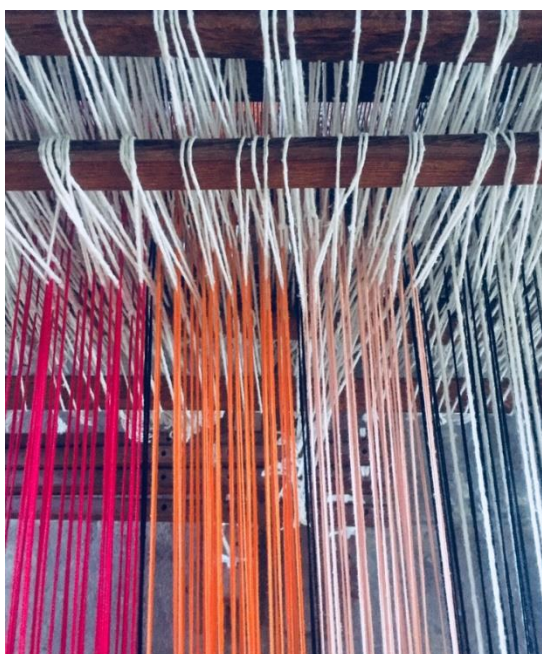




UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA

LUANA NASCIMENTO VIEIRA



**ANTROPOLOGIA E MODA: REFLEXÕES SOBRE A REDE DE CRIADORES E
CRIADORAS DE SALVADOR**

SALVADOR
2018

LUANA NASCIMENTO VIEIRA

**ANTROPOLOGIA E MODA: REFLEXÕES SOBRE A REDE DE CRIADORES E
CRIADORAS DE SALVADOR.**

Orientador: Prof. Dr. Fernando Firmo Luciano

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação
em Antropologia da Universidade Federal da Bahia, no
dia 05 de julho de 2018, como um dos requisitos para
obtenção do título de Mestre em Antropologia.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Fernando Firmo Luciano (PPGA/UFBA) (Presidente)

Prof. Dr. Milton Júlio Carvalho Filho (IHAC/UFBA) (Avaliador)

Profa. Dra. Renata Pitombo Cidreira (PPGCOM/UFRB) (Avaliadora)

Suplente:

Prof. Dr. Moises Lino e Silva (PPGA/UFBA)

SALVADOR
2018

AGRADECIMENTOS

Uma dissertação não se concretiza apenas por uma cabeça e duas mãos, por isso gostaria de agradecer inicialmente ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal da Bahia (PPGA/UFBA) pelo acolhimento da presente pesquisa, e aos professores e professoras da casa que através de suas aulas iluminaram possíveis caminhos teóricos para o desenvolvimento da etnografia. Agradeço também à FAPESB pelo financiamento que me permitiu permanecer por dois anos no Mestrado e dedicar-me inteiramente à pesquisa.

Sou grata principalmente a meu orientador, o professor Fernando Firmo, que me acompanha desde a graduação e a quem devo boa parte do meu aprendizado em Antropologia e Metodologia: a paciência com os diálogos iniciais em campo, a liberdade na escrita e o estabelecimento de relações com os/as interlocutores/interlocutoras. Grata também pelas sugestões de leituras, pelas correções cuidadosas e pela confiança na escolha da minha temática e na minha escrita.

Agradeço ainda aos colegas do Mestrado pelas trocas de ideias, sugestões, indicações e desabafos, sobretudo à Denise, Anne e Maiara. Só nós sabemos como nosso apoio foi fundamental nos bons momentos, e sobretudo nos dias mais difíceis.

Embora várias pessoas tenham contribuído para a realização do meu trabalho de campo, não poderia deixar de mencionar as principais interlocutoras da pesquisa, Carla Maciel, Dora, Mina e Ana Fernanda pois sem a colaboração, confiança, compreensão e amizade delas o presente trabalho não teria sido escrito.

Agradeço ainda ao Grupo de Pesquisa Corpo e Cultura, coordenado pela professora e pesquisadora Renata Pitombo Cidreira, o qual tive a sorte de encontrar ao longo do Mestrado e poder dialogar sobre a temática Moda com outros/outras pesquisadores/pesquisadoras. Além disso, pude participar também de alguns congressos, como o XIII Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (ENECULT), o III RECOM - Comunicação e Processos Sociais e VI Encontro Historicidades dos Processos Comunicacionais e o II Congresso Internacional sobre Culturas - Diálogo Brasil Portugal, onde os GTS organizados por Renata discutiam sobre a temática Moda enquanto objeto analítico. Sem dúvidas, as discussões e debates realizados juntamente com os/as colegas do grupo contribuíram para algumas reflexões cunhadas na dissertação.

Por fim, nada disso seria possível sem o apoio dos meus familiares, amigos e amigas, com destaque para a minha mãe Margarida pelo apoio imensurável ao longo da minha trajetória

acadêmica, e a meu irmão Lucas pela estima e apoio diante da minha escolha profissional. O tópico no primeiro capítulo, “Tem feiras e feiras”, surgiu dentre uma de nossas descontraídas conversas.

RESUMO

A dissertação apresenta as relações de trabalho entre criadores e criadoras de Moda na cidade de Salvador em diferentes situações urbanas, como feiras itinerantes de gastronomia e moda, lojas, lojas colaborativas, ateliês e eventos culturais. O resultado da investigação etnográfica aponta para um mercado diverso em relação aos perfis laborais criativos nestes espaços (artesãs, designers de moda, estilistas, ourives e artistas), e também para três temáticas centrais que conceituam os processos de criação-confecção-comercialização destes profissionais: sustentabilidade, colaboração e afroempreendedorismo. A rede de criadores e criadoras é composta por circuitos que se interconectam compondo as tramas da Moda na cidade. O texto traz os caminhos e trajetos percorridos de modo itinerante ao longo do trabalho de campo juntamente com os/as interlocutores/interlocutoras para a construção de um saber sobre a Moda a partir dos cotidianos de trabalho dos/das criadores/criadoras de Salvador.

Palavras-chaves: Moda; Criadores/Criadoras; Cidade; Rede; Circuito.

ABSTRACT

The dissertation presents the working relationships between designers and fashion designers in the city of Salvador in different urban situations, such as itinerant gastronomy and fashion fairs, shops, collaborative shops, ateliers and cultural events. The result of ethnographic research points to a diverse market in relation to the creative work profiles in these spaces (artisans, fashion designers, stylists, goldsmiths and artists) and also to three central themes that conceptualize the creation-confection-marketing processes of these professionals: sustainability, collaboration and afro-entrepreneurship. The network of designers and creators is composed of circuits that interconnect composing the fabrics of fashion in the city. The text brings the paths and routes traveled along throughout the fieldwork with the interlocutors/interlocutors to build a knowledge about Fashion from the daily work of the creators/creators of Salvador.

Key-words: Fashion; Creators/Creators; City; Network; Circuit.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
CAPÍTULO 1 – TRAMAS ITINERANTES	18
1.1 Uma breve lembrança articuladora	18
1.2 A construção do trabalho de campo	21
1.3 Tem feiras e feiras	23
1.4 A Feira da Cidade – a entrada oficial em campo	32
CAPÍTULO 2 – O TRABALHO DE CAMPO NA FEIRA DA CIDADE.....	42
2.1 A Feira em Stella Maris	42
2.2 A Feira na Praça da Várzea – o retorno do evento	50
2.3 A Feira no Imbuí.....	55
2.4 A Feira no Jardim dos Namorados	64
CAPÍTULO 3 – UM HIATO CONSTRUTIVO	75
3.1 Quando a Feira parou, comecei a tessitura da rede.....	75
3.2 O ateliê de Mina.....	79
3.3 A Loja Guapa.....	85
3.4 A Moda Sustentável e o Afroempreendedorismo.....	97
3.5 Para concluir por onde comecei.....	106
CONSIDERAÇÕES FINAIS	112
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	118

INTRODUÇÃO

A Moda enquanto fenômeno sociocultural sempre despertou minha curiosidade devido a sua potência reflexiva e à infinidade de possibilidades de pensarmos as relações humanas a partir das roupas e acessórios. Essa curiosidade investigativa e aproximação profissional a um passado nem tão distante que começou no curso de graduação em Design de Moda, o qual se entrelaçou às Ciências Sociais, mais especificamente ao Bacharelado em Antropologia da UFBA, foi primordial para a escolha do meu campo de pesquisa que se iniciou com a monografia “Antropologia e Moda: reflexões a partir de uma designer de acessórios”, defendida em 2016.

Na monografia, realizei uma pesquisa qualitativa que durou um ano, e neste período investiguei três instâncias da marca Andrômeda Acessórios, a criação-confecção-circulação dos acessórios criados por Ellen Trindade. Acompanhei inicialmente o processo de criação e confecção na casa da artista-designer, que é também seu ateliê; suas itinerâncias pelo centro da cidade, nas lojas da avenida Sete de Setembro, Lapa e da Carlos Gomes para a compra de aviamentos e materiais para confecção dos acessórios; e, por fim, o processo de circulação da marca através da divulgação e comercialização, tanto nas redes sociais quanto nas feiras itinerantes de gastronomia e moda, à exemplo da Feira da Cidade.

Ao longo dessa imersão ficou evidente a articulação da Ellen com outras marcas de moda da cidade que produziam em um formato semelhante ao dela, em pequena escala, de modo mais artesanal, e que seguem todas as etapas de criação-confecção-comercialização de seus objetos independentes da grande indústria da Moda. Observei, a partir daí a existência de um grupo de designers de moda que interagem nas situações urbanas de feiras, lojas e eventos, o que me fez pensar na existência de uma rede de moda independente em Salvador, na qual os/as profissionais envolvidos/envolvidas criam inseridos no contexto do movimento *slow fashion* (Neder, 2016).

Segundo Neder (2016), ao se contrapor à *fast fashion*, a *slow fashion* tem princípios marcados pelo conceito de tempo pausado e valores sociais que prezam pelo consumo consciente e o convívio humano. É um tipo de produção que demanda pesquisas sobre processos criativos e produtivos, a escolha de materiais sustentáveis e formas de diversificar o uso de um mesmo objeto para atender a diferentes situações. Tem como premissa criar vestimentas com significado emocional, evitando tendências passageiras, contribuindo para a longevidade das roupas, a preservação do meio ambiente e o bem-estar social (NEDER, 2016).

A compreensão das articulações envolvidas na rede de designers de Moda da cidade tornou-se o principal objetivo da presente pesquisa, por isso o projeto inicialmente tinha como título “Antropologia e Moda: reflexões sobre a rede de designers de Salvador”. Porém, ao longo do trabalho de campo, percebi que existiam outras categorias laborais nos espaços de comercialização de moda, como artesãs/artesãos, ourives, artistas e não somente designers de moda. A partir daí, decidi ampliar meu olhar para englobar as pessoas que realizassem processos criativos que culminassem em produto de vestuário, como roupas e acessórios. Dessa forma, adotei a categoria de criadores e criadoras locais, e o nome da pesquisa se transformou em “Antropologia e Moda: reflexões sobre a rede de criadores e criadoras de Salvador”.

Iniciei o trabalho de campo no local onde finalizei a pesquisa realizada na monografia, a Feira da Cidade, uma feira urbana e itinerante que surgiu no ano de 2014 e que acontece quinzenalmente ou mensalmente em Salvador. Antes de me apresentar aos expositores e expositoras enquanto pesquisadora, realizei um “aquecimento etnográfico”, momento em que me deslocava até o evento para recolher cartões de visita, seguir as marcas nas redes sociais e saber quais eram as outras situações urbanas em que os/as criadores/criadoras circulavam.

Depois de um tempo adotando esta metodologia, contatei a idealizadora e produtora do evento para entrar em campo como pesquisadora e poder, de fato, realizar a observação participante e as entrevistas semiestruturadas. Esta imersão ocorreu em quatro edições, sendo que entre a primeira e a segunda houve um espaço de quatro meses em que a Feira ficou sem acontecer na cidade.

Neste momento, passei a circular por outras situações urbanas relativas ao contexto de Moda e localizei através das redes sociais as marcas mapeadas no “aquecimento etnográfico”. Assim, frequentei eventos, rodas de conversas, outras feiras, lojas, ateliês, e dessa forma fui mapeando a rede de criadores e criadoras locais, seus cotidianos de trabalho e suas concepções sobre Moda.

É válido frisar que a rede mapeada na dissertação não correspondeu a todos/todas os/as criadores/criadoras de moda de Salvador, afinal são muitas as pessoas que se dedicam a viver a partir de criações de vestuário. Diante desta realidade, dialoguei com a percepção de Hannerz (2015, p. 187), segundo a qual “a ideia de redes na antropologia significa abstrair de algum sistema mais amplo, para objetivos analíticos, conjuntos de relacionamentos mais ou menos elaborados”.

Assim, os relacionamentos que trago aqui emergiram de uma situação urbana específica, a Feira da Cidade, e logo se expandiram para outras situações urbanas. Dessa forma, não me

detive apenas neste evento itinerante, ao concordar que “o princípio da articulação das situações na vida dos cidadãos permite reconstituir a coerência das redes em diferentes ocorrências da vida urbana” (AGIER, 2011, p.78).

Para tratar da perspectiva de rede, Agier (2011) assinala dois aspectos importantes: a ancoragem e o desenvolvimento das redes, para em seguida se dedicar a outro conceito importante, o de qualidade. Sua abordagem se encaixa no percurso de minha pesquisa que se iniciou com Ellen Trindade, que se caracterizaria como a ancoragem, “dado que cada indivíduo retira da sua posição, na ordem social da cidade, certa caracterização moral” (AGIER, 2011, p. 78).

Ellen, artista-designer da Andrômeda, que foi meu ponto de origem para alinhar a pesquisa do mestrado, seria “o indivíduo como cabeça da rede”. A partir do trabalho realizado com ela, pude compreender a existência de uma rede de designers de moda, e foi através de Ellen que cheguei à Feira da Cidade e lá pude perceber a articulação entre esses/essas criadores/criadoras locais.

