

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CURSO DE BACHAREL EM DESIGN

SABRINA KEITTY GOMES DO NASCIMENTO

**A INFLUÊNCIA DA DOCTRINA DA IGREJA ASSEMBLÉIA DE DEUS NO  
VESTUÁRIO E CONSUMO DE MODA DE SUAS ADEPTAS**

CARUARU

2011

Sabrina Nascimento

**A INFLUÊNCIA DA DOCTRINA DA IGREJA ASSEMBLÉIA DE DEUS NO  
VESTUÁRIO E CONSUMO DE MODA DE SUAS ADEPTAS**

Monografia apresentada ao curso de design da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para a obtenção do título acadêmico de Bacharel em Design

Orientador: Amilcar Bezerra

Caruaru

2011



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE  
NÚCLEO DE DESIGN

PARECER DE COMISSÃO EXAMINADORA DE DEFESA  
DO PROJETO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN DE

SABRINA KEITTY GOMES DO NASCIMENTO

*"A INFLUÊNCIA DA DOUTRINA DA IGREJA ASSEMBLÉIA DE DEUS NO  
VESTUÁRIO E CONSUMO DE MODA DE SUAS ADEPTAS"*

A comissão examinadora, composta pelos membros abaixo, sob a presidência  
do primeiro, considera a aluna SABRINA KEITTY GOMES DO NASCIMENTO

**APROVADA**

Caruaru, 12 de dezembro de 2011.

Prof. Amilcar Almeida Bezerra  
Orientador

Prof.<sup>a</sup> Ana Paula Celso de Miranda  
1<sup>a</sup> Avaliadora

Prof.<sup>a</sup> Maria Teresa Lopes  
2<sup>a</sup> Avaliadora

Catálogo na fonte

Bibliotecário Elilson Rodrigues Góis CRB4 - 1687

N244i Nascimento, Sabrina Keitty Gomes do.

A influência da doutrina da igreja Assembleia de Deus no vestuário e consumo de moda de suas adeptas. / Sabrina Keitty Gomes do Nascimento. - Caruaru : A autora, 2011.

81.: ; 30 cm.

Orientador: Amilcar Bezerra

Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA. Design, 2011.

Inclui bibliografia.



## EPÍGRAFE

Renda-se, como eu me rendi. Mergulhe no que você não conhece como eu mergulhei. Não se preocupe em entender, viver ultrapassa qualquer entendimento. (Clarisse Lispector)

## DEDICATÓRIA

A minha família que amo tanto

## **AGRADECIMENTOS**

A minha mãe pelo amor e dedicação

A irmã Aricina pela paciência e por ter me levado a referida igreja para a realização da pesquisa

Ao Pastor Cláudio que com paciência me ouviu e viabilizou as entrevistas

As entrevistadas que responderam as minhas perguntas

A minha família que eu abandonei no momento em que me dediquei a realização desse trabalho

A minha tia que me apresentou a irmã Aricina

A minha avó que passou quase um ano sem dormi, devido a luz acesa do quarto em que dormimos.

Aos meus professores com os quais aprendi muito

A minha querida Regina que não me deixou desistir da faculdade

Ao meu orientador que teve paciência com minhas ansiedades

A Romilda pelas vezes que preparou comida pra mim, nos momentos que estava mais ocupada

E a todos que tiveram paciência de me ouvir falar sobre os assuntos relacionados a minha monografia

A Deus pela inspiração e paciência de escrever

## Resumo

O presente trabalho tem como objetivo principal compreender a influência da doutrina evangélica no consumo de moda. Para delimitação do tema foi escolhida a cidade de Caruaru-PE e a igreja Assembleia de Deus do ministério de Madureira. Com os objetivos de compreender como ocorre o consumo de moda por mulheres da referida religião na cidade; como a doutrina da religião influencia no consumo; analisar as necessidades de consumo de moda das adeptas; Identificar as restrições de indumentária que a doutrina impõe ou não as suas fieis e contribuir com informações pertinentes ao público-alvo analisado. Foi observado que existe uma carência de produtos direcionados a moda evangélica, pois a doutrina da igreja não permite o uso de calça, decotes, transparências e outros itens que evidenciem o corpo. Para se atingir os objetivos foram utilizados: o método de abordagem indutivo; os métodos de procedimento etnográfico e monográfico e a metodologia analítica para a coleta de dados bibliográficos. Foram entrevistadas 13 pessoas, sendo 12 mulheres e 1 pastor dirigente da Assembleia de Deus. Através dos dados levantados concluiu-se que o público analisado está em crescimento. Sendo considerada uma oportunidade de negócio para quem deseja direcionar seus produtos a este segmento.

Palavras Chave: Assembleia de Deus, moda evangélica, consumo de moda

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO | 10

1-FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA | 13

1.1-Moda e cultura | 13

1.1.1-Conceitos de moda | 13

1.1.2-Conceitos de cultura | 15

1.1.3- As relações entre moda e cultura | 17

1.2-Assembleia de Deus, doutrina e restrições de indumentária |18

1.2.1-História da igreja Assembleia de Deus no Brasil | 18

1.2.2-Doutrina e restrições de indumentária | 19

1.3-Consumo de design de moda | 21

1.3.1-Funções de indumentária | 21

1.3.2- Consumo de moda | 24

1.3.3-O consumidor evangélico | 27

1.4-Moda vestuário e gênero |29

2-PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 34

2.1-Método de abordagem: Indutivo | 34

2.2-Método de procedimento: Etnográfico | 34

2.3-Método de procedimento: Monográfico | 35

2.4-Metodologia analítica | 35

3-ANÁLISE DE DADOS | 36

3.1-Perfil dos entrevistados | 36

3.2-Críticas ao mercado local | 38

3.3-Pudor e vaidade: opiniões sobre moda |40

3.4-Sexualidade e distinção de gênero | 42

3.5-Religião e consumo de moda | 45

CONCLUSÕES | 47

REFERÊNCIAS | 53

APENDICE | 57

## INTRODUÇÃO

A moda é uma maneira dos membros de uma sociedade expressar seus valores, ideologias, cultura, personalidade, religião entre outros. É considerada uma forma de distinção de grupos sociais, onde o vestuário se torna uma identidade marcante. Na esfera religiosa, as mulheres evangélicas da igreja assembleia de Deus exprimem significados através de suas vestimentas. Sendo identificadas assim pelo seu grupo ou por indivíduos de grupos distintos como sendo uma mulher evangélica.

Esta pesquisa tem como objetivo geral compreender como a doutrina da Igreja Assembleia de Deus influencia no vestuário e consumo de moda de suas adeptas. E como objetivos específicos analisar as necessidades de consumo de moda de adeptas da igreja assembleia de Deus, identificando a visão que elas possuem da moda; Identificar as restrições de indumentária que a doutrina da referida igreja impõe ou não a suas adeptas e contribuir para o design de moda com informações pertinentes ao público-alvo analisado.

A partir da observação foi visto que a mulher evangélica possui hábitos comportamentais diferenciados de mulheres não evangélicas: elas participam de ações comunitárias promovidas pela igreja, não frequentam shows que não sejam evangélicos, algumas participam de corais com apresentação em igrejas, ouvem apenas músicas gospel, muitas trabalham por conta própria e são donas de casa. Foi observado que na cidade de Caruaru-PE existe uma necessidade de melhorar os produtos que são oferecidos a mulheres evangélicas. O público evangélico cresce em números e no censo do (IBGE, 2000) foi constatado que 20% dos brasileiros seriam evangélicos, com estimativa de crescimento de 7,43% ao ano, o que resultaria em 50% da população em 2050. Fatos que justificam a realização desta pesquisa, visto que, a mulher evangélica tem um perfil diferenciado das demais e por isso é necessário que as empresas que trabalham neste ramo compreendam seu público-alvo e atendam suas necessidades de consumo com eficácia.

A cidade pesquisada pertence ao polo de confecção do agreste, juntamente com Toritama e Santa Cruz do Capibaribe e cidades circunvizinhas às quais possuem várias atividades pertencentes ao setor têxtil e uma delas é a confecção de roupas para diversos públicos e segmentos. Uma pesquisa realizada pela FADE/UFPE (2003) afirma que os segmentos mais confeccionados são: feminino, moda bebê, cama/mesa, infante-juvenil, jeans, masculino, moda jovem, moda íntima, moda praia, moda profissional, esportivas e outras.

Estudos realizados pela FADE/ UFPE (2003) apontam que as roupas provenientes deste polo são comercializadas em todo país e em alguns países da América latina como o Paraguai. Funcionam no arranjo produtivo local (APL), cerca de 12 mil empresas onde apenas 8% são formalizadas, e é gerado aproximadamente 76 mil empregos diretos e indiretos. Estima-se que cerca de 45 mil pessoas por semana frequentem as feiras realizadas nas três cidades do polo de confecção do agreste.

Sobre a capacitação dos funcionários, estima-se que cerca de 90,3% dos empregados de empresas informais não são capacitados e 62,6% das empresas formais também não estão capacitados, ou seja não possuem nenhum tipo de qualificação profissional nesta área de atuação. O constante crescimento do APL local se dá pelos seguintes fatores: baixo custo das mercadorias e grande variedade de produtos oferecidos na feira da sulanca. (FADE/UFPE, 2003).

Com relação à produção, estima-se que 46,3% das empresas produzem moda feminina e 22,6% produz moda infante/juvenil. A produção de jeans é predominante em Toritama, onde atinge 82,9% da produção total, e em Santa Cruz a confecção de moda íntima e moda praia é maior que a das outras cidades e compreende 29 % das empresas formais e 24,9% das empresa informais(modas íntima) e 16,8 % das empresas formais e 6,4% informais(modas praia) (FADE/UFPE, 2003).

Existem blogs, como: dicas da mulher “virtuosa”, onde as mulheres catalogam peças de moda usada por celebridades aprovando seu uso para evangélicas. Os blogs também mostram diferenças comportamentais entre a mulher evangélica e a não evangélica, indicando os locais que deve frequentar as músicas que deve ouvir,

entre outros costumes. O uso de segundas peles, por exemplo, é prática frequente entre essas mulheres visto que elas não podem mostrar certas partes de seu corpo. Assim, algumas delas aderem à moda sem deixar esse acessório de lado, o que pode ser incomodo.

Esta pesquisa justifica-se pela necessidade de analisar como as mulheres evangélicas consomem moda na cidade de caruaru-PE, uma vez que foram observadas as carências do mercado local. É necessário compreender este público, que possui características peculiares que os difere das demais, para que se possa atingi-los com eficiência. E por sua vez contribuir para o design de moda com informações pertinentes ao consumidor evangélico para que possam ser criadas roupas que estejam de acordo com as restrições de vestuário que são impostas pela igreja Assembleia de Deus.

# 1-FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

## 1.1-Moda e cultura

### 1.1.1-Conceitos de moda

Desde o surgimento das sociedades mais primitivas que o homem utiliza o vestir como mecanismo de expressar significados e diferenciar grupos sociais. Barnard (2003) define moda e indumentária, como formas de expressar e construir significados e se compreender as relações sociais entre as pessoas e ainda como um dispositivo necessário para a organização social e econômica. “[...] as formas mais expressivas da moda clamam na história atual por interpretações sociais.” (HOLLANDER, 1993:39).

O vestuário não é apenas para proteção e conforto, em um conceito primário é uma estrutura tridimensional, articulada em constante movimento, capaz de reagir diferentemente entre os semelhantes expostos aos mesmos estímulos, é como se fosse parte do corpo humano. (RESENDE, 2009:10).

Desde o principio que a humanidade utiliza a vestimenta como forma de distinguir os indivíduos entre grupos e expressar significados, ainda sem o conceito de moda que vem a surgir a partir da idade média. As roupas sempre foram vistas como parte integrante do corpo humano, onde é visto o conjunto. A partir disso toma-se possível fazer uma leitura sobre um indivíduo (ou o que ele quer transmitir aos demais) e identifica-lo na sociedade, sendo respondidas perguntas tais como: onde mora, qual profissão, religião, status social, e outras.

Barnard (2003) afirma que a moda é um meio de comunicação não verbal, pois não usa palavras escritas, mesmo quando estão cobertas por nomes de roupas de *griffes*. Formando assim um conjunto de significados, da mesma maneira que palavras formam frases. Para Resende (2009), o vestuário possui uma sintonia íntima com a cultura, pois o indivíduo constrói sua identidade por meio do vestuário, sendo possível captar através de suas roupas, várias informações a seu respeito como seus hábitos, personalidade, valores, religião, classe social e atividade profissional.

A moda é vista por Lipovetsky (1989) como um instrumento regulador onde as pessoas sentem-se no “dever” de adota-la para fazer parte de um determinado meio social. Alguns grupos sociais buscaram renegá-la como, por exemplo, os *punks*. Mas na tentativa de criar um movimento antimoda, geraram mais uma tendência de moda, que fez as verdadeiras raízes do movimento se perderem diante da absorção, pela sociedade, do estilo criado.

Para que o sistema de moda exista, necessita que se tenha formadores de opinião, líderes que ditem o que as pessoas devem seguir; e assim essas “regras” são absorvidas pela cultura. (MIRANDA, 2008). Na igreja pesquisa um grande líder de opinião é o pastor responsável pela a mesma, pois sua opinião é de extrema relevância para os fiéis.

Mesmo que o vestuário funcione há milênios como dispositivo de organização social, para Lipovetsky, (1989) o conceito de moda como um sistema só foi implantado dentro das sociedades a partir do final da idade média, onde a burguesia copiava a indumentária dos nobres, como maneira de se assemelhar a eles. Houve um período em que a moda não tinha atingido as classes subalternas, onde cada um usava as vestes que lhe eram próprias, respeitando-se assim a hierarquia das condições. As classes mais populares não podiam exibir os mesmos tecidos, acessórios e joias que eram usados por nobres, desta forma a indumentária continua exibindo seu significado, mesmo sem o conceito de moda.

Existem vários motivos que levam as pessoas a se vestirem, a proteção é vista como uma necessidade básica e um motivo primário e não um motivo principal. Estes motivos estão diretamente interligados ao que cada indivíduo quer exibir ao usar uma vestimenta, seja sua religião, profissão, nível social, a que grupo pertence entre outros. Após a queda do império greco-romano o cristianismo que enfatiza a alma e se opõe ao corpo, começa a influenciar na maneira das pessoas se vestirem. Surge assim o vestir ou cobrir o corpo por pudor, apontando partes do corpo que seriam vergonhosas ou indecentes para serem mostradas. (BARNARD, 2003).

