-18 de outubro de 1996.

HARVEY, D. **Condição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. 6ª ed. São Paulo: Loyola, 1989.

HELLER, A. **O cotidiano e a História**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1972.

HEREDIA, B. M. A. de. **A Morada da Vida: trabalho familiar de pequenos produtores do Nordeste do Brasil**. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1979.

JODELET, D. **Les représentations sociales**. Paris: PUF, 1989

MARTÍN-BARBERO, J. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUZA, Mauro Wilton (org), **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

_____, J. & REY, G. **De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía**. México: G. Gili, 1987.

MIELE, N. A dimensão do Gênero na Promoção da Agricultura Sustentável. In: ARMANI, Domingos ET AL (org) **Agricultura e Pobreza: construindo os elos da sustentabilidade no Nordeste do Brasil**. Porto Alegre Tomo Editorial; Holanda: ICCO, 1998.

MOSCOVICI, S. **La psychanalyse, son image et son public**. 2^a ed. Paris, Presse Universitaire de France, 1961.

OROZCO GÓMEZ, G. **La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa**. Guadalajara: Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, 1997.

REDFIELD, R. **The folk society**. In: *American Journal of Sociology*, vol. 52, n. 4, 1947.