A qualidade das redes pode ser observada pelas relações que se estabelecem a partir da ancoragem, que se multiplicam e expandem desse primeiro indivíduo através de um critério de cooperação e de uma relação social que está na base de sua existência. Segundo Agier (2011, p.80), nas redes “circula um conjunto de ideias, valores e normas que permitem o seu funcionamento”. De acordo com sua hipótese, existe uma relação substancial entre o tipo de laço social, a função e o conteúdo moral das redes.

O conteúdo moral aqui investigado se caracterizaria como as perspectivas sobre a Moda do ponto de vista dos/das interlocutores/interlocutoras. A definição de moda cunhada por Ellen, a interlocutora da monografia, dialogou com o que me foi apresentado ao longo do trabalho de campo na dissertação. Para ela, Moda é uma forma de expressar suas ideias, gerar conceitos, sentimentos, questionar comportamentos e modos de pensar, uma forma também de se posicionar politicamente. Essa correlação ficou evidenciada ao me deparar com interlocutores/interlocutoras em campo que têm trabalhado, através da moda, questões sobre identidade, padrões de beleza, sustentabilidade, representatividade étnica e de gênero.

Dessa forma, meu intuito neste trabalho não foi o de versar sobre a Moda trazendo uma definição já elaborada por autores/autoras como Richardson & Kroeber (1940), Bourdieu (2004), Barthes (1979), Baudrillard (1996), Lipovetsky (1989), Simmel (2008), Calanca (2008), Preciosa (2013), Svendsen (2010), Veblen (1980), Pontes (2004), Leitão (2006, 2007), Pinheiro Machado (2006), Cidreira (2005), dentre outros e outras.

A temática Moda concordando com a noção de Aderaldo (2009) é tratada aqui de modo heterogêneo, descortinando a ideia do fenômeno enquanto categoria exclusivamente ligada ao consumo de roupas para uma abordagem pluralista que possibilita a realização de análises acerca da vida social bem como das relações desdobradas através deste fenômeno sociocultural. Afinal, as roupas e acessórios importam de formas distintas para as pessoas em tempos e locais diversos: conforme Rochedo (2014), têm circulação social, mediam relações e despertam narrativas, sendo então atravessadas por fluxos sociais, econômicos, políticos, históricos e subjetivos, logo pode-se dizer que são culturais.

Evitei dessa maneira ir à campo buscando formulações teóricas prontas, mas aberta para ver, observar e ouvir os cotidianos laborais dos/das criadores/criadoras e suas representações acerca do fazer Moda em suas vidas, para a partir daí correlacionar às leituras e as compreensões acerca do fenômeno tratado. A presente pesquisa teve também como um dos objetivos produzir um documento etnográfico que relatasse as relações de trabalho entre criadores/criadoras de Moda de Salvador, bem como os principais conceitos que norteiam suas criações, trazendo assim um panorama do mercado de Moda da cidade a partir da rede de criadores e criadoras independentes.

Salvador não é uma cidade que tem a Moda enquanto um setor de destaque do ponto de vista econômico. Isto não se deve à qualidade dos trabalhos dos/das profissionais da área, visto que existem estilistas renomadas como Marcia Ganem, Luciana Galeão, Goya Lopes e Carol Barreto. Mas pelas dificuldades do mercado em relação à mão-de-obra qualificada, de fornecedores e matérias-primas diversificadas, elementos pontuados por Ellen e verificados ao longo do trabalho de campo realizado para a elaboração da dissertação.

Ficou evidente, porém, que o advento das feiras de gastronomia e moda, sobretudo após o surgimento da Feira da Cidade no ano de 2014, contribui para o fomento da economia criativa local de diversos/diversas criadores/criadoras, que passaram a ter maiores oportunidades de divulgação e comercialização de suas criações. Desta forma, a Feira da Cidade pode ser considerada um marco do fomento à Moda local.

Ao longo do trabalho de campo se tornou perceptível o fato de que a Feira da Cidade, para os/as expositores/expositoras de Moda, funciona mais como uma vitrine para seus trabalhos do que objetivamente como um meio de vendas. Nestas feiras, que costumam ter um público significativo, os/as criadores/criadoras têm contato direto com potenciais consumidores/consumidoras, que mesmo quando não realizam compras no estande, levam

cartões de visita ou passam a segui-los/seguir-las nas redes sociais, mantendo um contato pós-evento.

Ainda que acredite ter mensurado, em alguma medida, quem são os/as consumidores/consumidoras de modo geral, não atentei para o público consumidor nesta pesquisa, pois creio que fugiria do meu objetivo de seguir os/as profissionais e seus objetos-de-moda nas situações urbanas. Para isso, as perspectivas situacionais e comunicacionais, elaboradas respectivamente por Agier (2011) e Canevacci (2004), foram as contribuições teóricas basilares para o diálogo realizado através do trabalho de campo inserido no contexto da cidade.

Agier (2011) trata da importância da compreensão da cidade através das pessoas que vivenciam as situações urbanas. Do mesmo modo, na presente pesquisa, busquei compreender Salvador a partir dos/das criadores/criadoras de moda que mapeei na Feira da Cidade, evento itinerante que pode ser considerado como uma situação de consumo-comunicação-cultura, que segundo Canevacci (2004) compõem as cidades metropolitanas devido a seu caráter polifônico. Dessa forma, com base nestes autores afirmo que as feiras itinerantes de gastronomia e moda podem ser consideradas enquanto situações urbanas polifônicas.

As feiras representam uma escala parcial da cidade de Salvador onde circulam múltiplas vozes, cores, estilos e idades. Os/as criadores/criadoras de moda que integram este circuito de feiras participam de um novo formato de comercialização que ultrapassa os limites de seus pequenos ateliês, das redes sociais e das lojas para circularem seus objetos-de-moda pela cidade juntamente com a Feira.

Outro autor contemporâneo que teve relevância de base metodológica foi o antropólogo urbano José Magnani (2002), sobretudo através de sua perspectiva de análise “de perto e de dentro”, a qual qualifica os atores sociais enquanto unidades de análise fundamentais para a construção de um saber social. Utilizo também a categoria de circuito inspirada na acepção do autor, que a define como “a configuração espacial, não contígua, produzida pelos trajetos de atores sociais no exercício de alguma de suas práticas, em dado período de tempo” (MAGNANI, 2014, p.8). São os trajetos feitos pelos/pelas interlocutores/interlocutoras de pesquisa que irão dar as pistas para a construção dos circuitos numa cidade, sendo justamente este movimento que realizei ao longo do trabalho de campo, acompanhando as/os criadoras/criadores de moda em seus cotidianos laborais, inclusive para além da Feira da Cidade.

Além dos mencionados autores, filio-me também à perspectiva de Hannerz (2015), que assim como Agier (2011) compreende as cidades “como resultado das ações e intervenções de distintos atores sociais que vivem, interacionam, usam e circulam no/pelo espaço urbano” (Hita, 2017, p. 193). Dessa forma, penso na cidade de Salvador, mais especificamente no mercado de Moda da mesma, sob a perspectiva da conformação de uma rede local de criadores independentes composta por suas conexões laborais e de vida.

A pesquisa, que partiu da análise situacional (AGIER, 2011) da Feira da Cidade, desdobrou-se numa perspectiva relacional “sobre situações sociais, sobre a participação das pessoas nestas e sobre a maneira como uma vida social complexa pode ser construída a partir delas” (HANNERZ, 2015, p. 20). Assim, a dissertação se insere numa perspectiva etnográfica urbana, compreendendo a etnografia segundo a colocação de Peirano (1995, p. 41):

[...] o estreito vínculo entre teoria e pesquisa na antropologia, demonstrando a tese de que a pesquisa etnográfica é o meio pelo qual a teoria antropológica se desenvolve e se sofisticada quando desafia os conceitos estabelecidos pelo senso comum no confronto entre a teoria que o pesquisador leva para o campo e a observação entre os nativos que estuda [...] (PEIRANO, 1995, p. 41).

Ressalto este gênero de pesquisa como uma possibilidade de diálogo entre a teoria e a prática de campo, relacionando o que o/a pesquisador/pesquisadora possui de bagagem teórica com o que emerge nas vidas dos/das interlocutores/interlocutoras enquanto reflexão para uma teoria já existente ou quem sabe até para a produção de uma nova teoria.

Nesta perspectiva escolhi a observação participante enquanto metodologia. Concordando com Bernard (1994), esta consiste numa forma de se aproximar de pessoas e deixá-las à vontade para serem elas mesmas durante o registro e coleta de dados acerca de suas vidas e interações sociais. Para isso, ao longo do período de campo, levei blocos de anotações para o registro de conceitos, categorias e observações acerca do cotidiano dos/das criadoras em seus espaços de comercialização. Dessa forma concretizei o que Shaw et al. (2011) descreveram como a confusão do mundo social em palavras escritas que podem ser revisitadas ao longo da pesquisa.

Assim, para chegar a uma organização das ideias, se fez necessária a realização do maior número possível de atividades diárias durante um período prolongado. Foi o que procurei fazer indo as feiras, participando de eventos, rodas de conversas, visitando lojas de empreendedores/empreendedoras locais, e dessa forma fui conquistando a confiança das principais interlocutoras desta pesquisa, Mina, Dora, Angel e Ana Fernanda (seus nomes se mantiveram originais sob autorização das mesmas).

A escrita do diário através das notas de campo, segundo Weber (2009), é uma técnica que permite um distanciamento necessário na pesquisa empírica e que favorece a análise do desenvolvimento, na medida em que revela cada etapa da reflexão e as diversas hipóteses levantadas pelo/pela autor/autora no momento em que foram reformuladas. É como se o diário de campo fosse um rascunho da pesquisa, onde o/a etnógrafo/etnógrafa pode se equivocar até chegar à compreensão da lógica interna de um grupo.

Assim, o texto final foi composto pelo desmembramento das diversas páginas que compuserem os diários, pelas notas em cadernos e pelas gravações de áudios realizadas no celular. A partir da reordenação destes dados, foi possível a construção de um pensamento lógico, uma nova ordem retórica imposta ao material coletado em campo em consonância com o material teórico.

Gostaria de acrescentar ainda que fui a campo sem necessariamente pensar num recorte de gênero, pensando em trabalhar especificamente com homens ou com mulheres –no universo da Moda, inclusive, são muitos os estilistas homens. Apenas tinha o intuito de compreender os processos criativos e de comercialização, independente do gênero. Porém, pelo fato de ser mulher e devido às minhas inclinações feministas, acabei trabalhando mais com criadoras, inclusive com mulheres que utilizam a moda enquanto um meio de empoderamento feminino. Mesmo assim, procurei contemplar ambos os gêneros para tratar da categoria laboral criador/criadora ao longo da dissertação. Assim, ainda que as vozes femininas apareçam com maior força no texto, não significa que não existam homens na rede e nos circuitos da moda local independente.

No primeiro capítulo da dissertação, “Tramas itinerantes”, apresento os caminhos percorridos ao longo do trabalho de campo realizado e como iniciei minha itinerância pelas situações urbanas de moda a partir da Feira da Cidade, local onde finalizei a pesquisa da graduação e iniciei a pesquisa do Mestrado. Procurei, assim, apresentar o mencionado local de partida, bem como dialogar analiticamente sobre as feiras de maneira geral para os estudos antropológicos urbanos.

A antropóloga Viviane Vedana contribuiu sobremaneira para as reflexões levantadas neste capítulo sobre “as artes do saber”, a “educação do olhar” e a “importância da forma” ao fazer a feira. A partir da leitura de sua tese “No mercado tem tudo que a boca come: estudo antropológico da duração das práticas cotidianas de mercado de rua no mundo urbano contemporâneo” (VEDANA, 2008), inspirei-me para realizar o trabalho de campo na Feira da

Cidade, e também para saber como proceder em uma situação urbana polifônica (CANEVACCI, 2004).

O autor Canevacci (2004), com a sua perspectiva comunicacional e polifônica, contribuiu para suscitar reflexões acerca da cidade de Salvador do ponto de vista destes novos *sets* do consumo performativo, onde as pessoas circulam não somente para realizar compras, mas também para vivenciar novas experiências, para consumir vivências coletivas de encontros com conhecidos (amigos/familiares) ou até desconhecidos – pessoas que se conhecem nestes espaços como a Feira da Cidade. Além das reflexões sobre as feiras urbanas, neste primeiro capítulo apresento brevemente as principais interlocutoras da pesquisa, Dora, Mina, Angel e Ana Fernanda.

No segundo capítulo, “O trabalho de campo na Feira da Cidade”, trago a entrada oficial em campo como pesquisadora no referido evento em quatro locais diferentes: Stella Maris, Pituba (duas edições, uma na Praça da Várzea e outra no Jardim dos Namorados) e Imbuí. Nestes quatro finais de semana, que não foram sequenciais, estive por um tempo maior no evento fazendo observação direta, observação participante e algumas entrevistas semiestruturadas, quando era viável. Embora tenha me detido mais nestas edições, fui ao evento por diversas vezes desde a graduação até a finalização do Mestrado, o que favoreceu para uma maior familiaridade com o contexto.

A edição da Feira em Stella Maris foi a primeira vez em que me apresentei aos expositores/expositoras enquanto pesquisadora. Foi uma entrada difícil, com muitas possibilidades analíticas, e estava testando as formas de estar e agir no espaço, afinal não havia um manual de como fazer aquele trabalho, muito menos alguém para me respaldar. Até então não sabia que desdobramento que todo aquele esforço empregado para iniciar um trabalho de campo iria suscitar.