As roupas exibem significados e assim os indivíduos comunicam aos demais, seu status social e sua individualidade. Algumas religiões tentam padronizar o

vestuário de seus fiéis e muitos deixam de expressar sua individualidade para seguir a doutrina de sua religião e não se excluir (por meio de suas vestes) de seu grupo. Mesmo com limitações quanto ao vestuário, alguns fiéis conseguem unir sua individualidade a sua religião. Como exemplo disso, Machado (2007) explica que, a religião muçumana impõe o uso da burca<sup>1</sup> e/ou do xador<sup>2</sup>, mas isso não impede que mulheres muçumanas comuniquem seu status através do consumo de marcas de moda. Roupas estas que são usadas por baixo das burcas, acompanhadas de joias de alto custo e outros adornos.

### 1.1.2-Conceitos de cultura

Barnard (2003) explica que a palavra “cultura” ao pé da letra vem do latim e significa cultivar, habitar. No seu significado primitivo por volta do século XV, refere-se ao cultivo, cuidado, colheita, cuidar na terra, dos animais e até mesmo com produzir e produção. A partir do século XVI é que a palavra “cultura” passou por uma transformação sendo relacionada ao “processo de desenvolvimento humano”. Outras definições da palavra cultura é a relação com a pessoa culta ou com o acervo de significados produzidos por nações ou períodos.

Gondim (1998) fala que cultura está relacionada com os hábitos cotidianos das pessoas, como comer, dormir, morrer, nascer e etc. Hábitos que podem diferir de acordo com o local ou grupo que o indivíduo está inserido. Desta maneira forma-se uma teia de significados que compões uma determinada cultura.

A indumentária assim deve ser estudada como parte da cultura:

[...] as roupas, por serem signos que carregam em si uma série de significados atrelados a beleza, a juventude, a feminilidade ou masculinidade, à riqueza e distinção social ou à marginalidade, à alegria ou tristeza etc., imprimem ao seu portador uma escolha diária de posicionamento no conjunto maior das teias de significados compostos como cultura.( SANT' ANNA, 2009:76)

---

1 A burca cobre a mulher da cabeça aos pés, comportando apenas uma pequena tela na altura dos olhos e do nariz para permitir que pelo menos ela não sufoque e saiba onde pisa. (MACHADO, 2007)

2 O xador é mais liberal: cobre o corpo todo, mas deixa parte do rosto a mostra, entre as sobrancelhas e a boca.(MACHADO, 2007)

Laraia, (2001) defende que cultura não pode ser definido apenas pelas diferenças biológicas, diversidades somatológicas, mesológicas ou geográficas. A diferença dos costumes de uma região, civilização ou grupo são evidentes, como o costume dos hindus de não comerem carne bovina, ou o hábito da nudez em praias europeias. O homem passa por um processo de aprendizado de como ele deve agir, se comportar, fornecido pela cultura local onde ele está inserido.

O homem é o resultado do meio cultural em que foi socializado. Ele é um herdeiro de um longo processo acumulativo, que reflete o conhecimento e a experiência adquirida pelas numerosas gerações que o antecederam. A manipulação adequada e criativa desse patrimônio cultural permite as inovações e as invenções. (LARAIA, 2001: 45).

Laraia (2001) relaciona a cultura com os seguintes pontos:

1. A cultura é mais que um fator genético, ela determina as ações do homem.
2. O homem não age apenas pelos seus instintos e sim pelos padrões culturais a qual foi moldado.
3. A cultura serve como meio de adaptação a ambientes ecologicamente diferentes.
4. Com relação ao ponto anterior o homem possui a capacidade de transformar todo seu habitat.
5. Adquirindo a cultura vigente, o homem depende muito mais de aprendizado de que de atitudes genéticas.
6. É o processo de aprendizagem de socialização que determina sua capacidade artística ou profissional.
7. A cultura resulta do conjunto de experiências das gerações anteriores.

A maioria dos indivíduos vive em grupos, e estes são divididos pelo compartilhamento de crenças, experiências e até mesmo o modo de se vestir. Assim

a moda e a indumentária não serve apenas para fazer referência a esses grupos, mas também denotar, ideologias, poder, sentimentos, humor e etc.

### **1.1.3- As Relações entre moda e Cultura**

Barnard (2003) diz que a moda, vestuário e adornos são formas práticas de se produzir significados na vida cotidiana, junto com as artes, filosofia, jornalismo e publicidade que fazem parte da cultura e assim de um sistema de significados. É desta maneira que a sociedade comunica ou reproduz algo a partir dos diversos grupos sociais, que se apossam dos trajes para expressar ou refletir suas posições. “Moda, roupa e indumentária são, pois, constitutivas daqueles grupos sociais, e das identidades dos indivíduos no interior daqueles grupos, e não meramente os refletem” (BARNARD, 2003:64).

Com relação a moda e cultura Miranda afirma: “Impossível ignorar a importância da influência da cultura na formação de grupos que envolvem o contexto e significados associados à comunicação do vestuário” (MIRANDA, 2008:18).

Moda e indumentária estão relacionadas com fatores culturais. Uma determinada cultura pode se apropriar de um símbolo comum a outras, gerando um significado para o mesmo, que para outra cultura não tenha o mesmo significado. Principalmente quando estão ligadas a questões religiosas onde cada uma possui sua identidade e sua doutrina. Para adeptas da igreja assembleia de Deus alguns adornos femininos como colares, brincos, pulseiras e maquiagem, são considerados símbolos do mundanismo e da vaidade. Que por sua vez remetem ao pecado e seriam artifícios usados por prostitutas para seduzirem os homens. Para outras mulheres que não pertencem a este grupo, o uso de tais adornos é visto como algo pertencente a feminilidade e não tem essa conotação tão prejudicial as mesmas nem a terceiros.

As diversas culturas apossam-se do vestuário e de adornos para se distinguir das demais, ou como forma de identificação dos membros pertencentes ao mesmo grupo. A partir do momento em que o indivíduo nasce ele passa por um

processo de aprendizagem, onde ele é moldado com as características necessárias para que ele faça parte do contexto social onde ele está inserido. A moda e o vestuário têm sido algumas das formas de produzir significados necessários para que aconteça essa inserção.

## **1.2-Assembleia De Deus, doutrina e restrições de indumentária.**

### **1.2.1-História da igreja assembleia de Deus no Brasil**

No século XIV quando ocorreu a reforma protestante de Martinho Lutero, foram criadas várias denominações religiosas, chamadas atualmente como evangélicos. Neste cenário surgiu o pentecostalismo que consiste na crença de revelações do espírito santo. Isto inclui o falar em línguas estranhas e o batismo imerso em águas. (SANTOS & BRAZ, 2009).

Stefano (2011) afirma que os pentecostais no Brasil se dividem em 3 grupos: As pentecostais históricas (Assembleia de Deus, Congregação cristã do Brasil), as pentecostais da segunda geração( Igreja quadrangular, Deus é amor e etc.) e as neopentecostais( onde a Universal do Reino de Deus é a mais conhecida). Os Neopentecostais são conhecidos por serem mais 'modernos' quanto aos costumes, pregam a prosperidade e são permissivos quanto ao uso da televisão.

A Assembleia de Deus chegou ao Brasil em 1910, em Belém, capital do estado Pará por intermédio de missionários suecos, Gunnar Vingren e Daniel Berg. Começaram a frequentar a igreja Batista, também pertencente aos EUA, trouxeram uma nova doutrina, a qual trouxe divergências com relação à doutrina tradicional como o batismo no Espírito<sup>3</sup> e o falar em línguas estranhas<sup>4</sup>. Alguns aceitaram outros não e os adeptos foram desligados em 18 de janeiro de 1911 junto com os missionários e formaram a missão Fé Apostólica que depois veio se chamar

---

3 Batismo no espírito: Segundo a passagem bíblica de (Mt 28.19) é uma das ordens que Cristo deixou, onde o corpo é imerso em águas e o novo convertido "aceita" a Deus.(COSTA,2011)

4 Falar em línguas: É a crença de que o espírito santo se manifesta em algum servo e o mesmo começa a falar em línguas que ele nunca aprendeu. (COSTA, 2011)

Assembleia de Deus por sugestão de Vingren. Assim, por volta de 1924, a igreja tinha se espalhado pelo país, sendo atualmente a igreja evangélica com maior número de adeptos de todas as igrejas pentecostais. (COSTA, 2011)

Em 1930 a igreja passou a ter como dirigentes pastores brasileiros, sem perder os laços com os suecos. Na década de 80 em decorrência do falecimento do primeiro pastor da assembleia no Brasil denominado por Gunnar e Vingren, Pastor Paulo Leivas Macalão; a igreja passou a ter outras conversões e ministérios. (COSTA, 2011)

### **1.2.2-Doutrina e restrições de indumentária**

Como doutrina os assembleianos fazem o batismo com a imersão de todo o corpo em água, a partir dos 12 anos. São contra o aborto e o divórcio, salvo por traição. (COSTA, 2011)

Doutrina é o ensinamento bíblico de forma sistemática. Costume, no nosso caso eclesial, trata-se do comportamento do crente, da sua postura diante do mundo. A doutrina, por ser bíblica, não pode sofrer adaptações, conforme as circunstâncias da época. Na Palavra de Deus não se pode mexer. Nos costumes sim. (COSTA, 2011)

Algumas assembleias têm experimentado mudanças comportamentais em relação às restrições no comportamento das mulheres, permitindo o corte de cabelo e a maquiagem, os quais eram considerados vaidade e, portanto pecado. A assembleia de Deus do ministério Belém é conhecida por ser a mais rígida com relação aos costumes. E a assembleia ministério de Madureira prega as mesmas normas, mas não exige e sim espera que seus fiéis façam as escolhas 'certas' com relação ao uso de roupas e outros costumes. Mas o pecado adquirido pelo uso de roupas inadequadas sempre é ostentado, o que faz o fiel usar apenas as roupas que são de agrado da religião.

A Assembleia do ministério Belém é chamada assim por ter sido o local de origem das assembleias no Brasil, no estado do Pará. O ministério de Madureira surgiu por meados da década de 80, por motivos administrativos que divergiam das

assembleias do ministério Belém. Recebeu esse nome, Madureira, por conta do seu surgimento num bairro localizado no Rio de Janeiro.

O uso de calças e blusas sem manga é proibido pela igreja e segundo Resende (2009), justifica-se na citação bíblica: “Respeitar a ordem da natureza: A mulher não deverá usar artigo masculino, nem o homem se vestirá com roupa de mulher, pois quem assim age é abominável para javé seu Deus.” (Deuteronômio, Cap. 22; Vers. 5) Geralmente o vestuário da mulher assembleiana é composto de saias abaixo do joelho, blusas de manga, vestidos longos e com mangas. Como roupas de banho o uso do maiô é permitido, apenas para este fim. Modelos com transparências e que evidenciem o corpo estão descartados para uso. Vestir-se com pudor e respeito, sem extravagância também faz parte da doutrina adotada pela Assembleia de Deus. “Quanto às mulheres, que elas tenham roupas decentes e se enfeitem com pudor e modéstia.” (1º Timóteo cap. 2, vers. 9 e 10)

Gondin (1998), explica que há controvérsias com relação aos ensinamentos bíblicos que “determinam” como a mulher cristã deve se vestir. A vaidade é considerada pela Assembleia de Deus como algo que pertence ao “mal” e por este motivo não deve ser algo presente na vida de uma mulher assembleiana. O trecho abaixo retirado da Bíblia, exhibe características notáveis de vaidade e por sua vez não é citada como pecado.

Dentre os filhos de Israel, escolha seu irmão Aarão e os filhos dele: Nabab, Abiú, Eleazar e Itamar, para que sejam meus sacerdotes. Mandei fazer para seu irmão Aarão vestes sagradas, bem ricas e enfeitadas. Diga a todas as pessoas hábeis, a quem eu concedi espírito e sabedoria, que façam vestes para Aarão, a fim de consagrá-lo como meu sacerdote. São estas vestes que farão: um peitoral, um efod, um manto, uma túnica bordada, um turbante e um cinto. Farão vestes sagradas para seu irmão Aarão e para filhos dele, a fim de que sejam meus sacerdotes. Empregarão ouro e púrpura violeta, vermelha, escarlate, e linho fino. (Êxodo, Cap 28 vers. 1-5).

Gondim (1998) relata que em um seminário teológico realizado nas Filipinas com diversos pastores, um determinado pastor chamou-lhe atenção, pois trajava uma saia amarrada na cintura com um cipó. Quando procurou saber de quem se tratava, descobriu que era o presidente da denominação no Fiji. Este fato causou espanto entre os demais que o acompanhavam, pois era algo que eles não estavam

acostumados a ver em seu meio de convivência. E de acordo com suas vivências as vestes adequadas para um pastor seriam outras: terno, calças e camisa com gravata.

Apesar dos fiéis acreditarem que o vestuário está ligado a uma determinação divina, compreendemos que ele está ligado a cultura, que determina inclusive as formas de religiosidade. A cultura se apropria do vestuário e da moda para exprimir significados na sociedade que dizem respeito ao modo de vida dos indivíduos de um determinado local, religião ou grupo social.

### **1.3-O consumo de design de moda**

#### **1.3.1-Funções de indumentária**

Miranda (2008) defende que o comportamento do consumidor pode ser observado pela sua necessidade de expressar significados para a sociedade e interagir com grupos sociais, esses significados expressos exibem pontos de vista culturais.

“O consumo é a integração ao sistema de interpretação do mundo. É o seríceo<sup>5</sup> que compõe as teias de significados nas quais todo sujeito moderno está sustentado” (SANT’ANNA, 2009:61)

Outras teorias consideradas por Flugel (1966), como as mais utilizadas para explicar os motivos que levam as pessoas a se vestirem. O vestir por pudor é justificado pela teoria bíblica de Adão e Eva, por conta da vergonha, cobriram as partes do corpo com folhas.

Em Gênesis cap. 3 ves. 1 a 24, é relatado o motivo que levou Adão e Eva a se vestirem, por terem comido o fruto da árvore proibida, o qual fez eles perceberem que estavam nus e sentirem a necessidade de se cobrirem.