A Feira na Praça da Várzea, na Pituba, foi o retorno do evento após quatro meses sem ocorrer. Resolvi não adentrar nos motivos pelos quais a Feira da Cidade parou por um tempo, ainda que tenha buscado respostas com a própria organizadora, com algumas interlocutoras e também com os funcionários responsáveis pela relação com o evento na sede da Secretaria Municipal de Trabalho, Esportes e Lazer (SEMTEL). Como as justificativas foram diversas, percebi que poderia acabar expondo algumas pessoas e tomando muito tempo da pesquisa para compreender uma questão que fugiria do objetivo central do presente trabalho.

Na Feira no Imbuí comecei a sentir uma maior familiaridade com o campo, com a situação e uma maior desenvoltura em me apresentar, a saber o que observar, perguntar e quanto

tempo permanecer no evento, focando mais na parte das Manufaturas Criativas. Por sua vez, A Feira no Jardim dos Namorados foi minha última estada em campo no evento e a primeira vez em que fiz a observação participante. Passei o final de semana juntamente com Mina em seu estande, da marca Joia de Mina, onde pude vivenciar a experiência da feira dentro do espaço da expositora. A negociação para esta interação foi feita com ela em seu ateliê, momento que descrevo no terceiro capítulo.

O terceiro capítulo, “Um hiato construtivo”, inicia-se a partir do período dos quatro meses em que a Feira da Cidade ficou sem acontecer em Salvador, mais destacadamente entre o intervalo dos trabalhos de campo realizados na Feira em Stella Maris e na Feira na Praça da Várzea. Depois, as reflexões ocorreram simultaneamente ao campo feito no evento e foram conduzidas pelas interlocutoras, que se destacaram ao revelar as principais ponderações do atual panorama da Moda local: identidade, estilo, colaboração, sustentabilidade, representatividade étnica e de gênero.

Os autores Agier (2011) e Magnani (2002) fundamentaram as noções de rede e de circuito utilizadas para dialogar com as reflexões epistemológicas e metodológicas estabelecidas ao longo do trabalho de campo nas outras situações urbanas que aparecem neste capítulo, como o Ateliê de Mina, a Loja Guapa e os eventos *Fashion Revolution* e *Afro Fashion Day*. No Ateliê de Mina, pude ter acesso a materialidade dos acessórios que são comercializados na Feira da Cidade, bem como a seu envolvimento em todas as etapas necessárias para que os materiais ganhem formas. A leitura de Ingold (2015) contribuiu para me inspirar nas observações realizadas em seu ateliê em relação às suas habilidades técnicas em criar suas peças de prata, ouro e aço.

A Loja Guapa tornou-se uma grande referência para as reflexões centrais estabelecidas no terceiro capítulo, principalmente no que se refere às questões sobre os circuitos da moda sustentável e afroempreendedora. O espaço, além de ser de comercialização de produtos de moda e de decoração, também se conforma como ponto de encontro para debater consumo, moda e produção, sendo inclusive um dos locais que sediou o evento *Fashion Revolution Week* de 2017.

O movimento *Fashion Revolution* foi criado em Londres, pelas designers de moda Carry Somers e Orsola de Castro, após o desabamento de um prédio que abrigava a confecção de uma grande empresa de *fast fashion* europeia. O desastre matou centenas de trabalhadores e trabalhadoras que sobreviviam em precárias condições trabalhistas e de vida para sustentar os estrondosos lucros de empresas multimilionárias. Desde então, profissionais de diversos países

passaram a se mobilizar e se afiliar a este movimento que todo mês de abril, na data em que ocorreu o desabamento, promovem eventos de debates e ações em prol da sustentabilidade social e ambiental na Moda. O *Fashion Revolution Week* chegou a Salvador através de Ana Fernanda, uma das principais interlocutoras da pesquisa.

Outro evento importante para a Moda local é o *Afro Fashion Day*, que desde o surgimento, no ano de 2015, vem fomentando o mercado afroempreendedor. O circuito da moda sustentável é conectado a este circuito afroempreendedor, pois ambos se inserem nos mesmos espaços de comercialização da cidade como feiras itinerantes e lojas colaborativas e reivindicam, através da Moda, transformações de um sistema hegemônico de exploração e não-representatividade étnica e cultural.

Todos estes eventos, lojas, ateliês e feiras compuseram as situações urbanas nas quais circulei para compor uma etnografia urbana itinerante juntamente com os/as interlocutores/interlocutoras. Estes, os/as criadores/criadoras de moda local, ao percorrerem os trajetos que compõem seus cotidianos de trabalho, acabam por conformar uma rede independente de profissionais da moda na cidade.

CAPÍTULO 1 – TRAMAS ITINERANTES

1.1 Uma breve lembrança articuladora

Foi ao longo do trabalho de campo realizado com a Ellen em meu trabalho de conclusão de curso¹, mais especificamente em um dos seus pontos de comercialização, a Feira da Cidade, que passei a pensar numa expansão da pesquisa que havia se iniciado na graduação. Foi exatamente ali, naquela situação (AGIER, 2011), num final de tarde de domingo, sentada num banco de madeira localizado no canteiro central da Avenida Centenário em frente ao estande da Andrômeda Acessórios, que pensei no desenrolar de uma pesquisa para o mestrado. A ideia era começá-la literalmente onde fechei o ciclo do trabalho de graduação: na Feira da Cidade.

Tinha em mente que tomaria um rumo oposto ao que realizei na monografia, a qual comecei compreendendo o processo de criação e confecção da Ellen, respectivamente, em sua casa-ateliê e nos espaços urbanos de Salvador. Em que ela semanalmente frequentava para a compra de aviamentos ou para terceirização de parte de sua produção em outras duas confecções, uma na rua do Taboão (Salvador, BA) e outra numa fábrica em Jauá (Camaçari, BA).

Em um segundo momento da pesquisa, realizei o acompanhamento do que chamei de circulação da Andrômeda, que consistiu no processo de divulgação e na comercialização da marca. Passei a observar e analisar suas publicações de textos, imagens e vídeos nas redes sociais, bem como algumas matérias em que esteve presente em jornais como o Correio da Bahia e o A Tarde. Acompanhei também a comercialização da marca que ocorre pela internet, através da loja virtual ou pelas redes sociais, em sua casa (“*home-office*”), em feiras de gastronomia e moda, eventos, e em lojas físicas – incluídas aqui as lojas colaborativas².

A análise da Andrômeda ocorreu, desta forma, em três instâncias que classifiquei por criação-confecção-circulação. Na etapa final da pesquisa surgiu uma questão a ser aprofundada na dissertação, pois passei a compreender que Ellen não era a única artista-designer de moda que trabalhava de modo independente em Salvador; existiam outras pessoas criando-

¹ NASCIMENTO, Luana. Antropologia e Moda: reflexões a partir de uma designer de acessórios. 2016. 80f. Monografia (Graduação em Ciências Sociais – Bacharelado em Antropologia) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016. Orientador: Prof. Dr. Fernando Firmo.

² Modelo de negócio que disponibiliza um espaço físico, geralmente separado por boxes, araras ou prateleiras, para a comercialização do trabalho de artesãos e pequenos empreendedores. É cobrado um valor de aluguel pelo espaço individual disponibilizado ao empreendedor, havendo lojas que também cobram algumas taxas por fora do aluguel, como o imposto ICMS, taxas sobre vendas e/ou sobre o uso de cartão de crédito.

confeccionando-circulando que não acompanhavam o sistema homogeneizante de uma produção de moda globalizada.

Passei a perceber a existência deste grupo quando comecei a frequentar a Feira da Cidade e observar a quantidade de estandes na área de Moda. Pessoas trabalhando com um formato de produção que não acompanhava as estações do ano, construindo seus objetos-de-moda a partir de suas próprias demandas, não comercializando em grandes lojas e nem participando de desfiles de moda. Profissionais que estão ocupando as ruas de Salvador através das feiras da gastronomia e moda, propondo uma forma de comercialização colaborativa através de novos formatos de lojas físicas, as chamadas lojas colaborativas, e apostando também no chamado *e-commerce* (comércio eletrônico/virtual).

A Ellen se insere neste grupo, que compõe uma rede (AGIER, 2011) de designers de moda – categoria que apresento nesta dissertação a partir de uma ampliação para a de criadores/criadoras locais, o que será explanado ao longo do texto. Para isso, fiz o caminho inverso ao da monografia e comecei a pesquisa pelo processo de circulação das marcas, mais especificamente pela comercialização dos criadores/criadoras na Feira da Cidade.

Assim, o objetivo deste trabalho é compreender o funcionamento dessa rede e como o grupo se articula, o que leva essas pessoas a trabalharem com moda e como entendem este fenômeno sociocultural, qual a relação desses trabalhadores e trabalhadoras com uma construção identitária local, como circulam pela cidade reconfigurando espaços públicos através das feiras itinerantes, das lojas colaborativas, ateliês e eventos culturais. Neste capítulo, e no seguinte, iniciarei esse percurso itinerante pela Feira da Cidade, na qual realizei o trabalho de campo para a interlocução com os/as criadores de moda locais. Neste sentido, eles trazem a possibilidade de ampliar as reflexões e perspectivas analíticas sobre as feiras nos estudos antropológicos, justamente porque a Feira da Cidade inaugura um formato de fazer feira na cidade de Salvador.

Embora já existissem e ainda existam outras formas de feiras livres urbanas, como as feiras de São Joaquim, do Mercado Modelo, da Associação dos Artesãos da Bahia (ADABA), do Instituto Mauá, do Centro Público de Economia Solidária (CESOL) ou as que ocorrem semanalmente nas ruas dos diversos bairros de Salvador, a Feira da Cidade surgiu como um projeto da produtora cultural, Carla Maciel, no ano de 2014, com a proposta de ser uma “incubadora de projetos criativos”.

Segundo Carla Maciel, O evento tem dois objetivos principais: primeiro, proporcionar experiências públicas de lazer para as pessoas que vivem ou vistam a cidade; segundo, fomentar

os trabalhos dos pequenos empreendedores locais de diferentes setores, como o da gastronomia, da Moda, do design, do artesanato, músicos, performers, dentre outros profissionais. Tratarei aqui na dissertação dos que se inserem na parte das “manufaturas criativas” da Feira da Cidade, parte do evento composta por designers de moda e também artesãs e artesãos, os quais defini pela categoria criadores/criadoras locais.

A valorização das experiências de encontros e de comércio nas ruas fica evidenciada no posicionamento da idealizadora da Feira. Ao mesmo tempo em que trabalha na produção do evento, Carla vivencia as situações cotidianas de lazer em todas as edições, conversando com os passantes, conhecendo pessoas e reafirmando seus laços afetivos, visto que seus amigos e familiares são frequentadores assíduos da Feira da Cidade.

Em uma de nossas conversas, ela fez questão de reforçar a ideia de que ainda resiste com um formato independente de patrocinadores de empresas privadas. Carla já recebeu algumas propostas, mas segundo ela estas resultariam na perda deste conceito mais “espontâneo” de fazer a feira, sobretudo pela obrigatoriedade da publicidade de imagens das grandes marcas plotadas por todo o espaço físico do evento. De acordo com Carla, a cidade não deve ser um modelo a ser replicado para vender um espaço público, mas este deve ser construído coletivamente pelas pessoas, sendo esta a sua ideia de Feira (MACIEL, 2015).

A percepção da diversidade de profissionais inseridos na parte das “manufaturas criativas” apareceu ao longo do trabalho de campo. Uma vez que o objetivo da pesquisa era identificar e analisar a rede de designers de moda a partir da Feira da Cidade, tive que explicá-lo inúmeras vezes às expositoras e expositores. Passei a escutar, depois de certo tempo, alguns profissionais dizerem que não eram designers de moda, mas artesãs ou artesãos, assim percebi que estava atrás de uma categoria que não era exclusiva naquele espaço do evento.

A partir daí, surgiram diversos discursos sobre feiras e sobre processos criativos. Algumas interlocutoras classificaram as antigas feiras de artesanato como “feiras menores”, e as feiras de gastronomia e moda que tem acontecido, depois da inauguração da Feira da Cidade, como “feiras maiores”. Algumas migraram das feiras de artesanato para as de gastronomia e moda, como se tal fato representasse uma melhoria em suas carreiras profissionais. Inclusive algumas mudaram suas autodefinições de artesãs para designers de moda ou de acessórios, após o ingresso nas “feiras maiores”. Tem também as que se mantiveram em ambos os tipos de feiras porque não queriam abandonar “suas origens”. Já as que estão iniciando neste ramo nem chegam a comentar sobre uma participação em feiras de artesanato, se vinculam logo as “feiras maiores” que têm trazido maior retorno financeiro e/ou de divulgação das marcas.

Foi possível constatar que o que diferencia as categorias profissionais é o processo de realização das práticas de confecção. As que fizeram cursos técnicos ou de ensino superior na área de Moda, e/ou realizam um trabalho de pesquisa para a confecção de seus objetos, se definem como designers de moda. As que são autodidatas, ou que aprenderam a confeccionar por diversas outras vias que não fosse cursos técnicos ou ensino superior em moda, ou não fazem um trabalho de pesquisa para a criação e execução de seus produtos, trabalhando mais no âmbito da reprodução ou cópia, são as que se definem como artesãs. Ainda existem, na parte de comercialização destes objetos criativos, os/as expositores/expositoras que são apenas revendedores/revendedoras, tendo ainda os/as que revendem e também criam ao mesmo tempo, em um tipo de produção mista.

Ao longo do trabalho de campo, também ficou evidente a itinerância participativa no evento. Há criadores/criadoras que se mantêm desde o surgimento da Feira da Cidade, aqueles que já passaram e não permanecem mais, há aqueles que fizeram parte, pararam por um tempo e retomaram e há aqueles que estão chegando. Essas diferenças implicam nas diversas percepções acerca da feira, as quais aparecerão ao longo da descrição do trabalho de campo.

1.2 A construção do trabalho de campo

Foi na Feira da Cidade que percebi a composição de circuitos (MAGNANI, 2002) da moda independente e de uma rede (AGIER, 2011) de criadoras/criadores de moda na cidade. Em menos de um ano de pesquisa, surgiram outras feiras temporárias de gastronomia e moda e um *boom* de lojas colaborativas para serem mapeadas e analisadas, nas quais essa rede inicial de criadoras/criadores identificada na Feira da Cidade têm circulado, em espaços públicos e privados de Salvador.

Inicialmente, esse evento itinerante foi meu ponto de partida para a pesquisa. Porém, o fato da Feira da Cidade ficar por quatro meses embargada (segundo Carla porque estava sem o alvará da Prefeitura para ocupar os espaços públicos da cidade), fez com que eu tivesse que seguir outros rumos com o trabalho de campo. Por conta disso, tive que antecipar os passos seguintes à inicial observação participante na Feira da Cidade, ou seja, ir para outros lugares em que os expositores mapeados no evento circulassem.

Quem nunca traçou um caminho inicial para um trabalho de campo e os “imponderáveis da vida” o conduziram para outras transversais? O/a antropólogo/antropóloga deve ter “jogo de cintura” e “olhar de soslaio” (INGOLD, 2015) para alcançar esses diferentes movimentos e

segui-los para tecer uma compreensão acerca de um determinado fenômeno, afinal de contas, quem dita as regras do trabalho é o campo.

A ideia inicial para a pesquisa da dissertação era contatar interlocutores/interlocutoras de moda dentro da Feira da Cidade, após fazer uma imersão no cotidiano do evento. Como a Feira ficou por quatro meses parada, meu “olhar de soslaio” compreendeu que minha tarefa deveria tangenciar outros caminhos, e passei a seguir outros eventos para conhecer interlocutores/interlocutoras que dialogassem com a Feira em algum momento de suas trajetórias profissionais. Assim, passei a frequentar outros espaços de comercialização, de encontros dos profissionais da área, rodas de conversas, eventos e lojas colaborativas.

A possibilidade de conviver com um “estranho ao nosso lado” que acaba por ser nós mesmos, permite captar e estranhar as diversas maneiras de ser e fazer a vida. Segundo Ingold (2015), esta consiste numa atitude de se desfamiliarizar com o real que está imerso na própria experiência humana imediata. E em meu caminho de pesquisa sempre me perguntava: como posso me desfamiliarizar com este campo tão próximo do meu universo pessoal?

Todo o estranhamento que exercitei perpassou por uma vivência urbana cotidiana que não me era própria. Meu cotidiano urbano de “trabalho” se resume à universidade e aos estudos em casa. A partir do momento em que passei a frequentar eventos e encontros de moda como pesquisadora em campo, passei a ter a sensação de estranhamento de uma rotina laboral que não fazia parte do meu cotidiano.

Ao passar por uma praça pública na Pituba às 15 h de uma quarta-feira para encontrar a idealizadora da Feira da Cidade, em sua loja colaborativa Feira Garagem, estranhei a dinâmica urbana de um cotidiano em horário comercial naquele espaço. Ou o fato de estar sozinha na Feira da Cidade às 10h da manhã de um sábado com meu caderno de notas e permanecer até a tarde, e depois chegar no domingo no mesmo local e permanecer até a noite, observando, circulando pelos estandes inúmeras vezes. Ou simplesmente participar de uma roda de conversa com profissionais da área da Moda para debater consumo consciente, e estar no encontro como pesquisadora/antropóloga e não como mais uma profissional da área ali. Estes foram alguns dos momentos de estranhamento ao longo do trabalho de campo.

Essa sensação na Antropologia é o que, segundo Ingold (2015), a aproxima da Arte. Estas sensibilidades próprias de um tipo de trabalho realizado entre intersubjetividades humanas é o que aproxima a Antropologia também, e até talvez mais, ao artesanato. Neste momento, encontro um entroncamento analítico em relação ao trabalho que venho realizando com o trabalho que as interlocutoras tecem também. Fazemos, no entanto, artesanatos

diferentes, um que resulta em teorias e o outro em materiais, mas ambos estão metaforicamente conectados por tramas itinerantes.

Ingold (2015) se inspira em Mills (1959) para levantar algumas reflexões vinculadas a esta relação da Antropologia ao Artesanato. Primeiro, a questão de que não existe divisão entre teoria e método; segundo, a que também não existe divisão na prática entre o trabalho e a vida; e terceiro, a questão da existência de um diário que é periodicamente preenchido por ideais e interações que permeiam todas essas experiências.

O artesanato intelectual é modelado através deste reservatório heterogêneo de material construído com os/as interlocutores/interlocutoras. É na prática do trabalho de campo que o pesquisador dialoga com as teorias antropológicas, e neste momento, método e teoria se mesclam sendo parte do artesanato intelectual em busca da construção de um conhecimento.

Neste sentido, o autor conclui que antropologia não é etnografia, e etnografia não é um método. A antropologia pode ser aproximada à arte e ao artesanato na medida em que provoca um estranhamento no interior de experiências humanas, e se constrói tecendo esse estranhamento que relaciona as experiências vivenciadas em campo com as teorias desenvolvidas pela disciplina, reiterando-as, refutando-as, reformulando-as ou renovando-as criativamente. Eu diria, para concluir esse tópico, que a Etnografia é um jogo intelectual para adultos, que procura encaixar as embaralhadas peças de um quebra-cabeça composto por teorias e dados empíricos do viver cotidiano para compor um texto teórico descritivo.

1.3 Tem feiras e feiras

Do começo do trabalho de campo, ainda realizado na monografia, até o desenvolvimento desta dissertação, surgiram diversas feiras de gastronomia e moda em Salvador num formato semelhante ao da Feira da Cidade, que teve sua primeira edição no ano de 2014 na inauguração da nova orla da Barra. Neste dia, confesso que não estive presente, conhecendo a Feira um pouco depois.

O evento gratuito trouxe uma novidade para a cidade, misturando em um só espaço público: moda, design, artes visuais, gastronomia, música, oficinas, dentre outras atividades. De lá para cá, outras feiras neste formato surgiram, como por exemplo a Coreto Hype e a Salvador Boa Praça, todas com o propósito de apresentar talentos da economia criativa e de fomentar os/as pequenos/pequenas empreendedores locais para quem sabe se tornarem grandes

empreendedores/empreendedoras ou simplesmente poderem se manter com suas próprias marcas.

Embora este seja um formato de fazer feira que apresenta uma novidade, sobretudo para um público de classe média na cidade, outros tipos de feiras de artesanato e de alimentos já existiam em Salvador. Algumas destas feiras já existentes, inclusive, compõem parte da construção identitária da chamada cultura local, à exemplo das feiras presentes no Mercado Modelo e na Feira de São Joaquim.

Este surgimento das feiras de Gastronomia e Moda na cidade implicaram no estabelecimento de relações entre as organizadoras com a Prefeitura Municipal de Salvador. No caso da Feira da Cidade, especificamente, existe uma itinerância dos órgãos apoiadores do evento. Segundo Merina Aragão, funcionária da Empresa Salvador Turismo (SALTUR), ao falar da relação entre o órgão da prefeitura e a realização de eventos em espaços públicos, levanta algumas informações acerca dos requisitos necessários para que a primeira apoie estas recentes feiras. Em entrevista realizada na própria sede da SALTUR em Salvador, ela relatou:

Há uma diretriz dessa administração de incentivar a ocupação dos espaços públicos, especialmente os espaços públicos que são requalificados pela Prefeitura. Então, nós, a SALTUR, começamos a receber alguns projetos de empreendedores para a realização de eventos a serem realizados em logradouros públicos, e que traziam ideias de cultura, arte, moda, gastronomia, empreendedorismo, sustentabilidade, atividades para crianças, atividades de música. O apoio institucional ocorre mediante a proposta do projeto, tem que ser um projeto interessante para a cidade, que traga todos esses quesitos mencionados, os quais acreditamos ser um ganho para a cidade, pois incentiva a população a ir para a rua, a frequentar esses espaços, que no fundo é o que a gente quer. Então, recebemos vários projetos desse tipo e começamos a apoiá-los, um dos primeiros projetos que chegou até aqui foi exatamente a Feira da Cidade, que é um projeto desenvolvido pela produtora Agosto, que é a produtora de Carla Maciel. Então, qual foi o combinado com Carla, a gente dava o licenciamento, porque a Prefeitura começou a organizar melhor o licenciamento de eventos na cidade, tanto em locais privados quanto em logradouros públicos, e esse licenciamento de eventos tem custos, vários custos, os órgãos licenciadores cobram taxas, algumas delas altas, como por exemplo, o SEMOB. Então, quando esses projetos chegaram aqui, que consideramos interessantes pra cidade, tiveram o apoio institucional da Prefeitura através da SALTUR. O licenciamento destes projetos estava por conta da gente, havia a intenção e o pedido para liberar o pagamento das taxas. A gente dá alguma coisa de infraestrutura, o que varia de feira para feira, algumas, a gente dá gerador, algumas dá gerador, som e estrutura, e a gente faz a articulação com os órgãos municipais envolvidos nos eventos. Por exemplo, se um evento precisa ter disciplinamento de ambulantes, então a SALTUR faz a intermediação junto com a SEMOB que é o órgão que cuida de ambulantes para haver a fiscalização e disciplinamento de ambulantes. Se o evento acontece em praça pública que tem área verde, a SECIS, é um dos órgãos também licenciadores da CLE (central de licenciamento de eventos), às vezes dentro do projeto está a instalação daqueles contêineres de lixos recicláveis, então a gente também faz a articulação para que sejam instalados. Alguns eventos precisam de guarda municipal, a gente também faz a intermediação com a guarda municipal, outros precisam de reforço de iluminação, sanitários químicos, a gente pede sanitário químico. Então, o apoio que a gente dá é licenciamento, a articulação com alguns órgãos envolvidos nos eventos, cada evento tem um órgão envolvido, e de maneira

geral, alguma coisa de infraestrutura. No começo a gente pedia o licenciamento para a Feira da Cidade, o que mudou, o licenciamento saía até em nome da SECULT, porque a SALTUR pertence à SECULT. Agora, essa semana passada mudou isso, todos os projetos de eventos que buscam apoio da prefeitura e a liberação de taxas, vão direto na SEMTEL (Secretaria municipal de trabalho, emprego e lazer) que a CLE está vinculada à SEMTEL. Uma coisa bem nova, que mudou a muito pouco tempo, e esses projetos que estão buscando apoio institucional vão direto pra SEMTEL.

A fala de Merina resume quais equipamentos são necessários para a realização deste tipo de evento, e quais os benefícios que o mesmo deve trazer para a cidade. Nota-se que não se trata mais de feiras de alimentos e artesanato, mas de gastronomia e moda. A publicidade veiculada nas redes sociais e a classificação conceitual do que se pode encontrar na Feira da Cidade já denota porque a mesma se configuraria como um tipo de feira diferente das que já ocorriam na cidade. Segundo Carla Maciel, a Feira é uma “incubadora de projetos criativos”, um lugar de pessoas que pensam sobre seus processos criativos, sejam estes de culinária, de moda, artesanato ou decoração.

As pessoas que divulgam e comercializam seus trabalhos nos estandes da Feira passam por uma curadoria de Carla e sua equipe para serem aceitos ou não. O que vale é que tenham identidade, conceito e apresentem um produto com estilo. Algumas das interlocutoras da Feira disseram que demorou para que seus produtos passassem pela curadoria; algumas chegaram até a mudar a estética de seus acessórios para adentrar no evento, ou mudaram o nome de suas marcas por sugestão de Carla.

Algumas das expositoras migraram das feiras de artesanato para as feiras de gastronomia e moda, outras permaneceram fazendo os dois tipos de feiras. O que observei, ao longo do trabalho de campo, foi que existe um circuito de criadoras/criadores de moda cuja movimentação perpassa tanto as feiras de artesanatos e como as recentes feiras. Essas criadoras e criadores circulam pela cidade através desses eventos, juntamente com seus objetos-de-moda, roupas e/ou acessórios, divulgando seus trabalhos e tecendo redes de amizade e de contatos profissionais.

Na Feira da Cidade, observei que existe criadores/criadoras que já faziam parte do circuito de feiras de artesanato e outros/outras não, bem como criadores/criadoras que estavam começando sua carreira com marcas próprias e vislumbravam a participação no evento como uma vitrine para seus trabalhos. Dentre os criadores/criadoras, encontrei os/as que já faziam a Feira da Cidade desde o surgimento do evento, os/as que estavam chegando, os/as que pararam de fazer e retomaram e os/as que deixaram definitivamente de fazer.

O “fazer a feira” é uma atividade que emerge nas falas dos/das interlocutores/interlocutoras: “eu faço a feira de fulana”, ou “eu não faço mais a feira de

sicrana”. As feiras são diretamente relacionadas às organizadoras, e as relações estabelecidas entre expositor/expositora e organizador/organizadora são fundamentais para a permanência ou não como participante do evento.

O termo “fazer a feira” remete ao trabalho da antropóloga Viviane Vedana (2008), o primeiro que tive acesso ao começar a pensar num trabalho de campo nestes ambientes. Ainda que seu *locus* de pesquisa fossem feiras fixas, permanentes, de hortifrutigranjeiros, a leitura de seu trabalho foi fundamental em um primeiro momento para suscitar questões metodológicas a respeito de como proceder em uma pesquisa em situações de feiras.

Em sua tese “No mercado tem tudo que a boca come: estudo antropológico da duração das práticas cotidianas de mercado de rua no mundo urbano contemporâneo” (VEDANA, 2008), a autora realiza uma pesquisa etnográfica do cotidiano através das formas de vida social dos mercados de rua e feiras-livres em três capitais, Porto Alegre, São Paulo e Paris. Seu objetivo foi refletir sobre as formas de sociabilidade e memória da duração da circulação do alimento a partir da circulação das palavras nas ruas destas cidades. Para isso, Vedana efetuou seu trabalho de campo em algumas feiras das referidas capitais, observando e conversando com feirantes em seus locais de trabalho, e também realizou entrevistas com alguns fregueses em suas casas para compreender as práticas de compras.