Para Gondim, (1998) questões relacionadas ao pudor também são culturais, visto que em sociedades indígenas as vestes femininas são apenas colares

---

<sup>5</sup> Termo aplicado ao elemento que compõe as teias de aranha. (SANT’ANNA, 2009)

amarrados a cintura. Vestes estas que seriam consideradas escandalosas para a cultura ocidental. Tal nudez foi compreendida pelos portugueses (quando chegaram ao Brasil) como algo inferior aos seus costumes europeus.

Existe o outro lado da moeda, o vestir por impudor também é citado por Flugel, (1966) como uma forma de chamar atenção para determinada parte do corpo, como os órgãos sexuais. Algumas roupas possuem um apelo sexual, tentando mostrar com mais evidência determinada parte do corpo, como nádegas e seios. Esta função da indumentária é considerada inexistente dentro da igreja assembleia de Deus, pois é algo visto como pecaminoso e imoral. Esta função muitas vezes é confundida como sendo a única e absoluta da moda, sendo considerado um meio de intensificar o impudor, algo que não é apreciado pela mulher evangélica.

O uso da roupa como proteção é o motivo mais utilitário e um dos primeiros motivos que levaram o homem a se cobrir, para se proteger de aspectos climáticos, como calor, frio e etc. E até por proteções psicológicas, como é visto em algumas culturas que uma roupa de cor branca traz sorte e a de cor preta traz azar. O vestir para adornar-se por funções estéticas, mostrar status e identidade é uma questão universal. Os adornos podem ser permanentes como as tatuagens, e temporários, como o uso de maquiagem, roupas, penteados. O vestuário como forma de comunicação é um dispositivo social que exprimi significados, para quem observa e quem é observado. Podendo comunicar para as pessoas o que somos, quem somos ou até mesmo o que parecemos ser (MIRANDA, 2008).

Adquirir uma roupa para expressar a individualidade é atualmente a forma que as pessoas buscam com maior frequência para comunicar algo dentro da sociedade. Diante das possibilidades que o mundo da moda oferece para combinar cores, peças, tecidos e etc. podendo adaptar as roupas a gosto pessoais. Exprimindo desta maneira a individualidade, estilo de vida ou diferenciação através de roupas exóticas. (MIRANDA, 2008)

Barnard (2003) afirma que a forma como o indivíduo se veste é a maneira que ele tem de expressar sua singularidade, isso causa prazer, a partir do momento em que ele se sente diferente do resto do mundo.

A importância social-econômica e definição do papel do indivíduo dentro da sociedade também são expressos através do vestuário. As vestimentas ostentam para a sociedade o status econômico e social, mostrando o que aquele indivíduo possui, o que ele pode comprar e a classe social a que pertence. (MIRANDA, 2008).

O status pode resultar, ou ser adquirido aos poucos, da família, do sexo, do gênero, da idade, da raça, por exemplo. Pode ser fixo ou mutável. No primeiro caso é conhecido como status “atribuído”, no segundo, como “alcançado”. (BARNARD, 2003:94).

Neste caso uma pessoa pode transitar de um status econômico baixo para um status econômico alto. Ou seja, o poder aquisitivo de um indivíduo é identificável através de sua indumentária.

As vestimentas também expressam para a sociedade a que religião o indivíduo pertence e inclusive sua função dentro da sua congregação (pastor, cantor do coral, padre, sacerdote, administrador etc...)

A religião também é expressa através das vestimentas, com uso de amuletos, cores, roupas que exprimem para sociedade estes significados mágico-religiosos. Podem ainda significar posição e status dentro de um determinado grupo religioso. (MIRANDA, 2008).

Podemos identificar objetos de uso que são tipicamente associados a uma religião. Como o uso de colares com cruzes ou imagens de santos que estão associadas ao catolicismo. O uso de roupas sociais como paletó e gravata que estão associadas a pastores evangélicos ou aos próprios membros, que não são apenas utilizadas em cultos, mas em qualquer outra atividade, inclusive de lazer.

Atualmente o lazer é considerado uma atividade de quem possui tempo e dinheiro para praticá-la, portanto as roupas utilizadas para a execução desta tarefa podem ser um indicador de classe social. Miranda explica este fenômeno da seguinte maneira:

“Nas horas de lazer, os membros das classes mais altas almejam usar algo menos formal, diferente da roupa relativamente elegante que estão habituadas a usar o dia todo. Já os membros das classes mais baixas desejam uma aparência mais exuberante e elegante do que costumam usar

durante o dia, quando, em sua grande maioria, realizam trabalhos manuais ou usam uniformes". (MIRANDA, 2008:59)

O exagero nos adornos para exibir status era algo mais presente nos séculos passados. Por exemplo, no século XIX as esposas e filhas, com vestimentas bastante adornadas, com formas e tecidos nobres eram símbolo de riqueza e fartura que o marido ostentava para a sociedade como fruto do seu status social. (BRAGA, 2007)

O vestuário possui diversas funções e para a mulher evangélica funciona como forma de expressar sua identidade e se distinguir das demais que não pertencem a seu grupo religioso.

### **1.3.2-Consumo de moda**

Atualmente a moda é considerada como expressão de valores individuais e de grupos sociais e supre as necessidades de integração social entre os indivíduos. A necessidade de se integrar e ser aceito em um grupo, faz com que as pessoas consumam a moda da maneira que elas gostariam de ser vistas por estes grupos. As mídias e os meios de comunicação são os maiores formadores de opinião, que induzem ao consumo de moda. Tornando assim o ciclo de vida útil de um produto de moda mais curto, visto que os produtos deixam de ser moda em uma velocidade muito grande.

Segundo Cobra (2007) os produtos de moda, como qualquer produto, possuem estágios do seu ciclo de vida como: introdução, crescimento, maturidade e declínio. Fases que ocorrem de maneira cíclica e rápida, pois existe uma variedade de produtos similares onde o investimento em design torna-se ferramenta fundamental para estimular o consumo.

<b>Estágio</b>	<b>Tipo de consumidor</b>
1-Introdução	Inovadores
2-Crescimento	Seguidores rápidos
3-Desenvolvimento	Primeira maioria
4-Maturidade	Maioria seguidoras
5-Declínio	Lentos

Fonte: Cobra (2007)

Durante o estágio 1 o produto muitas vezes nem foi lançado no mercado e o número de pioneiros é quase inexistente, é nesta etapa que são feitos os devidos investimentos e são traçadas as estratégias de marketing, como propagandas e o uso desses produtos por celebridades. No estágio 2 os produtos são lançados na mídia, e a concorrência é pouca, pois surgiu uma novidade. Para estes consumidores os preços altos pouco importam. No estágio 3 é a fase em que o produto está sendo bastante consumido e encontra-se de fato no seu auge e existe uma grande concorrência de produtos similares. Na fase 4 o produto não conquista novos clientes e torna-se saturado por aqueles que consumiam o produto desde a fase 2. É nesta fase que a empresa deve lançar um novo produto, pois na fase 5 o produto se encontrará em declínio. Nesta fase os esforços de marketing são todos voltados para os novos produtos.

“A moda é, sobretudo um negócio que acompanha as tendências da economia, dos estilos de vida das pessoas, seus comportamentos e principalmente seus desejos”. (COBRA, 2007: 25)

Um estilo é adotado por um determinado grupo tornado a moda um fenômeno de difusão social, sendo uma linguagem que é codificada pelos outros indivíduos. Dissociando ou filiando um indivíduo a um determinado grupo. É como se a moda fosse a carteira de identidade de uma pessoa ou grupo, modificando-se de acordo com as alterações da estrutura da sociedade.

Dados comprovam que a participação da mulher na economia e o crescimento de sua renda aproximadamente 3,2% ao ano, influenciaram o consumo de moda feminina que corresponde a 41% da produção total, seguidas da moda

masculina que corresponde a 35% do mercado. A moda infantil tem participação de 18%, a moda bebê 5% (GRAVE 2008). Miranda (2008) afirma que a percepção pública relativas ao vestuário feminino é muito mais forte.

A moda é hoje um dos temas mais fascinantes porque, por meio dela, podemos analisar inúmeros aspectos de uma cultura. Não é só um mercado, não é só a questão do consumo que interessa. A moda deixou de ser vista com uma bobagem das mulheres fúteis para ser reconhecida como fenômeno social. (COBRA, 2007:16)

Segundo Cobra (2007), o marketing de moda trafega pela mente dos indivíduos a procura de uma necessidade e desejos explícitos com a finalidade de desenvolver produtos para o público-alvo. Deve-se conhecer o cliente pelo nome, personalizar o atendimento e propor eventos de relacionamento. Devem ser levadas em consideração as características locais como: clima, estilo de vida da maioria dos habitantes, que locais frequentam, onde se localiza a igreja frequentada pelas adeptas e etc.

Atualmente a moda Brasileira adquiriu características locais, algo que há séculos passados não era levado em consideração. Pois a mesma roupa que era usada no frio da Europa, era utilizada no calor intenso do Brasil. A França é um dos maiores formadores de opinião com relação à moda. Alguns dos maiores eventos de moda acontecem em Paris. Até meados do século XIX o que era produzido lá, era considerado 'moda absoluta' e era trazido para países tropicais sem levar em consideração as características climáticas. Estes fatores devem ser analisados no momento em que se concebe uma coleção e se segmenta um mercado.

Para Cobra (2007), não é fácil realizar uma segmentação de mercado. A análise precisa contemplar seguintes itens:

1-Ser mensurável- Saber se o tamanho do segmento é suficiente para se realizar um trabalho de *marketing* para atingi-lo.

2-Ter um substancial potencial de mercado- É necessário que o público-alvo esteja disposto a pagar um pouco mais.

3-Ser de fácil acesso- O segmento precisa estar ao alcance dos meios e comunicação, para que se possam vincular os produtos de moda.

4-Possuir uma razoável diferenciação- O segmento precisa ter diferenças dos demais, se não acaba sendo engolido pelo outro.

5-Permitir ação estratégica- Não adianta o segmento ser grande, sem que haja possibilidade de se inserir estratégias de *marketing*.

### **1.3.3-O consumidor evangélico**

O consumidor evangélico está crescendo em números e existem *griffes* exclusivas que se preocupam em atender este público, como a “Lar Evangélico”, que produz desde cestas básicas até brinquedos. Atualmente o número de produtos no mercado ainda é pequeno, mas existem várias empresas de olho no segmento. (O NOVO, 2006). No caso das mulheres evangélicas é preciso ficar atento as suas restrições e o que a igreja pensa a respeito da moda, para não parecer uma ofensa aos costumes e a cultura.

Não se pode mais ignorar a existência deste mercado poderoso que envolve editoras, gravadoras, shoppings evangélicos e, até mesmo, cartões de crédito Gospel. Como qualquer outra, a indústria religiosa é regida pelas leis do mercado e objetiva também a ampliação do consumo. (SANTOS & BRAZ, 2009:10)

“Evangélicos formam um contingente de 27 milhões de consumidores dispostos a gastar com artigos relacionados à sua religião. Quem conhece o mercado diz que vale a pena investir” (SOUZA, 2009)

Souza (2009) afirma que são poucos os empreendedores que apostam atuar no ramo de produtos evangélicos. Existem espaços que ainda não foram explorados como as áreas de cosméticos, artigos para decoração, inclusive produtos de vestuário. A maioria do público é simples e de baixa renda, se o empreendedor não for adepto da religião pode parecer que esteja querendo se aproveitar, mas não

significa dizer que os não evangélicos não podem explorar este mercado. É importante que saiba utilizar a linguagem correta e conhecer bem o público.

Em contrapartida ao perfil apresentado por Souza (2009), Edward (2008) afirma que o consumidor evangélico não é necessariamente pobre e/ou com baixo nível de escolaridade. Pois existem jogadores de futebol, atrizes, mulheres ex-capas de revistas masculinas, *socialites* e etc; que também aderiram a religiões evangélicas e expõe este fato abertamente na mídia, sendo também um meio influenciador do consumo de produtos evangélicos e de adesão à religião.

Somando tudo – de CDs a bares e instituições de ensino –, o mercado impulsionado pelos protestantes movimenta 3 bilhões de reais por ano e gera pelo menos 2 milhões de empregos. Na área da mídia eletrônica, há um verdadeiro império evangélico país afora. Existem mais de 300 emissoras de rádio evangélicas no Brasil, centenas de sites e pastores dando plantão on-line, na internet. Uma grande máquina televisiva cumpre também uma extraordinária missão arrecadadora. (EDWARD, 2008)

Para Sant’Anna (2009) na cultura de consumo os indivíduos não são simplesmente consumidores, mas também suas identidades são transmitidas pelo o que é consumido.

Resende (2009) afirma que a vestimenta é usada para indicar a religião, e quando as mulheres aderem a religiões evangélicas como a Assembleia de Deus a sociedade nota a diferença na nova maneira de se vestir da nova adepta. A roupa é o primeiro instrumento de percepção do ingresso da mulher a religião estando sempre relacionada à doutrina e a teorias bíblicas. Através das entrevistas ficará exposto de que forma ocorre o consumo de moda por mulheres adeptas da igreja Assembleia de Deus.

Estudos realizados por Gondin (1998) apontam que é um desafio para religiões evangélicas consumirem moda, pois existe o receio de se “cair no mundanismo”. É necessário saber discernir o que é pecado e o que é fruto do desejo de se socializar com outras pessoas que não fazem parte do mesmo grupo social.

Durante a realização das entrevistas foi possível identificar um receio de se discutir moda com mulheres evangélicas pertencentes a Assembleia de Deus. Visto

que quando o referido assunto foi citado como alvo da entrevista, a pesquisa foi inviabilizada por alguns ministérios. Na igreja que ocorreu a pesquisa, as respostas obtidas para perguntas que se referiam diretamente a moda, eram ignoradas ou respondidas de maneira parcial. Para maioria do público pesquisado, moda significa expor alguma parte do corpo, se tornando uma mulher sem modéstia e vulgar.