Pode-se dizer que a leitura de sua tese serviu como um guia para saber como ter um foco em um ambiente em que as mais diversas situações ocorrem simultaneamente, mas também para compreender a importância de ultrapassar esse foco. Cheguei à conclusão que para fazer campo em uma feira é preciso achar um equilíbrio entre o foco e a expansão dos limites daquele espaço físico.

Em sua pesquisa, Vedana (2008) colocou o foco apenas nos espaços de comercialização, não atentando para o mapeamento da circulação das relações entre feirantes e outros trabalhadores, que são fundamentais para a composição deste tipo de atividade. Assim, a autora não acompanhou seus interlocutores em todos os seus trajetos de trabalho, os quais não se encerram apenas nas feiras, mas perpassam por percursos cotidianos, caminhos, itinerários, espaços de sociabilidade, ocupações de espaços nem sempre planejados e conformação de territórios, os quais compõem uma estética urbana peculiar. Ela compreendeu esse movimento dos feirantes em seus cotidianos de trabalho não porque os acompanhou, mas porque os ouviu em suas barracas de frutas e verduras a falar sobre suas rotinas.

Esse foi o ponto de divergência em meu diálogo com a tese de Vedana: o fato de a autora ter encerrado o fazer de seu trabalho de campo com os feirantes apenas nas feiras. Os pontos de

convergência emergiram em como autora agiu metodologicamente em campo e suas reflexões analíticas, mais especificamente, através da importância da forma (VEDANA, 2008), ou seja, o modo como os estandes são organizados, os tamanhos mínimos e máximos dos mesmos, as cores, como os produtos são dispostos, como cada estande é decorado, enfim, toda a parte visual do evento que foi criteriosamente analisada.

Vedana (2008) afirma que, no mercado de rua, as práticas que se desenrolam no tempo também possuem expressividade no espaço. Esta expressividade se manifesta no modo como as frutas, verduras e legumes são organizados para as vendas em períodos regulares durante a semana em espaços públicos, requerendo gestos de manipulação da matéria (LEROI-GOURHAN, 1975, apud VEDANA, 2008) para atrair as escolhas dos fregueses.

A autora baseia-se em Maffesolli (1996, apud VEDANA, 2008) e em Simmel (1981, apud VEDANA, 2008) para refletir acerca de uma estética urbana a partir do jogo das formas de sociabilidade que se estabelece na interação social do cotidiano dos mercados. A estética urbana do mercado é composta pelos fregueses, feirantes, vendedores ambulantes, crianças que trocam seu trabalho pelas compras, todos “em interação na feira-livre como formas sociais que são parte da vida urbana” (VEDANA, 2008, p. 10).

No caso de minha pesquisa, a estética urbana da Feira da Cidade é temporária e itinerante. Mudam-se os bairros, as ruas e praças, mas a configuração interna do espaço é basicamente a mesma, modificando-se apenas o entorno. Desde o final da monografia, em 2016, frequentei o evento como uma observadora atenta, embora somente tenha me apresentado enquanto pesquisadora aos expositores de moda no mês de fevereiro de 2017.

Posso afirmar, a partir desse longo período de observação, que a estética urbana da Feira é polifônica (CANEVACCI, 2004). Nos espaços públicos onde as feiras são montadas, quinzenalmente ou mensalmente, aos finais de semana, sempre emerge a seguinte configuração: estandes brancos enfileirados, ou dispostos de modo circular, a depender do espaço, com corredores espaçosos para que as pessoas possam circular vivenciando uma mistura sinestésica de cores, cheiros e sons, que emergem da mistura dos estandes de moda com os de gastronomia. Nestes lugares, existe uma arquitetura padrão na qual o que muda são os expositores, que também possuem uma itinerância participativa. Além disso, a comunicação visual é lúdica nesses espaços ao ar livre e transmite noções de alegria, felicidade, positividade e colaboração.

Seria essa estética urbana o grande atrativo destes eventos, que além de ser espaços de compras são também locais de lazer, de passeios, encontros, locais para ouvir uma banda ou um músico gratuitamente? No caso da Feira da Cidade, já houveram artistas renomados, como

Gerônimo, Saulo e Arnaldo Antunes, se apresentando, sendo estes também os atrativos de público do evento.

A Feira da Cidade pode ser compreendida a partir destas ideias enquanto um “enclave do consumo performativo” (CANEVACCI, 2004) em que instâncias como arquitetura, design, moda, *style* e comunicação visual se cruzam, recriando, assim o que o autor definiu por metrópole comunicacional. A proliferação dos signos e sua descontextualização caracterizam os novos *sets* do consumo, que segundo Canevacci abrigam o seguinte resultado em seus espaços:

[...] fluxos de público, famílias nucleares, bandas juvenis, simples casais, grupos turísticos, encontros amigáveis são atraídos de modo crescente por um novo meio comunicativo inserido no corpo extenso (material-imaterial) da nova metrópole comunicacional: assim se substituem os novos “públicos-do-consumo” aos quais se oferecem elementos múltiplos para liberar e enquadrar as emoções [...] (CANEVACCI, 2004, p. 114).

Neste trecho, parece até que o autor está descrevendo a Feira da Cidade, que em um formato aproximativo promove experiências de lazer, passeio, moda, gastronomia, artesanato, decoração, ponto de encontro de amigos, paquera, famílias e consumo. De acordo com Canevacci (2004), o consumo atualmente está no centro de expansão de valor, tanto no sentido econômico, quanto em relação aos estilos de vida. Substituindo as imposições moralistas, os novos tipos de consumo têm redesenhado as formas da metrópole.

As feiras de gastronomia e moda, que podem ser classificadas como novos lugares de consumo, têm levado as pessoas a frequentarem as praças públicas não somente nos dias de evento. A praça Ana Lúcia Magalhães, na Pituba, por exemplo, que antes tinha pouca circulação de pessoas, tem ficado cheia nos finais de semana, independentemente da existência dos estandes montados da Salvador Boa Praça. A existência dessas feiras tem influenciado também as formas de ocupação dos espaços públicos, que deixam de se configurar apenas enquanto lugares de passagem para ser também de permanência, lugares para o lazer, prática de exercícios, para respirar ar puro, encontrar amigos, passear com cachorros, reunir grupos de interesse ou fazer piqueniques.

Esses novos formatos de consumo possibilitam também que os/as frequentadores/frequentadoras circulem pela cidade, e que sejam o que Canevacci (2004) definiu por *consumidor-performer*, o qual constrói seu próprio itinerário e transita nos espaços e estilos. Para participar dessas feiras o/a consumidor/consumidora precisa se deslocar pelos

diversos bairros da cidade, pela Barra, Pelourinho, Stella Maris, Pituba, Itaipara, Imbuí, Santo Antônio, Ribeira, dentro outros.

O sentido desta itinerância, concordando com Canevacci (2004), dissolve o modelo de produção industrial que compunha o centro identitário dualista das cidades, que era composto por centro-periferia, público-privado, cultura de elite-cultura de massa. Essas inovações favorecem a diluição desses dualismos para a composição do seu tríptico analítico de consumo-comunicação-cultura, o qual abriga múltiplas vozes e etnias que circulam pelos espaços urbanos e compõem o que o autor definiu por cidade polifônica.

Seguindo esta ideia, não são mais as quantidades de mercadorias que uma metrópole pode produzir ou estocar que a coloca em destaque, mas os múltiplos cenários tecnocomunicacionais e expo-culturais que abrigam essas vozes dissonantes (CANEVACCI, 2004). A cidade de Salvador, então, pode ser considerada enquanto uma metrópole comunicacional ao expandir seus formatos de produção de consumo-comunicação-cultura, sobretudo através destes eventos/feiras de gastronomia e moda que abrigam uma diversidade de vozes, estilos e de faixas etárias.

Assim, partindo da perspectiva de Canevacci (2004) ao propor a investigação do tipo de comunicação, estilo de vida, valores, comportamentos, ou seja, de uma cultura que uma cidade comunica, me questiono que tipo de cidade é construída pelos/pelas criadores/criadoras que circulam por Salvador através destas feiras itinerantes? Como através destas estão vestindo os corpos metropolitanos e contribuindo para a valorização identitária de uma cultura de moda da cidade? Esse é um dos focos de análise da dissertação, que foi despertado ao perceber à criação de novas marcas que estampam em camisetas femininas e masculinas um certo ufanismo baiano através de frases como: “Mancha de dendê não sai”; “Falo oxente e como vatapá”; “Hoje eu tô naquele axé do final de semana”.

Concordando com a noção de cultura de Canevacci (2004), que a pensa atravessada por fluxos contrastantes que fragmentam sua unidade em pedaços, é que mapeio a “rede de significados” produzida pelos criadores/criadoras locais para então “reconstruir partes circunscritas da ordem cultural contemporânea” (CANEVACCI, 2004, p. 35).

No caso das feiras de gastronomia e moda em Salvador, o fato de estes eventos trazerem uma novidade para a cidade, acompanharem a valorização do lazer ao ar livre nos espaços públicos e proporem novos *sets* de consumo performativo talvez sejam os motivos pelos quais este formato de comercialização tem se mantido desde 2014 na cidade. Essas feiras itinerantes permitem que as pessoas tenham uma opção de lazer gratuito em bairros diferentes.

Ao contrário do que Vedana (2008) mapeou em sua pesquisa, no caso aqui analisado não somente as pessoas da vizinhança frequentam a Feira da Cidade, mas também se deslocam de suas redondezas para ver novidades, ter acesso à uma comida gastronômica mais barata do que as encontradas nos shopping centers, ver as novidades dos criadores/criadoras de moda, de artesanato, decoração, assistir um show gratuitamente, ou ainda participar de atividades com crianças, fazer oficinas, levar os cães para passear, enfim, viver experiências gratuitas em tempos de crise econômica.

Certa feita, escutei uma cliente em uma das feiras que frequentei dizer a uma expositora que ali era mais agradável que circular nos shoppings, que ela sentia-se mais confortável para entrar no estande, observar os produtos de perto, sem compromisso, para conhecer a marca, não sentindo aquela obrigação de comprar que os grandes shopping centers promovem, muito menos a intimidação que certas lojas provocam nos consumidores, ou pelo luxo que carregam ou pela perseguição que as vendedoras fazem ao seguir todos os passos dos clientes que passeiam pelas araras. Para os/as consumidores/consumidoras, participar destas feiras representa uma opção de compras e de lazer descompromissado, e para os/as empreendedores/empreendedoras, uma oportunidade de divulgação e/ou de vendas de seus produtos.

Diferentemente das feiras que Vedana (2008) pesquisou, as quais duram no tempo, ou seja, são feiras antigas e tradicionais das capitais que investigou, as feiras de gastronomia e moda que venho pesquisando, que surgiram no ano de 2014 em Salvador, representam uma novidade a ser compreendida, a qual ainda não sabemos se irá se manter e durar no tempo ou se representa apenas mais um modismo na cidade.

Em contraste à dialética da duração trabalhada pela autora, na Feira a qual me propus investigar pode-se dizer que há uma dialética da itinerância, visto que o evento é de caráter itinerante, ou seja, cada edição ocorre em um espaço público de Salvador, tendo também uma itinerância participativa de expositores/expositoras. Este fato, inclusive, dificultou meu trabalho em um primeiro momento, pois por diversas vezes tive que apresentar minha pesquisa aos que estavam chegando na Feira pela primeira vez.

O prolongamento do inicial campo na Feira para outros espaços urbanos foi o que favoreceu o aprofundamento da pesquisa. Diferentemente de Vedana (2008), que trabalhou num campo que já havia aberto em sua dissertação, e que dialogava com pessoas que viviam da feira que pesquisava e que há anos permaneciam semanalmente naquele espaço, tive que circular pela cidade também de modo itinerante, por outros eventos de moda, outras feiras, lojas

colaborativas e ateliês, para encontrar os/as criadores/criadoras por mais vezes. Neste caso, foi justamente a partir dos contatos com estes profissionais que pude começar a tecer a rede que compõe os circuitos (MAGNANI, 2002) destes profissionais pela cidade.

A análise das sociabilidades e os modos de fazê-la analisados nos espaços de feiras realizada por Vedana (2008), ainda que em formatos e contextos diferentes dos aqui analisados, foram a maior contribuição da autora para esta pesquisa. A partir da leitura de sua tese, atentei para a análise dos estilos de vida dos/das expositores/expositoras de moda, verifiquei se possuíam outras profissões ou outros meios de ganhar a vida, ou se sustentavam apenas com suas marcas. Passei a compreender a importância de saber como aprenderam a confeccionar seus produtos, o que faziam ao longo da semana quando trabalhavam arduamente nos finais de semana de feiras e quem eram as pessoas facilitadoras para a realização de seus trabalhos nestes eventos, quem ajudava, trocava horários, levava e pegava os produtos.

As artes do saber (VEDANA, 2008) presentes entre os feirantes inclui também as habilidades de montagem das barracas, a estética da organização das frutas e/ou verduras de modo a ficarem atraentes aos olhos fregueses. Essa percepção foi fundamental para educar meu olhar para a organização não das barracas, mas dos estandes, e não dos/das feirantes, mas dos/das expositores/expositoras em relação a seus produtos expostos.

Como bem colocou Silva (2014, p. 13), existe uma diferença entre a categoria feirante e expositor: “a diferença está no fato de ‘feirante’ se remeter a feira de legumes e verduras e ‘expositores’ a feiras que possuam como principal mercadoria artesanatos e trabalhos artísticos”. Assim, quando em seu trabalho o autor fala em seu objeto de pesquisa, a feira, esta se refere a uma feira sem feirantes, mas com expositores.