É preciso destacar que a modéstia não é universal, não tem o mesmo significado em todas as culturas. Uma parte coberta numa cultura pode perfeitamente ser exposta em outra sem culpa. A definição de modéstia muda de tempos em tempos em cada cultura. (MIRANDA, 2008:55)

#### **1.4- Moda, vestuário e Gênero**

Como distinção básica entre o homem e a mulher estão uma coleção de diferenças biológicas, como o aparelho reprodutor e determinadas partes corporais. A mulher é vista em nossa cultura como a mais “passiva” e o homem mais “competitivo”. Algumas tarefas são culturalmente atribuídas à mulher ocidental, como cozinhar com o intuito de alimentar a família. A mesma tarefa é atribuída ao homem oriental. O uso do *kilt* por exemplo, é cultural, pois este tipo de roupa é visto como uma saia pela cultura ocidental a qual atribuí seu uso à mulher. (BARNARD, 2003)

Kilt é uma vestimenta utilizada pelos escoceses (homens) há milhares de anos. [...] a origem do kilt não é muito clara, mas que bem provavelmente ele começou a ser utilizado para facilitar a locomoção pelos planaltos escoceses (montanhosos, úmidos e cheios de riachos), já que de calças seria mais difícil percorrer esses trajetos, e também servia como cobertor – já que na época eles não começavam na cintura, mas no peito! (NATASHA, 2010)

Em 2008 o grupo Francês *hommes en jupe* lutou para resgatar uma tradição antiga em alguns países Europeus, que é o uso da saia por homens. O objetivo é introduzir a saia no guarda roupa masculino, como uma peça comum, da mesma maneira que as mulheres conseguiram ao longo do tempo utilizar as calças. Eles alegaram que a saia é mais confortável e que a moda masculina é pobre e sem inovações. Salientam ainda que o uso desta peça não tenha conotação sexual, folclórica ou exibicionista. (FERNANDES, 2008)

Não é curioso nos dias de hoje, o homem não ter a liberdade de vestir o que quiser e ser julgado por isso? É o machismo se virando contra os próprios homens. Acho que as mulheres estão acostumadas a serem julgadas pelas vestimentas. As mulheres durante os dois últimos séculos se tornaram mais agressivas usando peças do guarda roupa masculino (calças e camisas) em busca de um estilo que as desse poder. E os homens mantiveram-se conservadores e imutáveis em suas vestimentas por estes dois séculos, o que explica a 'pobreza' na variedade de roupas masculinas atualmente. (HOMENS, 2010)

A princípio disto, na Grécia e na Roma, as roupas femininas e masculinas se assemelhavam, eram túnicas feitas de algodão, lã ou sedas e se diferenciavam apenas pelo corpete que as mulheres usavam por cima da túnica. Houve um período em que a despeito das leis suntuárias<sup>6</sup>, o luxo das roupas femininas era restringido. (LAVER, 2008).

Barnard (2003) comenta que ao distinguir e especificar classes sociais pelo vestuário as leis suntuárias tinham como objetivo mostrar inferioridade da classe mais baixa tornando sua exploração algo natural. Tais leis surgiram durante a idade média, quando a classe mais alta se sentiu usurpada por algumas pessoas de baixo poder aquisitivo começaram a adquirir bens e se vestir igual à nobreza.

Houve também algumas mudanças na moda masculina, uma vez que enfeites só eram atribuídos às mulheres. Atualmente o consumo de moda por este público também está crescendo.

O processo de emancipação feminina, construído ao longo do século XX, a invasão do território masculino de moda, principalmente nos anos 1980,

---

<sup>6</sup> As leis suntuárias surgiram na idade média por volta do século XIII e se estenderam até o século XVIII, tinha como objetivo distinguir os indivíduos em classes sociais ou aproximar os pertencentes a mesma classe através do vestuário.(MACEDO, 2003) . Segundo Abadia (1983, apud MACEDO, 2003, p.4) as leis suntuárias produzidas na Espanha continham as seguintes discriminações de vestuário:1) o luxo estamental (determinação de certas vestimentas exclusivas da aristocracia); 2) o privilégio familiar; 3) o uniforme profissional (vestimentas próprias de alguns segmentos da sociedade, como os clérigos, os militares, os magistrados); 4) o distintivo infamante(destinado a marcar a separação de minorias étnico-religiosas, minorias sexuais, doentes e marginais).

talvez tenha ajudado o homem a perceber o visual *unissex* se transformou em aspectos de androginia e possibilitou que ele se apropriasse de ícones de moda e comportamentos estabelecidos como tipicamente femininos. (BRAGA, 2007:43)

Em 1925 as saias curtas geraram uma revolução nas grandes cidades, onde o arcebispo de Nápolis chegou a anunciar que um terremoto ocorrido na época teria ocorrido por ira divina contra as saias que chegavam aos joelhos. Em Utah nos EUA, houve até um projeto que definia uma multa para quem ousasse usar saias com menos de 8 cm acima dos tornozelos. Mesmo assim as mulheres não se intimidaram, e assim surgiu o estilo andrógono onde as mulheres buscavam se assemelhar a rapazes, com cortes de cabelos curtos e formas onde não se evidenciava a cintura. Na década de 30 com o surgimento do ciclismo as mulheres adotaram saias mais curtas e algumas o uso de shorts que gerou uma oposição dos clubes ingleses. (LAVÉ, 2008)

O uso de calças por mulheres iniciou-se na metade do século XIX, por Amélia Bloomer, proprietária de um jornal reformista o *The Lily*. Ela lançou os *bloomers*, uma espécie de calças que vinha até o joelho com saias turcas e permitia a mulher realizar mais atividades. (BARNARD, 2003)

Somente nos anos 60 é que as calças se tornaram universais e as saias ficaram em tamanho mini, sendo umas das exposições femininas mais interessantes. (HOLLANDER, 2003)

Na década de 60 as mulheres adotaram jaquetas estilo aviador e os homens usavam calças listradas e coloridas usadas geralmente por mulheres. Nos anos 80 as roupas de trabalho femininas se assemelhavam aos paletós, suspensórios e jaquetas masculinas, usadas para se sentirem no mesmo 'nível' dos homens. Principalmente com a intensificação do uso de roupas unissex, criado por Chanel na década de 50 (LAVÉ, 2008).

Barnard (2003) explica que características femininas e masculinas também são atribuídas pela cultura. Um exemplo disso é a responsabilidade de preparar alimento para a família e realização de outras atividades domésticas serem

atividades atribuídas pela cultura ocidental, à mulher. Enquanto outras culturas essa atividade é atribuída ao homem.

Na doutrina da igreja Assembleia de Deus o trajar de calças é algo que está apenas ligado ao vestuário masculino, sendo impossibilitado o uso por mulheres. É uma maneira de o vestuário reproduzir a diferenciação dos sexos e gêneros.

É fácil identificar uma mulher que seja adepta de uma religião evangélica. Seja pertencente a assembleia de Deus ou a outras pentecostais que tenham como vestuário as saias longas, blusas compostas (sem decotes ou transparências), cabelos longos e a ausência de adornos. Para Costa (2011), a palavra de Deus não acompanha moda, o que deve ser modificado é os costumes.

Assim enquanto se pode mudar o que uma cultura considera como traje masculino ou feminino, as distinções de sexo e gênero podem ser feitas por meio do usar ou não uma roupa específica, uma cor, uma textura, um tamanho ou estilo determinado de vestimenta. (BARNARD, 2003:169)

Na igreja evangélica pesquisada a busca pela diferenciação de gêneros é algo obrigatório. Justificado por vários trechos bíblicos, homens e mulheres vestem-se de maneira diferenciada, onde não devem ousar usar trajes e acessórios que sejam considerados pela cultura como sendo típico do sexo oposto. Como por exemplo, as mulheres não podem usar calças e homens não podem usar saias. Com relação a outro aspecto, as mulheres não devem cortar os cabelos e homens não podem deixá-lo crescer. O pastor da igreja pesquisada diz que esses limites são impostos, pois as características masculinas e femininas devem ser preservadas. Ele afirma que: “Homem deve se vestir e se comportar como tal e mulheres devem se vestir e se comportar como mulheres”.

Essa diferenciação entre os gêneros não ocorre apenas na igreja Assembleia de Deus, outras sociedades e/ou grupos possuem essa diferenciação de gênero através do vestuário, como foi citado anteriormente. Este fato ocorre também em outras áreas, como nas tarefas e papéis dentro da sociedade. O uso de calças por mulheres e o exercícios de atividades de eram consideradas masculinas é algo novo para alguns e muitas vezes inaceitável para parte da sociedade.

Apesar da aquisição de calças por mulheres ser algo que ocorre a um bom tempo, a moda evangélica se remete a moda do passado em que as mulheres só podiam usar saias longas e o pudor era algo primordial. E os homens sempre vestidos com ternos, gravatas e camisas de manga longa. Há uma necessidade de retomar alguns padrões anteriores e unir com as tendências atuais para construir coleções para a moda evangélica. Pois a mesma não acompanhou as mudanças comportamentais e de indumentária presenciada pela maioria da sociedade.

## 2-PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS

Este capítulo objetiva mostrar os procedimentos metodológicos utilizados na execução desta pesquisa. Serão expostos os métodos de procedimento, abordagem e analítico. Para iniciar a pesquisa científica e se obter os resultados será utilizado como método de abordagem o indutivo e como métodos de procedimento o etnográfico e monográfico. No caso desta pesquisa houve uma junção de dados recolhidos por questionários com inferências obtidas através da observação do grupo pesquisado.

### 2.1-Método de abordagem: Indutivo

Para Marcone & Lakatos (2010) a indução é um processo mental que se fundamenta em premissas. Por possuir um conteúdo muito amplo a conclusão da pesquisa será uma probabilidade de ser uma verdade universal, através dos indícios apresentados.

Segundo Marcone & Lakatos (2010) existem três elementos ou fases fundamentais para a indução. São eles: Observação dos fenômenos, descoberta da relação entre eles e generalização da relação. O fenômeno é generalizado a cerca de indícios dos acontecimentos.

A pesquisa foi realizada a partir de dados particulares, constatados por meio de questionários e observação. Na perspectiva que existe uma regularidade e verdade que as restrições na vestimenta impostas pela igreja Assembleia de Deus interfiram no consumo de moda de suas adeptas.

### 2.2-Método de procedimento: Etnográfico

Segundo Marcone & Lakatos (2010) o método etnográfico compreende uma análise descritiva das sociedades humanas, diz respeito a aspectos culturais. “A observação é a técnica chave dessa metodologia.” (MARCONE & LAKATOS, 2010: 95)

Foi realizado um levantamento de dados com o grupo que possui uma característica cultural comum, são adeptas da igreja Assembleia de Deus.

“A investigação se inicia com uma idéia global ou temática do trabalho. Não exige especificidade, mas precisa compreender o sistema de significados próprio do pesquisador.” (MARCONE & LAKATOS, 2010: 95)

### 2.3-Método de procedimento: Monográfico

Para Marconi & Lakatos (2010) o método monográfico consiste em examinar aspectos particulares de um grupo, evitando dissociação de elementos. Será realizado um estudo sobre essas características, observando os aspectos relacionados a vestuário, consumo de moda e ambientes que o grupo frequenta.

A vantagem do método consiste em respeitar a ‘totalidade solidária’ dos grupos, ao estudar em primeiro lugar, a vida do grupo na sua unidade concreta, evitando, portanto, a prematura dissociação de seus elementos. (MARCONE & LAKATOS, 2010: 90)

### 2.4-Metodologia analítica

A metodologia utilizada para pesquisa qualitativa será a de Lima, 2008, onde se propõe Pesquisa Bibliográfica, documental e de campo.

Aspectos relevantes:

1. Realização de fichamentos
2. Entrevistas como meio de coleta de dados.
3. Tratamento dos materiais coletados
4. Critérios para seleção de material bibliográfico e documental

O questionário será de opinião, pois objetiva conhecer valores, visões, impressões e experiência do entrevistado. (LIMA, 2008).

As entrevistas serão não dirigidas, pela liberdade que proporciona ao entrevistado de transmitir suas convicções, expressar suas opiniões, seus sentimentos, impressões, sem interferência do entrevistador, mas exigirá um roteiro para que se cumpram os objetivos e se mantenha o foco da pesquisa. A observação será a não participante.

### **3-ANÁLISE DOS DADOS**

Através da metodologia proposta, foram coletados os dados com o objetivo de compreender como a igreja Assembleia de Deus influencia no vestuário e consumo de moda de suas adeptas.

Para a aplicação do questionário com oito perguntas, foi escolhida a igreja Assembleia de Deus, ministério de Madureira, localizada no bairro Agamenon Magalhães na cidade de Caruaru-PE. Com o auxílio de uma adepta da religião, houve a autorização necessária do Pastor da referida igreja, visto que a realização das entrevistas tinha sido negada por outra instituição. E sem esta permissão as adeptas não poderiam responder o questionário.

#### **3.1-Perfil dos entrevistados**

A população entrevistada compreende 13 pessoas, onde é composto de 12 mulheres pertencentes a denominação pesquisada e 1 pastor que dirige a mesma igreja. Todos os entrevistados residem no bairro Agamenon Magalhães, bairro de perfil popular, onde também se localiza a igreja pesquisada do ministério de Madureira.

A maioria dos entrevistados trabalham por conta própria ou em estabelecimentos informais, principalmente as mulheres que possuem a profissão de

costureira. Apenas a vendedora trabalha em uma empresa fixa de carteira assinada. Deste modo é possível identificar que a renda de cada um dos entrevistados não ultrapassa os quatro salários mínimos. Geralmente os entrevistados dedicam o período diurno as suas atividades profissionais e pessoais e o período noturno as atividades da igreja e os domingos pela manhã e/ou à noite. Os temas abordados para analisar os dados foram baseados nos assuntos que foram considerados como mais marcantes durante as entrevistas, ou seja: Opiniões sobre o mercado local, que teve como objetivo compreender a relação do mercado com o público-alvo.

Pudor e vaidade e opiniões sobre moda, tópico que procurou identificar as opiniões sobre moda e como é a visão da mulher evangélica sobre vaidade e as relações com a moda e pudor; Sexualidade e distinção de gênero, onde buscou-se entender as relações do vestuário com a sexualidade e como forma de distinção de gêneros, fato que foi observado, por exemplo, pela exclusão da calça do guarda roupa feminino; Religião e consumo de moda, onde foi observado as restrições impostas pela doutrina da igreja e como a mulher evangélica consome moda dentro dessas restrições se adequando as carências do mercado local.

#### **Informações básicas sobre os entrevistados:**

<b>Entrevistadas</b>	<b>Idade</b>	<b>Ocupação</b>
<b>E1</b>	58	Costureira/ maestrina da igreja
<b>E2</b>	45	Costureira
<b>E3</b>	57	Costureira
<b>E4</b>	35	Dona de casa
<b>E5</b>	35	Dona de casa
<b>E6</b>	44	Costureira
<b>E7</b>	38	Vendedora
<b>E8</b>	59	Costureira
<b>E9</b>	32	Babá/ dona de casa
<b>E10</b>	50	Dona de casa
<b>E11</b>	43	Boleira
<b>E12</b>	15	Estudante

### 3.2-Críticas ao mercado local

Para todas as mulheres entrevistadas o mercado local não oferece produtos de moda e/ ou vestuário, atrativos e que sejam considerados adequados para uso de mulheres evangélicas. E os produtos que estão direcionados para a moda evangélica não as satisfazem completamente. Dados que foram constatados com os seguintes depoimentos: “É muito difícil encontrar uma roupa do meu agrado, as roupas que tem no comércio são roupas para o escândalo, não servem nem pro meu corpo nem pra igreja.” (Entrevistada 3) . “... mês passado eu fui comprar roupas no polo caruaru e encontrei apenas uma loja de roupas para mulheres evangélicas. Eu gostaria que tivesse mais opção de escolha, mais lojas. Porque atualmente eu só encontro blusinha curta, de alça e decotada.” (Entrevistada 5).

A maioria das roupas produzidas na cidade de caruaru está voltada para o público em geral e as entrevistadas as consideram como sendo indecentes, as quais não seriam aceitas pelo grupo religioso e pela igreja que estão inseridas. O público alvo analisado está em crescimento e dados provam este fato. Souza (2009) afirma que há cerca de 27 milhões de evangélicos dispostos a pagar por artigos relacionados à religião; mesmo assim são poucos os empreendimentos direcionados para o ramo. Inclusive a inserção de pessoas de poder aquisitivo mais elevado em religiões evangélicas, como jogadores de futebol e pessoas que estão sempre na mídia, é um fator que tornam o potencial deste público mais elevado.

Observa-se um fator interessante no perfil do público analisado. Cinco das entrevistadas trabalham como costureiras, e mais duas costuram em casa para a família, mas não exercem a profissão. Este fato reduz a procura de roupas no mercado local por parte destas entrevistadas, pois elas produzem a própria roupa: “Se fosse pra eu comprar roupa no comercio eu teria dificuldade, mas eu costuro pra mim mesma, então não tenho essa dificuldade. E aprendi a costurar sozinha, proveniente dessa dificuldade de encontrar roupas no comércio de Caruaru.” (Entrevistada 1). “Minha mãe é que costura minhas saias, sou magrinha e não

encontro saia que dê em mim e tenha uma cara jovem, Tenho 15 anos e não gosto de me vestir como uma velha” (Entrevistada 12). “Eu trabalho com bolos, mas já trabalhei em confecção e tenho máquinas em casa. Minha filha quer uma roupa diferente e eu faço, pois nas lojas não encontro. Pra mim que sou uma senhora ainda encaro essas roupas que vendem aqui, mas minha filha não gosta de jeito nenhum” (Entrevistada 11).

Segundo Löbach (2001) para que haja relação entre o usuário e produtos industriais, ele deve ter funções estéticas, simbólicas e práticas. Que possibilitam a satisfação de suas necessidades.

São funções práticas todas as relações entre um produto e seus usuários que se situam no nível orgânico-corporal, isto é fisiológicas. (LÖBACH, 2001:58). No caso das roupas, elas devem ser confortáveis para a realização de atividades do dia a dia; ter durabilidade, ser fácil de lavar e/ou secar, sendo consideradas funcionais.

A função estética é a relação entre o produto e um usuário no nível dos processos sensoriais. “A partir dai poderemos definir: A função estética dos produtos é um aspecto psicológico da percepção sensorial durante seu uso.” (LÖBACH, 2001: 61). Neste aspecto a roupa tem que ser agradável aos olhos do usuário atendendo suas necessidades estéticas. Estes aspectos podem ser inseridos através da criação e escolha de matérias primas que proporcionem o conforto no nível sensorial.

“Um objeto tem função simbólica quando a espiritualidade do homem é estimulada pela percepção deste objeto, ao estabelecer ligações com suas experiências e sensações anteriores.” (LÖBACH, 2001: 64). Com relação a função simbólica podem ser agregadas as roupas para mulheres evangélica os aspectos que são tão almejados por elas. A roupa como forma de mostrar que aquela mulher que a está vestindo tem fé e pudor, exprimindo seriedade. Aspecto este que é fundamental no momento de decisão de compra, pois isto a faz ser percebida como uma mulher evangélica.

Estes aspetos podem ser inseridos na confecção de roupas e outros artigos para mulheres evangélicas através de pesquisas de moda, para a compreensão das

necessidades do público alvo. Algo em que o mercado local deveria investir para conquistar novos usuários e satisfazer as atuais consumidoras.

Além das dificuldades para encontrar roupas 'adequadas' algumas mulheres ainda tem a dificuldade de encontrar roupas para mulheres evangélicas em tamanhos maiores: "Tenho muitas dificuldades ao comprar roupas, principalmente com relação a tamanho, pois eu sou 'cheinha' e vou procurar meu tamanho e só encontro roupas P e M, e faltam roupas G e GG." (Entrevistada 6)

Diante dos fatos encontrados nesta pesquisa é notável que o mercado local (cidade de Caruaru-PE) necessita produzir ou melhorar as roupas voltadas para o público evangélico que está crescendo e deseja consumir produtos de moda que se adequem as exigências da doutrina da igreja Assembleia de Deus.

### **3.3-Pudor e Vaidade: opiniões sobre a moda**

Para as mulheres entrevistadas, a moda dita como algo que não faz parte de suas vidas e é visto como algo fútil e dispensável. Além disso, para elas a moda está associada a vaidade que por sua vez é rejeitado pela igreja evangélica pesquisada, sendo considerada um motivo de desonra para a mulher. "Quanto mais a mulher se cobre, é mais bonito para Deus. Eu detesto a vaidade, gosto de ser simples e gosto de me vestir de maneira decente."(Entrevistada 3)

Pudor e vaidade são elementos que são confundidos pela mulher assembleiana, ambos possuem significados e conceitos diferentes. Através de estudos realizados por Gondin (1998), a palavra vaidade está ligada ao vazio e a um estilo de vida de um individuo que valora apenas bens materiais. Mas isso não significa afirmar que ao utilizar adornos as pessoas sejam consideradas indignas ou que ignoram a religião.

"Quando nos vestimos desejamos agradar os olhos de quem nos admira; todos nos sentimos bem quando somos valorizados e admirados. Sabemos que ninguém gosta de estar perto de uma pessoa com roupas sujas, que não escovou os dentes pela manhã ou que não cuida bem da higiene de seus pés." (GONDIN, 1998 :51)

“Os enfeites, roupas decotadas e maquiagem excessiva, lembram as jesebeis (prostitutas) que são citadas várias vezes na bíblia. Eu acredito que Deus não condene a vaidade, pois é de natureza do ser humano ser vaidoso, só que as pessoas exageram muito. É maquiagem demais, roupas muito curtas, brincos e badulaques enormes e isso não agrada os olhos de Deus. Eu sou evangélica, mas sou vaidosa, gosto de ajeitar meu cabelo, fazer as unhas e me vestir bem, quem disser que ser evangélico é está afastado disso está mentindo. Nenhuma mulher quer ficar feia e mal vestida, só precisa saber usar as coisas e não pecar pelo exagero do mundo. O problema é que tem mulheres que não assumem, por receio de parecer mundana” (Entrevistada 11)

É possível identificar através desse depoimento que há várias visões nos depoimentos com relação à moda e a vaidade. Pode-se observar essas questões com alguns depoimentos: “... Não consigo encontrar saia, são sempre os mesmos modelos. (Entrevistada 4)”. “mês passado eu fui comprar roupas no pólo caruaru e encontrei apenas uma loja de roupas para mulheres evangélicas. (Entrevistada 5)”. “Gostaria que tivesse mais opção de escolha, mais lojas”(Entrevistada 5).

Desta forma é possível identificar que a vontade de se vestir bem e se sentir bem e de certa forma, está na moda é um desejo implícito da mulher evangélica. Elas demonstram o interesse de estarem bem vestidas diante dos demais e dentro dos seus costumes, mas não compreendem que de certa forma estão almejando que suas roupas possuam conceitos de moda.

Para se sentirem aceitos pelo grupo religioso que estão inseridas, muitos homens e mulheres utilizam trajes que não condizem com seu gosto pessoal ou com a cultura local. Como exemplos, o uso de ternos pelos membros da igreja, mesmo nos dias mais quentes do ano. E o uso de fardamentos do coral utilizado pelas mulheres, que não satisfazem seus gostos pessoais. Com relação ao uso do terno, é algo que é praticamente instituído pelas igrejas evangélicas e tornou-se uma forma de identificação social do homem evangélico. Podemos identificar estas questões com depoimentos das entrevistadas: “Eu conheço algumas mulheres que quando não se identificam com o fardamento confeccionado para uso durante

apresentações do coral, queimam suas fardas com o ferro quente e usa esse fato como pretexto para não usá-la em outras ocasiões” (Entrevistada 11)

“Quando as igrejas de diversos bairros de Caruaru se reúnem para algum evento em conjunto é possível identificar pelo tecido da roupa as fiéis que pertencem a denominação dos bairros nobres e as fiéis de bairros mais simples” (Entrevistada 10)

Estes exemplos mostram uma preocupação estética no vestir mesmo que em muitos depoimentos esse fato tenha sido omitido ou ignorado. O depoimento da entrevistada 10 mostra ainda a diferenciação de classes sociais e como isso é notável entre as demais. Essa questão das mulheres não assumirem este desejo oculto de consumir moda não elimina a necessidade do mercado caruaruense em atender esse público.

O ser humano precisa se cobrir independente do motivo; Seja por vaidade, proteção, pudor ou outro motivo qualquer. No caso das mulheres evangélicas, as restrições sempre virão está em primeiro lugar na escolha de uma roupa. Seguir esta conduta e os costumes com rigor é uma forma das mulheres se incluírem no grupo a que pertencem.

### **3.4-Sexualidade e distinção de gênero**

Sobre a distinção de sexo e gênero Barnard (2003) afirma que sexo é apenas o conjunto de diferenças biológicas ou fisiológicas de um homem e um a mulher. As características comportamentais são culturais, em algumas culturas a mulher para ser feminina tem que ser delicada e saber cuidar da casa e o homem tem que ser agressivo e trabalhar fora para sustentar a casa. Moda e indumentária são meios utilizados para exibir e acentuar a diferença entre os sexos, com a ausência ou a presença de certas características que são consideradas pela cultura como masculinas e femininas.

Gondim (1998) afirma que a maneira de se vestir de homens e mulheres se modifica de acordo com a cultura, vegetação, clima e topografia do local. Desta forma não se pode atrelar nenhum valor moral a nenhum comportamento ou vestes

que sejam diferenciadas da cultura que estamos inseridas. No século XIX as mulheres não podiam nem mostrar os tornozelos e os homens não podiam usar bermudas, apenas as crianças de sexo masculino. “As civilizações, portanto, criam roupas e adornos específicos de acordo com os seus parâmetros próprios”. (GONDIN, 1998:16)

O que caracteriza os trajes de uma mulher evangélica assembleiana é o uso de: saias, blusas de mangas compridas e vestidos, os quais não podem ter transparências e/ou decotes extravagantes. Os homens utilizam calças, camisa social e/ou terno e gravata. Segundo o Pastor entrevistado a igreja não impõe a roupa que o fiel deve usar e sim refletir sobre o que é ‘correto’ usar. “A igreja não impõe a roupa que as fiéis devem usar. É uma questão de bom senso da parte delas, as calças são peças exclusivas de uso masculino, porque exibem as curvas da mulher e outras roupas mostram o corpo de maneira vulgar. Essa é a diferença da mulher evangélica e da mulher mundana.” “A mulher não deve usar roupas de homens nem mostrar o corpo, e não foi eu que instituir isso. Essas palavras são da bíblia ”(Entrevistado 13).

Apesar do depoimento do pastor, há controvérsias com relação a falas das mulheres sobre o vestuário.

“Eu obedeco às ordens da igreja. A mulher deve usar uma roupa que não faça vergonha dela sair na rua, que seja composta. A mulher evangélica tem que ser diferente da mulher que não é evangélica.” (Entrevistada 3)

“Quando eu aceitei fazer parte dessa igreja eu tinha que me vestir como uma mulher evangélica, eu não podia andar igual a mundo, com blusas decotadas, mostrando o corpo.” (Entrevistada 4)

“Eu me visto de acordo com a doutrina da igreja, porque já que eu vim fazer parte dessa igreja, eu tenho que me vestir de acordo com suas normas. Mas eu gosto de me vestir assim, porque se eu não gostasse, eu procuraria outra igreja.” (Entrevistada 5)

É comum as pessoas identificarem grupos evangélicos pelo vestuário, as mulheres, pelas saias longas, ausência de maquiagem e outros adornos. E os homens pelas roupas sociais em qualquer ocasião. É uma questão de afirmação de identidade, pois a mulher assembleiana faz questão de ser diferente da mulher de outra religião ou da que usa calças. Elas gostam de serem reconhecidas como evangélicas pelas roupas que vestem.

É possível observar também que a roupa é uma maneira de demonstrar a fé, crença, compromisso e o orgulho de fazer parte da referida igreja: “Não preciso usar mais calças, o espírito santo faz com que eu não sinta mais falta de nada que eu tinha antes de me tornar evangélica. Sinto-me muito bem me vestindo assim, o comércio é que deve nos atender bem e não nós mudarmos nossos costumes. Temos um compromisso com a igreja” (Entrevistada 11). “... Eu sinto prazer quando eu saio na rua e as pessoas quando me veem pensam: aquela é uma mulher evangélica...” (Entrevistada 3)

A igreja pesquisada deixa claro o que os fiéis devem usar e o que não devem usar, algo que acaba sendo subtendido como forma de distinguir os gêneros. Existem contradições nos depoimentos do que igreja impõe ou não ao fiel, pois o pastor fala que a igreja não impõe regras quanto ao vestuário, que a fiel deve ter a consciência sobre as vestes ‘adequadas’. E ao mesmo tempo as mulheres afirmam que usar saia e não usar calça está na doutrina da igreja e ela deve ser seguida.