A educação do olhar facilitada pela leitura da tese de Vedana (2008) favoreceu o surgimento da seguinte reflexão: um dia, em um dos toldos maiores da Feira, parei por um momento e ao invés de atentar para os/as expositores/expositoras, comecei a observar as pessoas circulando pelos estandes, curiosas, ávidas, olhando as peças, buscando algo que talvez nem elas mesmas sabiam o que era. Fiquei me perguntando o que motivava aquelas pessoas a saírem de suas casas e a circularem por aquele espaço, olhar aquelas peças, ou até mesmo comprá-las.

Percebi que ali, naquela Feira, ao invés de alimentos esteticamente dispostos para serem comprados, haviam roupas, camisas, saias, shorts, bolsas, vestidos, biquínis, maiôs, turbantes, colares, brincos, pulseiras, artigos de decoração, uma série de objetos, também dispostos para

encantar, serem vistos, conhecidos e quem sabe até vendidos aos passantes³. Ambos, alimentos e objetos-de-moda, nutrem demandas que perpassam desde necessidades fisiológicas a necessidades simbólicas. A moda, então, alimenta desejos, alimenta o corpo não no sentido orgânico, mas simbólico, e os objetos expostos não são vendidos apenas para proteger e cobrir os corpos, mas para compor tecidos sociais vestidos e culturalmente enfeitados.

1.4 A Feira da Cidade – a entrada oficial em campo

A inserção do trabalho de campo na situação (AGIER, 2011) de feira ocorreu como já mencionado anteriormente na Feira da Cidade. Logo no primeiro semestre de ingresso no Mestrado em Antropologia passei a frequentar o evento numa espécie de “aquecimento etnográfico”. Assim, no primeiro final de semana⁴ que passei a ir à Feira sozinha – e não mais acompanhada, afinal se fazia necessário essa disposição para que a pesquisa se iniciasse de forma adequada –, era a comemoração dos dois anos de existência do evento.

É válido ressaltar que antes de fazer a observação participante com Ellen em sua comercialização na Feira, eu já frequentava o evento não como pesquisadora, mas como consumidora, então possuía certa familiaridade com a situação. Quando decidi, porém, realizar o trabalho de campo no local, o deslocamento da situação de consumidora ocasional para pesquisadora trouxe certo estranhamento.

Este estranhamento se deve, principalmente, a dois motivos. Primeiro, porque a Feira da Cidade consiste em um espaço de socialização, em que as pessoas se deslocam acompanhadas para passear, curtir o evento, ver as novidades, ter uma opção de lazer ao ar livre, assistir um show, comer algo diferente no final de semana e/ou comprar algum artigo de moda ou decoração. Segundo, porque uma pessoa ali que não está acompanhada, circulando por horas, que não foi para o evento socializar, mas para observar com um caderno de notas nas mãos atrai olhares curiosos, tudo o que eu não queria naquele momento inicial. Percebi o quanto uma mulher sozinha com um bloco de notas nas mãos chama atenção.

Naquele final de semana, a Feira foi montada num jardim localizado no canteiro central de uma das principais avenidas da cidade, que sempre tem constante fluxo de carros nos dois sentidos da via, a Avenida Centenário. O canteiro é arborizado, possui alguns equipamentos para exercícios físicos, como em outros locais públicos de Salvador, ciclovia e uma via para

³ Categoria nativa.

⁴ Dia 24 de setembro de 2016.

pedestres. As pessoas costumam estar por ali de passagem para algum lugar da Barra, para passear com cachorros, fazer atividade físicas ou simplesmente para dar uma volta, sentar em um dos bancos e passar um momento ali.

O contexto da Feira é este: têm pessoas que chegam por estar de passagem, por morar nas redondezas, e pessoas que se deslocam até o local, exclusivamente para o evento. Nesta edição da feira, foi montado um grande corredor de estandes brancos que desembocava em um local mais central, de formato circular, como um coreto, onde ficava o espaço para músicos e alguns expositores/expositoras de artigos de moda, discos e livros.

Quando cheguei por lá, primeiramente, dei uma volta por fora do evento e comecei meu itinerário do final da Feira para o início, passando pelo corredor de estandes até o coreto central. O primeiro estande que vi foi de acessórios, onde havia duas vendedoras jovens. Enquanto uma retocava seu batom vermelho, a outra, de modo muito solícito, me recebia com um sorriso no rosto. Eu perguntei: “você faz ou revende?” A do batom vermelho com a boca entreaberta respondeu: “Ela faz algumas peças e outras revende”. Peguei o cartão, agradei o atendimento e segui meu rumo. Foi a primeira vez que vi uma das principais interlocutoras da pesquisa, a Mina, a que me recebeu com um sorriso no rosto.

Em frente a este estande, havia uma senhora sentada em uma espécie de brechó, com o ar cansado, nem se levantou para me atender. Perguntei, para puxar assunto, se ali era um estande de um brechó, ela disse que sim, mas que não tinha loja física e ainda estava começando, que aquele inclusive era seu primeiro dia de feira.

Segui passeando de estande em estande, como uma possível consumidora, olhando os produtos expostos, pegando cartões de visita e perguntando para uns e outros expositores se possuíam lojas físicas. A maioria vendia pela internet, principalmente pelo *Instagram* e *Facebook*. Algumas marcas comercializavam os produtos em lojas físicas, e duas que dividiam o mesmo estande iriam inaugurar uma loja no largo Dois de Julho na semana seguinte.

Boa parte dos/das expositores/expositoras de moda vendiam acessórios, bijuterias ou semijoias, acabei comprando um anel em formato de triângulo dourado de preço acessível. Como peguei o cartão de quase todos os/as expositores/expositoras (apenas dois não tinham na hora para entregar), resolvi montar uma tabela com as seguintes informações: marca; produto vendido; loja física ou internet (ver tabela 1).

TABELA 1 – RELAÇÃO DE MARCAS E PRODUTOS		
MARCA	PRODUTO VENDIDO	LOJA FÍSICA/NA INTERNET
Te Fitness	Roupas esportivas	Vende pela Internet / Feira
Loja Sexto Sentido	Moda íntima e produtos eróticos	Vende pela Internet / Feira
Loja bijuju	Acessórios	Vende pela Internet / Feira
Com amor Dora	Acessórios para o cabelo e costurices <i>handmade</i>	Vende pela Internet / Feira Shopping Rio Vermelho – sala 208 Loja Somos Coletivo Criativo – Shopping da Bahia
NuMar sea wear	Moda praia feminina	Vende pela Internet / Feira
Guiba	Camisetas femininas / masculinas	Vende pela Internet / Feira
Abaccessories	Acessórios	Vende pela Internet / Feira
Romina LiOnce	Fornecedora e Ourives de Pratas	Vende pela Internet / Feira
Vista representa	Camisetas masculinas e femininas	Vende pela Internet / Feira Loja Somos Coletivo Criativo – Shopping da Bahia
Micheli Maus Acessórios	Designer de acessórios	Vende pela Internet / Feira Loja no Rio Vermelho e em Stella Mares
Vivas Acessórios	Designer de acessórios	Vende pela Internet / Feira
Las Chicas	Acessórios: semijoias e bijuterias	Vende pela Internet / Feira
Vamoqvamo	Camisetas femininas e masculina	Vende pela Internet / Feira
Três marias	Moda feminina	Vende pela Internet / Feira
Lulu Acessórios	Acessórios	Vende pela Internet / Feira Loja na Pituba – Av. Paulo VI, ed. Santa Elisa, 1984, térreo.
Moda Praia – Flor de Verão	Moda praia	Vende pela Internet / Feira Loja - Pituba –av. Otávio Mangabeira, 300.
Linda Margarida	Rasteirinhas artesanais	Vende pela Internet / Feira Loja na Pituba –av. Otávio Mangabeira, 300.
Vitara Acessórios	Acessórios	Vende pela Internet / Feira
Coralinas do Brasil	Rasteiras	Vende pela Internet / Feira
Gorillafit	Moda fitness	Vende pela Internet / Feira
Azul para meninas	Camisetaria unissex	Vende pela Internet / Feira

Negritu Grife	Moda feminina e masculina	Vende pela Internet / Feira
Camiseta ecológica	Camisetas feita de PET	Vende pela Internet / Feira
Loja Publique	Camisetas masculinas	Vende pela Internet / Feira
Vacamarela	Moda infantil	Vende pela Internet / Feira
Mais Bela Acessórios	Bijuterias e semijoias	Vende pela Internet / Feira Largo Dois de Julho – Rua do Cabeça, 93, 1 andar, ao lado da farmácia FTB.
ModaCriola	Acessórios	Vende pela Internet / Feira
Leve e Solta	Bolsas e acessórios	Vende pela Internet / Feira
Ripongas Bijus	Bijuterias	Vende pela Internet / Feira Loja na Momó Tattoo – Cardeal da Silva 447
Chinele	Chinelos	Vende pela Internet / Feira

Fonte: criado pela autora, 2018.

Das trinta marcas mapeadas, três se tornaram as principais interlocutoras da pesquisa. A Com Amor Dora, de Dora, que comercializa “acessórios para o cabelo e costurices *handmade*”. Dora vende seus produtos pela internet, na Feira da Cidade, na sala 208 do Shopping Rio Vermelho e na loja colaborativa Somos Coletivo Criativo, que fica no Shopping da Bahia. Naquele momento, Dora ainda não tinha montado a sua própria loja, a Loja Guapa, localizada no térreo do Shopping Rio Vermelho, a qual irei apresentar nos capítulos seguintes.

A outra interlocutora da pesquisa mapeada na Feira da Cidade foi a Mina, da marca Romina LiOnce, que depois passou a chamar Joia de Mina, por sugestão de Carla Maciel. Ela confecciona e revende acessórios de prata e bijuterias, seus acessórios são vendidos na Feira da Cidade, pela internet e também na Loja Guapa, de Dora.

As criadoras da Mais Bela Acessórios e da Leve Solta, que também se tornaram interlocutoras, se uniram e criaram uma marca única depois de se conhecerem na Feira e montaram um quiosque no térreo de um pequeno shopping localizado na avenida Sete de Setembro.

Passado o momento de mapeamento, da observação direta, não me senti à vontade para ficar parada na frente de qualquer estande por muito tempo observando a dinâmica do espaço. A Feira é um local de circulação e de vendas, e uma pessoa parada em frente a um estande apenas observando poderia despertar interpretações equivocadas.

É válido frisar que ao longo do trabalho de campo compreendi a necessidade de circular por outros eventos, feiras e rodas de conversa em que as criadoras de moda estivessem presentes. Embora a Feira da Cidade tenha sido o ponto de partida da pesquisa, tinha em mente

que precisava observar o um contexto mais amplo daquela situação. Neste sentido, minha ideia vai ao encontro da afirmação de Agier (2011, p. 78), que aponta: “é nesse momento que ganha todo o sentido o princípio da articulação das situações na vida dos cidadãos que permite reconstituir a coerência das redes em diferentes ocorrências da vida urbana”.

Assim, levando em consideração que naquele primeiro momento de imersão na Feira da Cidade não permanecia muito tempo no evento porque ainda não havia me apresentado enquanto pesquisadora, dispunha de tempo no final de semana para circular por outros espaços da cidade nos quais estivesse acontecendo outras situações de moda.

Naquele mesmo domingo em que estive na Feira da Cidade, resolvi passar no Shopping Rio Vermelho para observar o evento que estava acontecendo ali, chamado Primavera das Manufaturas Criativas. Tive conhecimento do mesmo através do *Facebook*. Neste aspecto, as redes sociais foram ferramentas fundamentais para seguir pessoas e eventos: cada criador que ia conhecendo na Feira, adicionava no *Instagram* e no *Facebook*, assim ficava sabendo dos eventos que aquela marca iria participar.

Foi ao seguir a Com Amor Dora que fiquei sabendo da Primavera das Manufaturas Criativas. No post do *Facebook* havia a seguinte descrição: “Nessa primavera vamos fazer um super encontro de empreendedores criativos independentes!!!Vai rolar bazar, brechó, sebo de livros e vinil, feirinha e oficina”. No próprio post estavam divulgadas as marcas que iriam participar, o que já facilitou meu trabalho: Quartoamarelo Ateliê, Donna Dudú Ateliê; Comidinhas by Karoline Tavares; Com amor, Dora; La Abuela (de Tarsila, sócia de Dora); Meu armário Fitness; Olelê Acessórios, Bacanarte, Fonte Ateliê, Etiqueta Cultural, Ateliê tempo tempo (por Ana Fernanda); Porta LuVa; Café Atruá; e Divya Dana.

O evento durou três dias, sexta, sábado e domingo. Fui conferir no domingo. Esta foi a primeira vez que fiz campo no Shopping Rio Vermelho. Neste dia, percebi que havia um movimento de empreendedoras de moda e que tinha alguma ligação com a Feira da Cidade. A Com amor, Dora foi uma das marcas que participou da Feira desde o seu surgimento, e a partir de lá montou sua própria loja neste mesmo shopping, promovendo pequenos eventos neste local e reuniões entres criadoras.

Dora decidiu parar de fazer a Feira da Cidade, ou qualquer outra feira, quando engravidou de Rosinha. No terceiro mês de gestação, passou muito mal numa feira no Parque da Cidade, chegou a ir para a ambulância do Corpo de Bombeiros, quase desmaiou, sendo este episódio o que a levou a deixar de participar desses eventos. Resolveu priorizar a sua saúde e a

saúde de sua filha, visto que não conseguiria dar conta de tudo. Tinha em mente que “perderia dinheiro, mas, por outro lado, ganharia muita coisa”.