O pastor afirma que estas descrições sobre o que o homem e a mulher devem usar, estão escritos na bíblia, o que acaba sendo entendido pelas fiéis como regra. Esses conceitos do que é roupas de homem e de mulher é tão frisado pela igreja, que seria uma ofensa uma mulher evangélica de repente frequentar um culto de calças. A mulher que não segue essas combinações de roupas tidas como propriamente femininas, torna-se excluída desse grupo. Essas interpretações da bíblia são feitas sem levar em consideração o tempo e o local em que foi escrita. Atualmente os valores e a cultura sofreram modificações no que diz respeito às vestes do gênero feminino e masculino, algo que algumas religiões evangélicas ainda não absorveram.

### 3.5-Religião e Consumo de moda

Flugel (1966) afirma que existem vários motivos para os indivíduos se vestirem. Vestir-se por proteção é considerado um motivo primário e não primordial. Entre os principais motivos estão: Pudor, modéstia, impudor, adornar-se por razões estéticas, por proteções psicológicas, para exprimir individualidade e para comunicar algo para a sociedade.

Para as entrevistadas o vestuário serve com forma de afirmação a religião a que pertencem. Pode-se identificar esta afirmação através dos seguintes depoimentos: “Eu sinto prazer quando eu saio na rua e as pessoas quando me veem e pensam: aquela é uma mulher evangélica. Quanto mais a mulher se cobre, é mais bonito para Deus”. “... A mulher evangélica tem que ser diferente da mulher que não é evangélica.” (Entrevistada 3).

“Quando eu aceitei fazer parte dessa igreja eu tinha que me vestir como uma mulher evangélica, eu não podia andar igual a mundo, com blusas decotadas, mostrando o corpo.” (Entrevistada 4)

É possível identificar que o vestuário faz parte da composição do fiel e significa adesão a igreja citada. Se vestir com modéstia e pudor e dentro das restrições da igreja, torna a mulher evangélica diferente das demais, fato que é esmerado por elas. Apesar da afirmação de maioria não consumir moda, é importante para elas, mostrar para a sociedade a que religião pertence.

Em conversas informais, muitas mulheres afirmaram que é possível identificar a qual ministério pertence e o bairro em que as fiéis moram através do vestuário e material que as roupas são confeccionadas. Como muitas utilizam serviços de costureiras, as mulheres que possuem um poder aquisitivo maior, compram matéria prima em outras cidades como Recife-PE, que possui uma grande variedade de tecidos. Essas fiéis pagam por uma confecção mais elaborada e junto com o um tecido de maior qualidade tornam-se um diferencial dentre as outras.

Dessa maneira é possível distinguir a classe e o poder aquisitivo entre as mulheres evangélicas que se manifesta no diferencial da sua roupa entre as demais. As fiéis afirmam que a religião é tida como prioridade na vida de todas elas e o vestuário torna-se segundo plano. Foi observado que as vestes são forma de ostentar a religião e por este motivo fazem parte da aceitação da doutrina da religião, apesar da afirmação do consumo de moda ser inexistente.

Existe também uma distinção geracional, em que foi observado que as mulheres mais jovens aceitam melhor a presença da moda no seu dia-a-dia e exprimem com maior clareza a vontade de está na moda. Enquanto as mulheres na faixa etária de 40 a 60 anos afirmam desprezar a moda, apesar na necessidade de ter mais opção e um vestuário adequado. Observou-se também que na igreja pesquisada o número de jovens é pouco. As restrições de indumentária de certa forma diminuem a adesão de jovens que não nasceram na religião ou que não possui nenhum parente vinculado a referida igreja. As igrejas neopentecostais possuem maiores atrativos para despertar o interesse o jovem como: viagens, shows com trio elétrico, festas *dancing*, e etc, que se assemelham as festas do público em geral. E as restrições de indumentária, adornos e outros costumes são quase inexistentes.

## CONCLUSÕES

Após o levantamento de dados, foi possível alcançar todos os objetivos propostos. Existiram algumas dificuldades, durante as entrevistas, que foram contornados. Algumas perguntas precisaram ser adaptadas para a compreensão das entrevistadas. O tempo e o local em que ocorreram as entrevista também foi considerado um obstáculo, pois a mesma foi realizada durante um ensaio do coral feminino da igreja, momento o qual foi cedido pelo pastor e em que as entrevistadas se encontrariam reunidas. E tal oportunidade não poderia ser dispensada, visto que a realização da pesquisa tinha sido inviabilizada por outras congregações.

O tema da pesquisa também foi um obstáculo, pois para as entrevistadas a moda está associada à vaidade que por sua vez se interliga ao pecado, o que fez algumas delas ficarem constrangidas para responder a algumas perguntas. Nove das onze mulheres entrevistadas alegaram que a moda é algo que não faz parte de suas vidas, sendo considerada desprezível. Apesar de ter ficado subentendido que elas não querem andar mal vestidas diante da sociedade ou de seu grupo religioso.

E um dos intuitos da moda é este, distinguir as pessoas em grupos através de suas vestes, sendo assim um meio de se produzir significados. E este é um dos motivos para que a mulher evangélica se vista com roupas que diferem de mulheres não evangélicas. Elas são identificadas pelas vestes entre si e por outros indivíduos da sociedade. Não seguir estes costumes, seria o mesmo de se excluir do seu meio de convivência.

Ao contrário do que algumas pessoas podem pensar com relação ao uso exclusivo da saia, a mulher evangélica se mostra feliz e satisfeita por se vestir com roupas 'comportadas' e não usar calças. O que foi relatado por todas as entrevistadas foi a falta de roupas para mulheres evangélicas. Visto que as mulheres evangélicas não podem usar decotes, blusas de sem mangas, blusas curtas, calças, saias acima do joelho, blusas com as costas nuas, entre outras roupas que evidenciem o corpo.

O polo de confecção do agreste possui uma grande variedade nas mercadorias que são oferecidas a diversos públicos. São confeccionadas peças que

circulam por todo país, artigos de moda bebê, moda praia, moda íntima, street wear, surf wear, casual wear( mais dominante em Caruaru), jeans wear entre outros. De todos estes segmentos, foi observado que a moda evangélica é o mais precário; todas as entrevistadas questionaram a qualidade estética desses produtos, confirmando a questão levantada.

Existe a necessidade dos confeccionistas de moda evangélica da cidade de Caruaru-PE melhorar as roupas que estão sendo oferecidas para este público. Atualmente não existem muitas lojas na cidade direcionadas a moda evangélica, pois este segmento ainda não é visto como lucrativo, ao contrário que os dados levantados mostram. Foi comprovado que a necessidade existe e que precisa ser atendida. Devido a principal atividade econômica local, que é a confecção de roupas, foi percebido que algumas mulheres aprenderem a costurar para poder se vestir a sua maneira e de acordo com as normas da igreja.

A partir da observação e comparação das roupas que são produzidas em Caruaru-PE com outras que são produzidas em outras regiões do país, foi possível identificar a deficiência da moda evangélica caruaruense. As peças são feitas aleatoriamente sem inserção de conceitos de moda e provavelmente com a realização de cópias de outras marcas, que foi identificado como prática de algumas empresas.

Foi observado que o público-alvo necessita de mais opções quanto à compra de suas vestes, pois o interesse de usar calças e consumir as mesmas roupas que o público em geral é mostrado como inexistente. A moda evangélica precisa ser personalizada e adquirir as características de quem a consome.

A indumentária de um povo ou de um grupo específico, está relacionada com fatores culturais. O indivíduo se veste de acordo com o meio em que está inserido. Desta maneira ele produz significados e se compreende as relações sociais, suas vestes podem informar: sexualidade, religião, poder aquisitivo, 'profissão e papel dentro da sociedade. Julga-se pela aparência e consumo de determinadas marcas de moda, a índole do indivíduo, julgamento este que ocorre até involuntariamente.

Foi constatado que a religião pesquisa trata a indumentária como algo determinado por Deus e que o mesmo deixou na Bíblia as orientações 'corretas', que muitas vezes são mal interpretadas, para homens e mulheres se vestirem. Orientações que estão baseados com sexualidade e gênero, que procuram distinguir de forma clara e rígida a aparência do homem e da mulher.

Há uma mudança significativa neste pensamento, pois as igrejas evangélicas neopentecostais estão recebendo uma boa parcela de fiéis. Tais igrejas tem uma doutrina mais flexível com relação ao uso de calças por mulheres, maquiagem e adornos, sendo um fator de atratividade. Mais esta nova maneira de pensar levará um tempo para ser absolvida por outras igrejas mais rígidas, visto que a adoção de calças por mulheres é algo que se iniciou por volta dos anos 40 e 50, sendo considerado muito recente.

A moda se renova/reorganiza incessantemente de acordo com o surgimento de novas necessidades da humanidade. Profissionais de design moda têm como uma das suas funções estar atento a essas mudanças sociais que interferem diretamente na maneira das pessoas se vestirem e consumirem moda. A competitividade do mercado faz com que esses conhecimentos relacionados ao público-alvo e conseguidos através de pesquisas de moda; seja um diferencial e um meio de sempre estar à frente do concorrente.

### **Sugestões conceituais:**

Para desenvolvimento de coleções para as mulheres evangélicas é interessante considerar que a igreja é resistente a mudanças que ocorreram a 40 anos atrás. Desta forma uma fonte de inspiração para coleções feitas para senhoras acima de 40 anos, seria a moda "Vintage", ou seja, uma recuperação de estilos de décadas anteriores como a década de 50 em que o uso de calças não tinha sido disseminando. As mulheres através do uso de vestidos e saias e blazer estruturado tinham uma aparência feminina e delicada. Geralmente as mais jovens estão mais receptivas a aceitar as tendências da atualidade, pode-se fazer um mix do atual com o vintage já que as restrições são as mesmas. Isso não significa dizer que todas

mulheres com mais de 40 anos não aceitem os modelos com tendências mais atuais que foi especificado para mulheres mais jovens. Pode ser que seja uma única tendência para os dois grupos. As roupas mais citadas como as mais desejadas por elas são os vestidos e as blusas, pois as saias longas são de mais fácil acesso. Vale a pena trabalhar outras peças e alguns acessórios para usar com as roupas, como broches e acessórios de cabelo, que são os únicos adornos que as mulheres podem usar.

### **Indicações funcionais:**

Para indicações técnicas foram utilizados alguns métodos de TREPTOW (2003), onde é proposto um planejamento de coleção e suas peculiaridades.

O tipo de produção de roupa tratada nas indicações técnicas é o prêt-à-porter, ou seja, uma produção em escala industrial, onde serão feitas roupas nos tamanhos pequeno, médio, grande e extra grade, dependendo ainda do público-alvo, a faixa etária, classe social, estilo de vida, interesse do grupo, e etc. A análise desse público-alvo possui uma grande relevância para o sucesso da coleção, pois é partir da pesquisa do público que se pode traçar as estratégias de marketing.

As estratégias de marketing visam atender as necessidades e desejos dos consumidores, que vão além da simples compra. O marketing é usado para que o consumidor obtenha satisfação antes, durante, e depois a compra, tornando-o livre para fazer suas escolhas. Vale salientar que a embalagem cumpre um papel importante no momento da compra. Desta maneira o consumidor se fideliza a marca e se torna cliente. Algo que não ocorre no mercado local e a mulher evangélica compra por não ter opção de escolha. O profissional de design de moda é um diferencial que precisa se inserir na confecção de roupas para este público que é pouco explorado em Caruaru-PE.

Com relação mulher evangélica da igreja Assembleia de Deus que reside em Caruaru-PE, foi visto que é um público que frequenta ações promovidas pela igreja, algumas frequentam shows evangélicos e todas ouvem músicas do mesmo gênero, elas colocam a doutrina da igreja e suas restrições em primeiro lugar no momento da compra e algumas utilizam serviços de costureiras e segundas peles para suprir

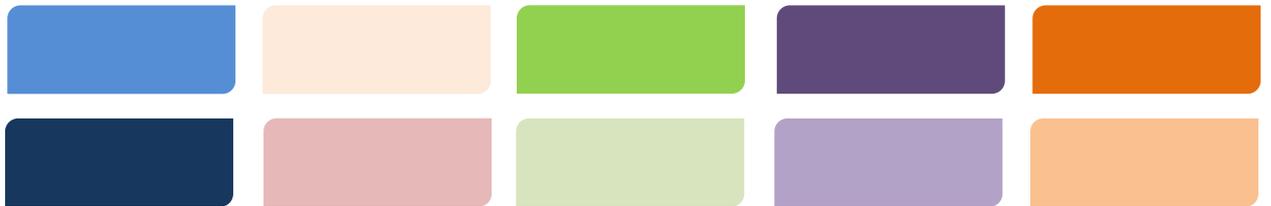
suas necessidades de consumo. Elas não usam calça, nem roupas com decotes que mostrem o colo, nem saias a 15 cm do joelho, nem blusas regatas ou com costas nuas, desta forma preferem roupas que não evidencie o corpo. O vestido é uma peça chave para a mulher evangélica e utilizado muitas vezes com outras peças por baixo (baby looks, anáguas, segunda pele...), por não encontrarem vestidos que não tenha nenhuma parte superior do corpo à mostra. Dessa forma é interessante evidenciar outros detalhes da roupa, como: mangas que podem ser estruturadas com rendas, bicos, babados, e outros; Golas que podem ser triplas, duplas, com uso de tecidos diferenciados, o uso de aviamentos decorativos, como botões e fitas é uma opção.

Para a elaboração de uma coleção é importante determinar o mix de produtos, que segundo Treptow (2003) dividem-se em básicos, fashion e vanguarda.

Os looks básicos são aqueles que vedem o ano todo, para a mulher evangélica seriam peças nas cores brancas e pretas, sem muito apelo de moda. Os looks fashion são aqueles que possuem características da moda vigente e seriam as roupas que a mulher evangélica usaria para ir a ações da igreja, ensaios do coral, fazer comprar, ir a um show evangélico, pois é o momento que a mesma tem maior visibilidade pelos demais. Os looks vanguarda são aqueles usados para chamar atenção do consumidor na vitrine ou dos profissionais da moda em desfiles. Para a mulher evangélica a roupa vanguarda não poderia chamar atenção pelo exagero de elementos e sim por elementos vintage.

É importante criar peças de acordo com as estações do ano e as características geográficas da região, usando tecidos que próprios para essas particularidades. Caruaru é uma cidade do Agreste pernambucano, onde no verão possui uma temperatura quente em meados de novembro a fevereiro, onde tecidos como viscose, liganete, malhas frias, cambraias, popeline, organzas são bem vindos para a confecção de roupas. Precisa do cuidado com as transparências, pois essa característica não agrada a mulher evangélica. No Inverno o clima costuma ser mais frio a noite e o uso de moletom, malhas piqué, Oxford, lã, tweed e outros próprios para confecção de cardigãs e pulôveres. O Oxford é um tecido bastante utilizado pela mulher evangélica a qualquer estação do ano. As cores devem ser os tons

médios, alguns se aproximam do nude, nem com as cores muito fortes da atual estação (primavera-verão-2011). Assim foi construída uma cartela de cor que caracterize o público-alvo.



Para caracterizar o público-alvo a criação de painéis é de bastante relevância, para que se tenha uma melhor visualização e compreensão dos elementos que serão inseridos na criação das roupas. Esses painéis devem ficar expostos no ambiente de trabalho do designer para que essas características permeiem todo o processo criativo.

## REFERENCIAS

BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. Tradução: Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BRAGA, João. **Reflexões sobre a moda**. Volume II. 2º ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007.

**BÍBLIA SAGRADA**. O Velho e o Novo Testamento. Traduzida em português por João Ferreira de Almeida, com referências e algumas variantes. Edição vista e corrigida. Sociedade Bíblica do Brasil, Brasília-DF, 1969.

COBRA, marcos. **Marketing e Moda**. São Paulo: SENAC; Cobra Editora e Marketing, 2007.

COSTA, Pr. Welington Bezerra. **Doutrina e costumes**. Assembleia de Deus, São Paulo. Disponível em:  
[http://www.adosasco.com.br/historia/spbelem/adspbelem\\_doutrina.htm](http://www.adosasco.com.br/historia/spbelem/adspbelem_doutrina.htm) Acesso em 26 de agosto de 2011.

EDWARD, José. A força, do senhor. **Veja online**, 3 de julho, 2008. Disponível em:<  
[http://veja.abril.com.br/030702/p\\_088.html](http://veja.abril.com.br/030702/p_088.html). Acesso em 26 de Agosto de 2011.

FADE/UFPE. **Estudo de caracterização econômica do polo de confecções do agreste pernambucano**. Relatório final apresentado ao SEBRAE-PE. Recife, 2003.

FEGHALI, Marta Kasznar. DWYER, Daniela. **As engrenagens da moda**. 1 ed. Rio de Janeiro: SENAC, 2001.

FERNANDES, Daniela. Homens querem direito de usar saias na França. **BBC BRASIL**, Paris, 15 de agosto, 2008. Disponível em:  
<[http://www.bbc.co.uk/portuguese/reporterbbc/story/2008/08/080815\\_homensdesaia\\_ba.shtml](http://www.bbc.co.uk/portuguese/reporterbbc/story/2008/08/080815_homensdesaia_ba.shtml)>. Acesso em: 25 de agosto de 2011.

FLUGEL, J. C.(John Carl), 1884. **A psicologia das roupas**. São Paulo: Mestre Jou, 1996.

GONDIM, Ricardo. **É proibido**: O que a bíblia permite e a igreja proíbe. São Paulo: Editora mundo cristão, 1998.

GRAVE, Maria de Fátima. **Modelagem**: sob a ótica da ergonomia. São Paulo: ed. Zennex, 2008.

HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas**. Tradução: Alexandre Tort. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

HOMENS, de saia. **Moda de subculturas**: dark glamour e moda alternativa, 1 de setembro, 2010. Disponível em:  
<<http://modadesubculturas.blogspot.com/2010/09/homens-de-saia.html> > Acesso em: 25 de agosto, 2011.

**IBGE**. Disponível em:<<http://www.ibge.com.br>> Acesso em 20 de maio de 2011

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

LAYER, James. **A roupa e a moda**: uma história concisa. São Paulo: Companhia das letras, 2008.

LIMA, Manolita Correia. **Monografia**: A engenharia da Produção acadêmica. 2º ed. Ver. e Atual. São Paulo: Saraiva, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: A moda e seus destinos na sociedade. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo. Companhia das Letras, 1989.

LÖBACH, Bernd. **Design Industrial**: Bases para configuração dos produtos industriais. Tradução: Freddy Van Camp. São Paulo: Editora Blucher. 2001.

MACEDO, José Rivair. **Os sinais da infâmia e o vestuário dos mouros em Portugal nos séculos XIV e XV.** Flávio de CAMPOS & Eliana Magnani Soares CRISTEN. Le Moyen Age vu d'ailleurs. São Paulo: Instituto de Estudos Avançados da USP, 2003.

MACHADO, Regina. Contemporâneo. **Revista Dobras**, v.2, nº 3, São Paulo, Junho, 2008.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** 7º ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MIRANDA, Ana Paula. **Consumo de Moda: A relação pessoa-objeto.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

NATASHA. Um fim de semana na escócia: Parte I- Edimburgo. **JORNALE**, Edimburgo, 17 de agosto, 2010. Disponível em:<  
<http://praveremlondres.com/2010/08/17/um-fim-de-semana-na-escocia-parte-i-%E2%80%93-edimburgo/>> Acesso em: 25 de agosto de 2011.

O NOVO, Consumidor: O evangélico. **SEBRAE**, Santa Catarina. 11 de julho,2006 Disponível em:  
<[http://www.sebraesc.com.br/novos\\_destaquos/opportunidade/default.asp?materia=12146](http://www.sebraesc.com.br/novos_destaquos/opportunidade/default.asp?materia=12146)>. Acesso em 26 de agosto de 2011.

RANGEL, Adriana. **Dicas de mulher virtuosa.** Disponível em:  
<<http://dicasdemulhervirtuosa.blogspot.com/>> Acesso em 25 de março de 2011.

RESENDE, Maria Amália G. B. J. **De que forma mulheres ingressantes da religião assembleia de Deus se adaptam à moda diante da mudança de vestuário exigida pela doutrina dessa igreja?** 2009. 32 f. Curso de Pós-graduação Latu Sensu MBA em Moda. Faculdade Boa Viagem, Recife.

SANTOS, Daniele R. BRAZ, Maria Rita R. M. da C. **Religiões evangélicas: Identidade, consumo e globalização.** Intercom. XIV Congresso de ciências da comunicação na região sudeste. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/resumos/R14-0174-1.pdf>  
Acesso em: 26 de agosto de 2011.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. **Teoria de moda: Sociedade, imagem e consumo**. 2º ed. Ver. e atual. São Paulo: Estação das letras e cores, 2009.

SOUSA, Lázaro Evair. A fé alavanca as vendas. **Revista PGNE**, Julho, 2009.  
Disponível em: <http://revistapegn.globo.com/Empresasenegocios/0,19125,ERA455486-2482,00.html> Acesso em: 26 de agosto, 2011.

STEFANO, Gilberto. **Os pentecostais, Os neopentecostais, Os carismáticos**.  
Dons carismáticos, Espírito Santo, autoridade apostólica dons de línguas profecia cura revelação interpretação sinais visão, prosperidade, Rema. Disponível em:  
<http://solascriptura-tt.org/Seitas/Pentecostalismo/PentecostaisNeoPCarismaticos-GilbertoStefano.htm> Acesso em: 12 de agosto de 2011.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: Planejamento de coleção**. 4º ed. Brusque, 2003.

## APENDICE

### Entrevistas

#### Entrevistada 1-Fátima

1. Há quanto tempo você faz parte desta igreja?

Há mais de 15 anos

2. Na sua opinião, o que é fazer parte desta igreja?

Porque eu me identifiquei com a assembléia de deus e eu amo esta igreja. Aqui na terra é o único lugar que eu me identifiquei.

3. As suas vestes condizem com as doutrinas da igreja ou você se veste a sua maneira?

Pela doutrina da igreja e porque eu me sinto bem, antes de eu entrar nessa igreja eu já gostava de me vestir como a doutrina da assembléia pede.

4. Pra você o que é estar na moda?

Pra mim é está me sentindo bem com a roupa que eu estou vestindo.

5. Você acompanha a moda? E por quê?

Como eu disse eu visto o que me faz bem, então não sinto que acompanho algo.

6. Você sente dificuldades para comprar roupas na cidade de Caruaru?

Se fosse pra eu comprar no comércio com certeza sim, mas eu costuro pra mim mesma, então não tenho essa dificuldade. E aprendi a costurar sozinha, proveniente dessa dificuldade de encontrar roupas no comércio de Caruaru.

7. Você utiliza serviços de costureiras pra fazer suas roupas?

Não, eu costuro. Faço todo tipo de roupa e no momento estou trabalhando com vestidos de noiva.

8. Você combina mais de uma peça de roupa para compor apenas uma?

Não, porque eu costuro já da forma que eu quero as roupas.

9. O que você gostaria que mudasse nas roupas para atender suas vontades?

Nada, o que eu quero eu mesma confecciono.

Entrevistada 2-Alcione

1. Há quanto tempo você faz parte desta igreja?

Há 1 ano. Mas eu sou evangélica há 13 anos.

2. Na sua opinião, o que é fazer parte desta igreja?

Pra mim antes de qualquer igreja o mais importante é aceitar o evangelho que é Jesus cristo e a base de tudo pra mim e eu fui muito bem recebida nessa igreja.

3. As suas vestes condizem com as doutrinas da igreja ou você se veste a sua maneira?

Condizem com a doutrina . Doutrina pentecostal que determina as vestes da mulher cristã que são roupas compostas.

4. Pra você o que é estar na moda?

Pra mim é me sentir bem com a roupa que estou vestindo .

5. Você acompanha a moda? E por quê?

Não. Eu procuro me vestir da forma que eu gosto e de acordo com a doutrina de cristo.

6. Você sente dificuldades para comprar roupas na cidade de caruaru?

Sim, sinto bastante dificuldade. O comercio só oferece roupas mudanas, decotadas e escandalosas, na minha opinião.

7. Você utiliza serviços de costureiras pra fazer suas roupas?

Sim, é um serviço bastante utilizado aqui nesta igreja. E temos que correr com a escolha da roupa para o coral para o final do ano, pois as costureiras só pegam roupas pra costurar até setembro, pois em outubro já estão cheias de peças de facção(roupas em grande quantidade).

8. Você combina mais de uma peça de roupa para compor apenas uma?

Acontece bastante, eu uso muito a segunda pele.

9. O que você gostaria que mudasse nas roupas para atender suas vontades?

Os tamanhos maiores, roupas com mangas, pois não gosto de sobrepor uma peça sobre outra

Entrevistada 3- Nilda

1. Há quanto tempo você faz parte desta igreja?

Há uns 2 anos, mas eu nasci na religião evangélica.

2. Na sua opinião, o que é fazer parte desta igreja?

É grande coisa na minha vida. É cristo em minha vida

3. As suas vestes condizem com as doutrinas da igreja ou você se veste a sua maneira?

Eu obedeco as ordens da igreja. A mulher deve usar uma roupa que não faça vergonha dela sair na roupa, que seja composta. A mulher evangélica tem que ser diferente da mulher que não é evangélica.

4. Pra você o que é estar na moda?

Pra mim moda é uma coisa que não agrada a Deus

5. Você acompanha a moda? E por quê?

Sou uma mulher muito simples, não sou mulher de moda. Pra mim isso não faz parte da vida de uma mulher evangélica. Eu sinto prazer quando eu saio na rua e as pessoas quando me veem e pensam “aquela é uma mulher evangélica”. Quanto mais a mulher se cobre, é mais bonito para Deus. Eu detesto a vaidade, gosto de ser simples e gosto de me vestir de maneira decente.

6. Você sente dificuldades para comprar roupas na cidade de Caruaru?

É muito difícil encontrar uma roupa do meu agrado, as roupas que tem no comércio são roupas para o escândalo, não servem nem pro meu corpo nem pra igreja.

7. Você utiliza serviços de costureiras pra fazer suas roupas?

Não, eu sou costureira,mas eu só costuro para terceiros.

8. Você combina mais de uma peça de roupa para compor apenas uma?

Não exatamente, mas eu uso anágua e outras blusas quando as roupas são transparentes.

9. O que você gostaria que mudasse nas roupas para atender suas vontades?

As roupas que vendem aqui são decotadas, sem manga, costa nua e precisa mudar isso. Deve mudar tudo.

Entrevistada 4-Hosana

1. Há quanto tempo você faz parte desta igreja?

Há uns 5 anos.

2. Na sua opinião, o que é fazer parte desta igreja?

Eu acredito que em primeiro lugar em nossa vida, tem que ser Deus.

3. As suas vestes condizem com as doutrinas da igreja ou você se veste a sua maneira?

Quando eu aceitei fazer parte dessa igreja eu tinha que me vestir como uma mulher evangélica, eu não podia andar igual a mundo, com blusas decotadas, mostrando o corpo.

4. Pra você o que é estar na moda?

Eu nem sei o que falar, eu não gosto de moda, não vivo de moda.

5. Você acompanha a moda? E por quê?

Isso não faz parte da minha vida.

6. Você sente dificuldades para comprar roupas na cidade de Caruaru?

Tenho. Não consigo encontrar saia, são sempre os mesmos modelos.

7. Você utiliza serviços de costureiras pra fazer suas roupas?

Sim.

8. Você combina mais de uma peça de roupa para compor apenas uma?

Não. Não gosto de sobrepor.

9. O que você gostaria que mudasse nas roupas para atender suas vontades?

Gostaria que vendessem mais roupas adequadas para evangélicas, pois essa dificuldade não é só minha. Roupas compostas.

Entrevistada 5-Dileane

1. Há quanto tempo você faz parte desta igreja?

Há 9 anos.

2. Na sua opinião, o que é fazer parte desta igreja?

Não é nem tanto a igreja, mais fazer parte da palavra de Deus. Desde o momento que você aceita a palavra de Deus você já está liberta. Existem dois caminhos. O da salvação e o da perdição e Deus escolheu pra mim o caminho da salvação.