Ela participou de todas as edições da Feira da Cidade até o segundo semestre de 2016. Segundo Dora, a primeira edição do evento na Barra foi só de gastronomia e não tinha manufaturas. Nessa época, ela e Tarsila, sua sócia, faziam um bazar, chamado Manufaturas Criativas, no bairro Dois de Julho, num apartamento de uma amiga. Elas pensaram em dar um nome ao Bazar, e chegaram a ideia do nome A Feira, fizeram uma logo e divulgaram via *Facebook*, o evento-bazar A Feira.

Segundo Dora, no lançamento da Feira da Cidade na Barra ainda enquanto um projeto piloto, o evento possuía outro nome. Carla viu o nome da Feira divulgado no *Facebook* e enviou uma mensagem para elas dizendo que precisava fazer uma reunião com as responsáveis dessa Feira, porque ela e sua equipe estavam lançando um evento com esse mesmo nome, com a mesma proposta, e já havia pago os direitos autorais pelo nome.

A partir daí, fizeram uma reunião antes mesmo de a Feira da Cidade ser lançada com este nome. Carla contou que até então só trabalhava com gastronomia, mas pensava em levar os trabalhos de manufaturas também para o evento, e chamou as garotas para comporem um núcleo de manufaturas dentro da Feira da Cidade, como se fosse a Feira delas dentro da Feira da Cidade.

Elas toparam e ficaram na incumbência de selecionar quinze marcas que dividiriam o espaço com a feira gastronômica, no Festival da Primavera, no bairro do Rio Vermelho. Elas não pagariam para expor seus trabalhos, mas ficariam responsáveis pela dinâmica e organização dessas marcas. Segundo Dora, havia o corredor da feira gastronômica e dois toldos de 2 m x 2 m onde elas se estabeleceriam.

Elas continuaram nas edições seguintes dessa maneira por quase seis meses, prestando contas de todas as marcas que participavam dos eventos. Naquele momento, as compras na área de moda ocorriam através de fichas; muitas pessoas passaram a procurá-las para expor no evento; a caixa de mensagens delas ficava superlotada; por conta disso, elas tiveram que parar de produzir os acessórios de suas marcas, a Com amor Dora e La Abuela, pois já havia muita demanda de organização.

Carla passou a levar ao núcleo de manufaturas outras pessoas que também montavam estandes de moda. Elas decidiram, a partir daí, não trabalhar mais para a produtora do evento, mas seguiram expondo suas próprias marcas na Feira da Cidade, de modo que passaram a pagar para ter seus estandes montados e decidiram dividir o aluguel do espaço de 2m x 2 m para

ambas as marcas, o que saía mais barato. Dora comentou que nesse período ganhou muito dinheiro, pois haviam muitas edições do evento na Barra e muitos turistas que compravam seus produtos.

Em relação à feira Salvador Boa Praça, Dora contou que não chegou a participar, primeiro porque os custos de aluguel do estande eram muito altos e segundo porque neste evento só poderia participar um segmento de um determinado produto. Ela chegou a conversar com a organizadora, que disse que ela não poderia participar juntamente com a marca Cândia Acessórios, que confecciona produtos de tecidos, mesmo formato do trabalho da Com Amor Dora.

A marca chegou a participar de uma edição da Coreto Hype, que também possui um formato itinerante, mas não gostou da experiência, porque todas as pessoas que estavam lá já se conheciam, e ela chegou como uma “novata” ali, e os expositores não falavam com ela direito. Diferentemente da Feira da Cidade, nesta feira não são os expositores que escolhem seus estandes e, segundo Dora, acabaram a colocando em um estande na ponta da feira. Neste dia ela não vendeu bem, além de atentar para o fato de que os passantes iam apenas para comer, segundo ela.

De acordo com Dora, a Coreto Hype é diferente da Salvador Boa Praça em relação à repetição de segmentos dos produtos: “são vários expositores de moda e os segmentos se repetem demais”. Na edição da qual participou, haviam dez pessoas que, assim como ela, vendiam faixas de cabelo, inclusive marcas que comercializavam à preços muito menores do que os praticados por Dora. Por estes motivos, não deu certo a sua participação nem na Salvador Boa Praça e nem na Coreto Hype.

Para Dora a participação na Feira da Cidade tinha uma energia diferente. Ela se cansava, mas trabalhava sorrindo, das 7 h até 23 h, horário em que costumava ir embora. Ela e sua sócia Tarsila riam, brincavam e se divertiam trabalhando no evento.

Foi no dia do evento Manufaturas Criativas, no Shopping Rio Vermelho, que percebi que precisava começar a me apresentar para o grupo enquanto pesquisadora. A partir daí, resolvi procurar a idealizadora da Feira da Cidade, a jornalista Carla Maciel, e apresentar minha pesquisa para que pudesse circular por mais tempo pela Feira da Cidade sem correr o risco de ser mal interpretada pelos expositores/expositoras de Moda. Para isso, pedi uma carta de apresentação da Universidade, a meu orientador, Fernando Firmo, entrei contato com ela via *Facebook*, a adicionei e enviei uma mensagem privada⁵:

⁵ Mensagem enviada em 20 de janeiro 2017.

Olá Carla, tudo bom? Sou frequentadora e admiradora da Feira da Cidade, já nos vimos em alguns momentos em que estive circulando pelo evento e na loja recentemente. Sou antropóloga e venho desenvolvendo uma pesquisa acerca do circuito de moda alternativo na cidade de Salvador e vejo a Feira enquanto um dos principais meios de fomento aos criadores locais. Gostaria de fazer uma imersão na Feira enquanto antropóloga, para observar o funcionamento e poder escrever a respeito desse momento importante de elasticidade comercial que a cidade vem vivenciando, sobretudo através da Feira. Desde já informo que não haverá entrevistas, apenas observação participante para o registro cultural e etnográfico do evento e o resultado disso será uma dissertação acadêmica. Podemos combinar algum momento para conversar melhor a respeito? Segue em anexo uma carta de recomendação da universidade.”

Carla respondeu positivamente; “Claro, Luana! Lembro sim de você! Vamos combinar! Amanhã pode dar um pulo na nossa Garagem para batermos um papo e você me explicar melhor. Beijos. (estarei às 18h lá)”.

No outro dia, havia um evento pela tarde no Lalá Multiespaço, localizado no bairro do Rio Vermelho, que ampliou o rumo da pesquisa e meu modo de pensar a respeito do consumo de roupas e acessórios. Era um ensolarado sábado de janeiro, e nesses meses de verão a cidade costuma ter uma atmosfera agradável e um clima de férias, as pessoas ficam mais dispostas a passear pelas ruas, a cidade fica cheia de turistas e movimentada.

Desloquei-me para o Rio Vermelho e fui andando pela orla até o Lalá Multiespaço, casa que frequentava sobretudo à noite para shows e discotecagens, e neste sentido ir para lá “a trabalho” me causou um agradável estranhamento contextual. Enquanto andava em direção ao evento apreciando uma das vistas mais bonitas de Salvador, o final de tarde na praia de Iemanjá, pensava em como conversar com Carla depois sobre meu projeto de pesquisa.

Finalmente, nesse curto trajeto de devaneios pessoais, cheguei ao Lalá, onde, além do bate-papo para o qual me dirigi, estava acontecendo também, nos andares de cima, a feirinha Mercadinho e Trocadilho, de Andrea May, uma das primeiras organizadoras de feiras de moda em espaços privados em Salvador e artista-designer da marca Anti-rayo. Logo que cheguei, a roda de conversa já tinha tomado fôlego, e me surpreendi ao ver uma colega da Pós-Graduação em Antropologia, que trabalha com outra temática de pesquisa ali, expondo algumas peças de vestuário em uma arara. Não perdi a piada e disse: “O que fazes no meu campo?” Ela sem pestanejar respondeu: “Sou uma possível interlocutora”. A colega começara havia pouco tempo e não eram criações suas, mas peças de roupas dela e de seus familiares que estavam à venda, como um brechó, para complementar sua renda e pagar um curso para sua filha.

Relembro essa breve anedota para atentar para o fato de que as pessoas com as quais dialoguei nesta pesquisa são as que trabalham com processos criativos, mais especificamente

processos criativos que culminem em objetos-de-moda. Todas as pessoas que acabei encontrando em meu caminho que apenas revendiam peças, usadas ou compradas em varejo, não se inseriram como interlocutores-chave na pesquisa, embora estejam nos mesmos espaços de comercialização dos/das criadores/criadoras locais.

Passada essa surpresa inicial, logo encontrei um cantinho numa escada para escutar o bate-papo que já se encaminhava para o final. Foi a primeira vez que vi uma das interlocutoras da pesquisa, a Ana Fernanda. A roda estava composta por: Ana Carolina Araújo (marca - Coralinas do Brasil, vende na Feira da Cidade, Feira Garagem, Loja Guapa), Camila Godinho (Ser Consultoria Socioambiental, com experiência em negócios de impacto que transformam o mundo), Livia Fauze (nonstop.vc, consultoria que apoia empreendedores criativos), e Ana Fernanda (Justamoda, jornalista e articuladora de moda e sustentabilidade) fazendo a intermediação. Na divulgação do evento tinha escrito no post: “Liquidação é sinônimo de justiça? O tal ‘preço justo’ de que tantos falam é justo para quem? Quem está pagando a conta para que a gente possa levar aquela blusinha a R\$ 19,90?” A roda de conversa foi um aquecimento para o evento *Fashion Revolution Week*.

A temática central do debate era consumo consciente e a não escravização do trabalho de mão-de-obra terceirizada para confecção de moda. As mulheres da mesa falaram sobre a importância da conscientização, para que as pessoas saibam o que estão consumindo e não se atentem apenas para o produto final, mas também conheçam toda a cadeia produtiva das marcas, quem faz os produtos e como funciona o processo produtivo para um mundo em transição de escolhas mais conscientes e cuidadosas também na hora do vestir. Lembrou-me bastante de todo esse movimento acerca da alimentação consciente, orgânica, e de valorização dos pequenos produtores. De fato, são movimentos que caminham na mesma direção, mas motivados pelo quê?

Com essa dúvida segui para meu compromisso principal: apresentar, finalmente, minha pesquisa para a criadora e produtora da Feira da Cidade, Carla Maciel. Chegando na loja Feira Garagem, o movimento de frequentadores estava bom, e como não era um espaço muito grande, logo consegui encontrar com Carla que me recebeu com um largo sorriso: “claro que sabia quem era você, está sempre na Feira, quando vi sua mensagem logo me animei pensando que ia pedir pra trabalhar aqui na Feira Garagem.” Nesse momento, eu pensei: “que não seja essa sua contrapartida pra que eu possa realizar a pesquisa”.

Apresentei a Carla o esboço do que seria a pesquisa na Feira da Cidade, com um prazo de trabalho de campo até maio de 2017⁶. Deixei claro que no momento em que estivesse acompanhando a Feira não faria entrevistas com os expositores de moda, apenas observaria e conversaria quando os estandes não estivessem com clientes, e que era bom que eles/elas soubessem da minha presença enquanto pesquisadora para não ser mal interpretada diante de minha prolongada presença.

Sugeri alguma contrapartida para realizar um trabalho em seu evento, dar uma “mão” na produção, ou algo assim, e ela disse: “estamos precisando de várias mãos, de verba, patrocínio e o apoio da prefeitura que está inclusive embargando a realização da Feira em alguns espaços públicos que já havia acontecido tais como a avenida centenário e o Rio Vermelho”. Ela chegou a mencionar que já haviam acontecido algumas propostas de patrocinadores, mas estas modificariam bastante o conceito da Feira e, por isso, até então se mantinha, como poucas feiras de gastronomia e moda, de modo independente.

Nosso papo foi positivo. Logo ela disse que a próxima feira seria no final de semana do dia 4 e 5 de fevereiro (2017), em Stella Maris, único local em que estavam conseguindo fazer a feira naquele momento. Ficamos combinadas assim: ela entraria em contato novamente na semana seguinte para marcar um horário no evento para me apresentar aos expositores de moda enquanto pesquisadora.

Quando terminou nossa conversa, ela perguntou: “você já vai?”. Já eram quase 20 h, mas diante de sua exclamação tratei de ficar mais um pouco. Observando os caixotes dos expositores no interior da loja vi que a Coralinas do Brasil, a marca de Ana Carolina Araújo e que estava no bate-papo do Lalá, estava lá, assim como a marca Anti-rayo da artista plástica Andrea May. Aos poucos começava a ver a rede sendo tecida através dos objetos das marcas.

Na saída para a calçada da Feira Garagem, onde ficam bancos e cadeiras de praia para os clientes sentarem, e é possível tomar uma fresca e ouvir uma discotecagem “pra frente”, uma das vendedoras conversou comigo. Falou que durante o dia ela trabalhava na Farm no Shopping da Bahia e a noite trabalhava lá. Eu disse “guerreira você”, e ela logo retrucou: “mas aqui eu venho com prazer, me divirto aqui e nem parece que estou trabalhando”. Realmente é difícil identificar, num primeiro momento, quem é vendedor e atendente de quem é público. A mesma sensação que tive no primeiro dia de campo “oficial” na Feira da Cidade em Stella Maris.

⁶ No momento em que escrevi esta parte da dissertação, me encontrava no mês de julho de 2017 e ainda estava me deslocando para a Feira da Cidade para fazer campo.

CAPÍTULO 2 – O TRABALHO DE CAMPO NA FEIRA DA CIDADE

2.1 A Feira em Stella Maris

Passados os dias, como havia combinado, entrei em contato com Carla via *Facebook* na semana que antecedia a Feira da Cidade. Perguntei se seria melhor ir no sábado ou no domingo, e qual melhor horário para que me deslocasse até Stella Maris, bairro distante de onde habito. Coloquei-me completamente à disposição naquele final de semana, mas não tive nenhuma resposta dela.