3. As suas vestes condizem com as doutrinas da igreja ou você se veste a sua maneira?

Eu me visto de acordo com a doutrina da igreja, porque já que u vim fazer parte dessa igreja, eu tenho que me vestir de acordo com suas normas. Mas eu gosto de me vestir assim, porque se eu não gostasse eu procuraria outra igreja.

4. Pra você o que é estar na moda?

Não ligo pra essas coisas.

5. Você acompanha a moda? E por quê?

Não. eu não visto calças nem blusas sem manga , só gosto de usar roupas compostas.

6. Você sente dificuldades para comprar roupas na cidade de caruaru?

Sim, mês passado eu fui comprar roupas no pólo caruaru e encontrei apenas uma loja de roupas para mulheres evangélicas.

7. Você utiliza serviços de costureiras pra fazer suas roupas?

Antigamente com mais frequência, mas hoje é difícil encontrar alguém que faça sob medida e da maneira que eu goste. As vezes a gente leva o tecido e ela passa muito tempo pra entregar a roupa pronta. Então eu prefiro comprar pronta, mesmo com dificuldades.

8. Você combina mais de uma peça de roupa para compor apenas uma?

Só quando uso com blazer.

9. O que você gostaria que mudasse nas roupas para atender suas vontades?

Gostaria que tivesse mais opção de escolha, mais lojas. Porque atualmente eu só encontro blusinha curta, de alça e decotada.

Entrevistada 6- Maria Neci

1. Há quanto tempo você faz parte desta igreja?

Há 18 anos.

2. Na sua opinião, o que é fazer parte desta igreja?

Depois que eu entrei pra essa igreja eu aprendi muito. Aprendi a está mais pertinho do senhor. As coisas que eu fazia de errado eu comecei a pedir misericórdia a Deus.

E comecei a fazer só coisas boas e a ter amor pelo próximo. E é isso que eu quero na minha vida. Amar todos os meus irmãos.

3. As suas vestes condizem com as doutrinas da igreja ou você se veste a sua maneira?

Minhas vestes não têm nada a ver com a igreja. Eu gosto de vestir roupas compostas , longas. Isso é de mim mesma, nem quando eu não era 'crente' eu usava outras roupas, igreja nenhuma nunca falou das minhas vestes.

4. Pra você o que é estar na moda?

São várias coisas que chamam atenção, não estou criticando as pessoas que se veste mostrando as partes do seu corpo. E quando passam pelos homens ficam 'levando cantada' e isso não agrada ao senhor. Uma mulher deve cobrir seu corpo, tem está com roupas longas que não chama atenção.

5. Você acompanha a moda? E por quê?

Não. Não gosto dessas coisas não. Porque a gente que faz parte do corpo de cristo tem que deixar isso de lado.

6. Você sente dificuldades para comprar roupas na cidade de caruaru?

Não. Porque eu costuro pra mim mesma. Aprendi a costurar sozinha.

7. Você utiliza serviços de costureiras pra fazer suas roupas?

8. Você combina mais de uma peça de roupa para compor apenas uma?

Uso um short por baixo da saia, porque se eu precisar subir em uma moto ou se Deus me livre eu cair no meio da rua eu estou vestida.

9. O que você gostaria que mudasse nas roupas para atender suas vontades?

Gostaria que tivesse roupas mais compostas que agradassem as outras mulheres evangélicas, pois pra mim isto está resolvido, porque eu costuro pra mim.

Entrevistada 7- Maria do Carmo

1. Há quanto tempo você faz parte desta igreja?

Há 1 ano.

2. Na sua opinião, o que é fazer parte desta igreja?

Se a gente que se entregar a Deus, então a gente tem que freqüentar a casa do senhor.

3. As suas vestes condizem com as doutrinas da igreja ou você se veste a sua maneira?

Eu me visto da maneira que agrada os olhos de cristo.

4. Pra você o que é estar na moda?

Não sei responder. 'Só não tenho preconceito com que gosta, não gosto dos modelos.'

5. Você acompanha a moda? E por quê?

Não. Não tem nada a ver comigo.

6. Você sente dificuldades para comprar roupas na cidade de caruaru?

As vezes.

7. Você utiliza serviços de costureiras pra fazer suas roupas?

Sim, temos uma costureira que faz as vestes para as mulheres dessa igreja.

8. Você combina mais de uma peça de roupa para compor apenas uma?

Sim, as vezes.

9. O que você gostaria que mudasse nas roupas para atender suas vontades?

Não sei responder

Entrevistada 8- Severina

1. Há quanto tempo você faz parte desta igreja?

Há muito tempo, mais de 15 anos.

2. Na sua opinião, o que é fazer parte desta igreja?

Sou serva de Jesus, tenho ele como meu salvador. Isso já é importante.

3. As suas vestes condizem com as doutrinas da igreja ou você se veste a sua maneira?

De acordo com a doutrina, usando sempre roupas compostas.

4. Pra você o que é estar na moda?

Não sei responder direito, pra mim é se sentir bem

5. Você acompanha a moda? E por quê?

Não.

6. Você sente dificuldades para comprar roupas na cidade de Caruaru?

Não porque eu costuro minhas próprias roupas.

7. Você utiliza serviços de costureiras pra fazer suas roupas?

Não, porque eu mesma faço.

8. Você combina mais de uma peça de roupa para compor apenas uma?

Não. Porque eu faço do jeito que eu quero

9. O que você gostaria que mudasse nas roupas para atender suas vontades?

Nada, só compro roupas íntimas.

Entrevistada 9- Valdênia

1. Há quanto tempo você faz parte desta igreja?

Há 9 anos.

2. Na sua opinião, o que é fazer parte desta igreja?

Foi a coisa mais certa que eu já fiz em minha vida, eu pertencia a outra, e eu vir morar neste bairro e fiquei nesta.

3. As suas vestes condizem com as doutrinas da igreja ou você se veste a sua maneira?

Eu me visto de acordo com a doutrina da igreja.

4. Pra você o que é estar na moda?

Mesmo sendo evangélica procurar modelos diferentes para se vestir adequadamente e estando na moda, como o evangelho manda.

5. Você acompanha a moda? E por quê?

Não. eu não visto calças nem blusas sem manga , só gosto de usar roupas compostas.

6. Você sente dificuldades para comprar roupas na cidade de caruaru?

Sim, principalmente no tamanho, pois eu sou 'cheinha' e vou procurar meu tamanho e só encontro roupas P e M, e faltam roupas G e GG.

7. Você utiliza serviços de costureiras pra fazer suas roupas?

Sim, porque se não eu não visto nada.

8. Você combina mais de uma peça de roupa para compor apenas uma?

As vezes.

9. O que você gostaria que mudasse nas roupas para atender suas vontades?

Gostaria que tivesse uma maior oferta de roupas compostas e em tamanhos grandes, pois quando acho não cabem em mim. Que tivesse mais lojas também.

Entrevistada 10- Aricina

1. Há quanto tempo você faz parte desta igreja?

Há pouco mais de 18 anos

2. Na sua opinião, o que é fazer parte desta igreja?

Eu não nasci nessa religião e aos poucos eu senti a falta de algo em minha vida e adesão a esta religião me preencheu um vazio. Então fazer parte dessa igreja é muito importante pra mim.

3. As suas vestes condizem com as doutrinas da igreja ou você se veste a sua maneira?

Eu me visto de acordo com a doutrina da igreja.

4. Pra você o que é estar na moda?

É está bem vestido e ser admirado por outras pessoas, há quem se preocupe com isso. Quando as igrejas de diversos bairros de Caruaru se reúnem para algum evento em conjunto é possível identificar pelo tecido da roupa as fiéis que pertencem a denominação dos bairros nobres e as fiéis de bairros mais simples.

5. Você acompanha a moda? E por quê?

Eu não acompanho a moda, minhas roupas são básicas, geralmente o que muda é a estampa, mas eu não me sinto acompanhando moda.

6. Você sente dificuldades para comprar roupas na cidade de caruaru?

Muito, como eu disse anteriormente minhas roupas são básicas, eu não tenho muita opção, se for pra se enfeitar demais, prefiro ser básica. Quando eu era mais nova eu me importava mais om isso

7. Você utiliza serviços de costureiras pra fazer suas roupas?

As vezes, pra fazer saias e blazer, pois não encontro essas peças do meu tamanho.

8. Você combina mais de uma peça de roupa para compor apenas uma?

As vezes uso o blazer por cima de outra blusa.

9. O que você gostaria que mudasse nas roupas para atender suas vontades?

Gostaria que tivesse mais lojas e mais sortimento de roupas.

Entrevistada 11- Rosiane

1. Há quanto tempo você faz parte desta igreja?

Há pouco mais de 15 anos.

2. Na sua opinião, o que é fazer parte desta igreja?

Foi algo que transformou minha vida. E pensava que tinha tudo, mas não tinha. Me sinto completa nessa igreja.

3. As suas vestes condizem com as doutrinas da igreja ou você se veste a sua maneira?

Eu me visto de acordo com a doutrina da igreja com certeza. É o correto.

1. Pra você o que é estar na moda?

É se vestir bem e se sentir bem, sem contrariar as ordens do senhor. Adoro roupas bonitas e sapatos. Gosto de moda, mas não uso todo tipo de informação que ela me traz. Não gosto de excessos. Os enfeites, roupas decotadas e maquiagem excessiva, lembram as jesebeis (prostitutas) que são citadas várias vezes na bíblia. Eu acredito que Deus não condene a vaidade, pois é de natureza do ser humano ser vaidoso, só que as pessoas exageram muito. É maquiagem demais, roupas muito curtas, brincos e badulaques enormes e isso não agrada os olhos de Deus. Eu sou evangélica mais sou vaidosa, gosto de ajeitar meu cabelo, fazer as unhas e me vestir bem, quem disser que ser evangélico é está afastado disso está mentindo. Nenhuma mulher quer ficar feia e mal vestida, só precisa saber usar as coisas e não pecar pelo exagero do mundo. O problema é que tem mulheres que não assumem, por receio de parecer mundana. Eu conheço algumas mulheres que quando não se identificam com o fardamento confeccionado para uso durante apresentações do coral, queimam suas fardas com o ferro quente e usa esse fato como pretexto para não usa-la em outras ocasiões.

2. Você acompanha a moda? E por quê?

Mais ou menos. Eu não sou fascinada pelo assunto, mas eu acho algo que é intuitivo. Eu acredito que eu sei escolher as roupas certas.

3. Você sente dificuldades para comprar roupas na cidade de caruaru?

Bastante, quando eu acho eu compro até mais de uma, se tiver em cores diferentes. Encontro muitos modelos repetidos. Não tem nem como evitar.

4. Você utiliza serviços de costureiras pra fazer suas roupas?

Sim, eu mesmo costuro, mas prefiro comprar pronta, porque é mais prático. Faço mais pra minha filha. Eu trabalho com bolos, mas já trabalhei em confecção e tenho máquinas em casa. Minha filha quer uma roupa diferente e eu faço, pois nas lojas não encontro. Pra mim que sou uma senhora ainda encaro essas roupas que vendem aqui, mas minha filha não gosta de jeito nenhum.

5. Você combina mais de uma peça de roupa para compor apenas uma?

As vezes uso bolero.

6. O que você gostaria que mudasse nas roupas para atender suas vontades?

Gostaria que tivesse mais opções.

Entrevistada 12- Lilian

1. Há quanto tempo você faz parte desta igreja?

Desde que nasci.

2. Na sua opinião, o que é fazer parte desta igreja?

É Algo normal, já nasci nessa religião. Todo mundo tem que ter alguma religião.

3. As suas vestes condizem com as doutrinas da igreja ou você se veste a sua maneira?

Eu me visto de acordo com a doutrina da igreja.

4. Pra você o que é estar na moda?

É usar o que passa na televisão, nos desfiles, no que eu vejo na internet.

5. Você acompanha a moda? E por quê?

Eu tento, mas muitas coisas não são permitidas. Gostaria de usar outras coisas que eu não posso.

6. Você sente dificuldades para comprar roupas na cidade de Caruaru?

Minha mãe é que costura minhas saias, sou magrinha e não encontro saia que dê em mim e tenha uma cara jovem, Tenho 15 anos e não gosto de me vestir como uma velha. As blusas eu ainda encontro, as saias é que é mais difícil.

7. Você utiliza serviços de costureiras pra fazer suas roupas?

Sim, minha mãe faz minhas roupas.

8. Você combina mais de uma peça de roupa para compor apenas uma?

As vezes.

9. O que você gostaria que mudasse nas roupas para atender suas vontades?

Gostaria que tivesse roupas mais bonitas e com a cara mais jovem, e mais opções de lojas.

Entrevistado 13- Pastor Claudio

1. Como você vê a moda?

Vejo como algo comum a mulheres que não são evangélicas, algo também que estimula as vendas do comercio.

2. A igreja impõe as roupas que as fiéis devem usar?

A igreja não impõe a roupa que as fiéis devem usar. É uma questão de bom senso da parte delas, as calças são peças exclusivas de uso masculino, porque exibem as curvas da mulher e outras roupas mostram o corpo de maneira vulgar. Essa é a diferença da mulher evangélica e da mulher mundana.

3. O que você acha de uma mulher pertencente a denominação que o senhor dirige acompanhar moda?

Como eu disse antes, elas que devem ter essa consciência, já que moda pertence ao mundo. Na minha opinião, não acho seguir moda correto. As mulheres usam roupas marcando o corpo, mostrando a silhueta e exibindo partes de não devem ser exibidas.

4. Na sua opinião, que parte do corpo a mulher evangélica não deve exibir?

As pernas, costas e peito. Nem mulher nenhum deveria exibir. A mulher não deve usar roupas de homens nem mostrar o corpo, e não foi eu que instituir isso. Essas palavras são da bíblia.

5. O que você acha da moda confeccionar roupas específicas para mulheres evangélicas?

Eu acho uma ótima ideia. Fico feliz em saber que existe alguém preocupado em vestir as mulheres evangélicas. Contanto que não tenha nada de escandaloso.

6. O que você acha das roupas para pessoas evangélicas no geral (homens e mulheres)?

Minha esposa reclama muito dessa falta, mas ela já encontrou alguém pra costurar pra ela. Eu não sinto essa dificuldade, pois roupa para homem é fácil de encontrar.