Decidi ir mesmo assim logo no sábado pela manhã. Já tinha ido à Feira algumas vezes para fazer observação direta, pegar cartões de visita, saber onde comercializavam, mas ainda não havia me apresentado enquanto pesquisadora. Cheguei e resolvi sentar-me numa mesa branca que estava ao redor do espaço central da Feira. Enquanto um feixe de sombra de um coqueiro aliviava o calor que já se acentuava nas primeiras horas do dia, resolvi enviar outra mensagem para Carla avisando que já estava por lá e perguntar qual momento seria mais viável nos encontrarmos.

Novamente não tive resposta. Fiquei sentada por uns instantes e, diante de tal situação, não me restava nada a fazer a não ser observar o entorno. O clima pela manhã é de fato de organização, não havia nenhum cliente até então, embora fosse difícil identificar quem era expositor, colaborador ou produtor do evento, pois todos se movimentavam circulando pelo espaço, arrumando os estandes e as mercadorias.

Neste bairro, a Feira é montada na praça Stella Maris, em frente ao Gran Hotel Stella Maris. O local é ventilado, rodeado por condomínios de casas no estilo beira mar e composto por gramado verde com alguns coqueiros baixos dispersos. O aroma do ar era de mar, de verão, de férias, podia até sentir o frescor da maré que chegava até a mim pelo vento, bem como o cheiro de peixe fresco e de mariscos.

Logo quando estava chegando, antes de encontrar as cadeiras brancas, avistei uma mulher esteticamente vestida como pesquisadora, toda de marrom claro, com camisa identificando alguma empresa, placa pendurada no pescoço levando a sua identificação. Diferente de mim, que fui com uma roupa casual que usaria para qualquer programa ao ar livre num sábado ensolarado. Nós antropólogos/antropólogas não possuímos plaquinhas de pesquisador/pesquisadora, nem trajas específicos, estamos sempre vestidos de nós mesmos.

Como disse, ela estava com crachá, prancheta e máquina fotográfica à punhos, observando tudo “de fora e de longe”, e fotografando o entorno da praça.

Logo pensei, “seria alguém da prefeitura?”. Desci do carro e fomos nos aproximando da praça ao mesmo tempo, ela se direcionou a um rapaz que possivelmente fazia parte da produção da Feira, mas assim como eu, não estava identificado. Ela perguntou o que estava acontecendo naquele espaço, qual seria aquele evento. Ele sem pestanejar respondeu, “é uma feira itinerante que tem acontecido em alguns finais de semana aqui, não é fixa, e acontece também em outros pontos da cidade”.

Essa resposta foi suficiente para a mulher seguir seu rumo e eu o meu. Com ouvidos e olhos atentos dei uma volta de 360 graus na praça, com o objetivo de encontrar Carla. Aparentemente ela ainda não havia chegado, e resolvi sentar nas mesas brancas que encontrei no entorno.

A Feira estava disposta da seguinte maneira: um toldo branco grande central, com os estandes dos/das expositores/expositoras de moda montados de modo circular, com o meio vazado para o público circular. Havia outros toldos brancos menores ao redor deste maior, dando a volta na praça, com mais expositores de moda e também os de gastronomia.

Neste primeiro momento reparei que parte dos/das expositores/expositoras e colaboradores/colaboradoras se deslocavam para seus carros e voltavam para os estandes ainda pegando utensílios e objetos. Quando passavam pela mesa a qual me encontrava, ficavam me olhando com ar de curiosidade enquanto eu só fazia escrever em meu caderno de campo. Neste momento, um rapaz apoiou alguns molhos em minha mesa falando que estava buscando um “suportezinho” para as mãos. Eu era a única pessoa sentada em meio à várias mesas vazias, mas ele escolheu se escorar na minha e deu uma leve olhada no que estava escrevendo, cobri as letras com as mãos e ele seguiu seu caminho.

Resolvi guardar o caderno e escrever no celular, pelo *Whatsapp*, num contato que criei com meu próprio número de telefone, este procedimento serviu como bloco de notas ao longo de toda pesquisa. Seguramente após fazer isso passei a atrair menos olhares curiosos. Além de escrever, passei a gravar áudios descritivos para mim mesma, o que facilitou bastante depois para relembrar as observações do dia quando chegava em casa.

Essa foi a primeira vez que chegara tão cedo na Feira, e fiquei com a impressão que o turno da manhã é para os/as expositores/expositoras se organizarem, tanto que procurei água para comprar diante do calor que já estava ficando cada vez mais forte e não encontrei no bar, pois as bebidas ainda não tinham chegado. Um rapaz, acredito que um dos organizadores falou,

“ali tem uma água de coco deliciosa”. Eis que paguei 5 reais num copo de água que salvou minha sede naquele momento.

Escutei, em dois momentos distintos enquanto circulava pelo evento, conversas entre organizadores sobre o horário em que a Feira começaria a encher de gente. Na primeira conversa, estavam montando um isolamento de uma área para a outra com um barbante, e um deles dizia que isolar aquele espaço era possível naquele momento, mas que a partir de 17h ficava tudo uma coisa só, abarrotado de gente. Ouvi mais dois rapazes conversando, e um falou para o outro que só começava a ter circulação de pessoas a partir das 15h. Então, estipulei este horário para ir embora no sábado e para retomar o campo no domingo.

Neste momento em que comecei a circular percebi um grupo de três mulheres também esteticamente sinalizadas enquanto pesquisadoras, com crachás e pranchetas, logo compreendi que não era a única pessoa pesquisando por ali. Aproximei-me para ver de onde eram, da prefeitura, mas nada mais consegui captar além disso.

Neste momento observei que Carla estava conversando com elas, e segui depois para falar com um rapaz que deveria ser um possível colaborador. Pensei que mesmo sem jeito deveria falar com ela, que ficou surpresa quando me viu. Eu disse, “está uma correria hoje, né?” E ela concordando foi logo me dizendo que achava difícil diante de tantas tarefas a executar falar com os expositores sobre mim e disse que eu fosse me apresentar e apresentar minha pesquisa dizendo que era uma parceira dela.

Nossa conversa foi rápida, ela estava bem atarefada com a organização do evento. Após esse breve diálogo voltei para a minha “base”, a mesinha branca, sem saber o que fazer a partir daí. Afinal, havia criado uma expectativa depois do nosso encontro na Feira Garagem dela me apresentar enquanto pesquisadora aos expositores/expositoras. Fiquei sentada, sem saber como abordar, como chegar, o que falar, não havia pensando nem contado com essa possibilidade. Respirei fundo, pensei melhor no que dizer, criei coragem, levantei e fui em direção aos estandes.

O discurso que planejei foi o seguinte:

Sou Luana, estou fazendo uma pesquisa acadêmica para o mestrado em Antropologia, conversei com Carla a respeito, e como ela está muito ocupada falou para que viesse me apresentar a vocês. Estou aqui para entender como funciona esse mercado de moda mais alternativo, como se dão as relações sociais entre vocês expositores e com os clientes, neste primeiro momento não farei perguntas, apenas ficarei observando os estandes. Estou aqui com o objetivo de compreender a rede de designers de moda aqui na Feira.

Obviamente que não decorei esse texto dessa maneira, mas foram essas ideias principais que nortearam meu primeiro contato enquanto pesquisadora no espaço. Texto que se repetiu depois inúmeras vezes ao longo do trabalho de campo, visto que em todas as edições da Feira tinham novos/novas expositores/expositoras de Moda, ou que estavam retomando depois de um tempo.

O primeiro estande que me aproximei estava em um toldo menor, de 2 m x 2 m, e era da marca Joia de Mina, a mesma que me recebeu com um largo sorriso no “aquecimento etnográfico” na Avenida Centenário. O sorriso e os lábios vermelhos são sua marca; segundo ela, aprendeu com a avó, que também fazia feiras. Dessa vez, quem estava acompanhando-a era a sua comadre, que costuma estar com ela em alguns finais de semana de feiras. Essa é uma característica dos/das expositores/expositoras: quando não costumam levar alguém da família, amigo/amiga ou companheiro/companheira, ajudam-se mutuamente para que outra pessoa “tome conta do estande” enquanto o/a expositor/expositora se ausenta para comer, ir ao banheiro ou por outros motivos.

A comadre de Mina é estudante de Serviço Social e prontamente se identificou comigo, pois seu trabalho de conclusão de curso era sobre a rede de trabalhadores informais em Salvador. No momento que disse que um dos meus objetivos era observar as relações sociais dali, a criadora falou em tom irônico que era para eu ter chegado às 7 h. Em seguida, mencionou as dificuldades e disputas em torno da busca por um melhor espaço no local para expor os produtos. A organização, por regra, se dá por ordem de chegada, assim quem chega mais cedo pode escolher um ponto estratégico para expor, sendo este um mote de conflitos entre expositores/expositoras.

Enquanto me apresentava, mencionei minha pesquisa da monografia, que havia começando com a Ellen da Andrômeda, que tinha me contado uma história bonita sobre solidariedade e parceria entre os designers de moda aqui de Salvador, sendo este um dos meus focos de investigação.

A criadora, que se define como ourives, logo disse conhecer a Ellen e colocou que ela é da paz mesmo, mas que nem todas as pessoas desse meio são assim. Ela não enxerga uma união entre os/as expositores/expositoras, disse que é cada um por si, querendo conquistar seu espaço. Falou ainda que tem uma galera que cria que é mais da paz mesmo e tem uma galera que revende peças que é mais competitiva, mas ela se colocou como a galera da paz, até porque está inserida no grupo de quem cria. Em seguida disse: “é que nem a galera do *rock*, todos curtem *rock*, mas dentro do *rock* tem uma galera da paz e outra nem tanto...”.

A conversa se esvaiu pois elas precisavam chegar o estande mais para o lado, pois no local onde estavam desde às 7 h aconteceria uma pequena projeção de imagens. O estande ao lado delas também era de acessórios e a expositora começou a reclamar da movimentação das meninas ao se aproximarem do espaço dela, pois achava que não dava para se apertarem por conta de um desnível do solo. Percebi que estavam entrando num certo desacordo, e achei melhor sair da situação naquele momento inicial e circular pela Feira.

Fui ao toldo maior e me apresentei aos expositores/expositoras. Embora estivessem no toldo maior, o espaço destinado aos criadores neste local era menor, ficavam mais apertados uns aos outros, e dessa forma conseguia explicar a pesquisa para três ao mesmo tempo. Uma garota até disse que era bom eu me apresentar para eles não ficarem cismados comigo circulando e observando tudo por ali. Alguns expositores/expositoras não desenvolveram uma conversa, mas concordaram com a minha presença. Uma das expositoras com a qual conversei era estudante do segundo semestre do curso de moda e valorizou a existência de pesquisas na área visto que a temática era escassamente trabalhada no universo acadêmico. Pensei nela como uma possível interlocutora, porém não a vi mais nas edições seguintes.

Neste momento já era meio dia e o som acabara de começar, como se esse horário iniciasse de fato a Feira, que até então tinha apenas os sons das vozes dos/das trabalhadores/trabalhadoras. Um DJ se posicionava em frente a este toldo maior numa estrutura alta de ferro, discotecando bandas de músicas baianas e de músicas brasileiras em geral.

Ao centro do toldo maior, estava um senhor rasta, vendendo vinhos, me pareceu a única pessoa com o semblante tranquilo naquele espaço, pois todos pareciam estar com um ar de ansiedade, preocupação e cansaço. Possivelmente, isso ocorria porque o dia já estava pela metade e não tinham vendido nada devido ao fraco movimento.

Parei para comer às 12h. Percebi que algumas pessoas, provavelmente moradores das redondezas, vão até a Feira para almoçar. Encontrei uma amiga que morava por perto e me perguntou se estava passeando, e logo disse que estava ali por conta da pesquisa do mestrado. Comentei que achava que havia pouca opção de comida naquela edição, que antes não era assim, e ela logo me passou uma informação que até então não sabia: que a Feira se separou do Coreto, que era uma feira gastronômica dentro do evento. Foi a primeira vez que ouvi falar na feira Coreto Hype.

Percebi que a movimentação pela comida consequentemente influenciava uma circulação maior entre segmentos: os de gastronomia aproveitavam para ver as novidades da moda e os da moda circulavam para comer na Feira, sendo que alguns/algumas

expositores/expositoras levam suas marmitas para comer no próprio local, no fundo de seus estandes. A saída do estande para comer envolve uma negociação com o/a expositor/expositora do lado para “passar um olho” nas coisas e realizar alguma venda se necessário, ou fica por conta da pessoa que foi acompanhar o/a expositor/expositora na feira.

Fiquei observando essa movimentação enquanto estava sentada em cadeiras amarelas patrocinadas pela Skol. O fato de ser a única mulher almoçando sozinha e mexendo no celular, anotando todas essas informações desde as 10h da manhã, atraiu olhares dos outros trabalhadores aos quais ainda não havia me apresentado.

Percebi que o movimento ainda estava fraco, situação que não costumava acontecer em outros bairros da cidade em que estive presente. Minha estratégia nesse dia foi ficar circulando, caminhando e sentando nas cadeiras expostas ao redor da feira, para analisar a situação por ângulos diferentes, e também para mudar o foco de olhares curiosos sobre minha presença prolongada por ali.

Em um desses momentos em que circulei sentando em cadeiras diferentes, vi uma expositora de pães indo ao estande a sua frente ver uns acessórios. Experimentou uma gargantilha de búzios que estava na moda no verão de 2017, e a outra expositora só sabia dizer repetidamente: “está lindo, viu?”. Enquanto observava a interação e anotava, não consegui ver se ela realizou a compra ou não. Naquele momento percebi quão difícil é manter atenção plena num ambiente de feira, pois são tantas informações e coisas acontecendo ao mesmo tempo que ainda estava sem saber administrar a quantidade de situações que analisava concomitantemente.

Enquanto uma expositora estava vendendo, uma outra tomava umas *Heinekens* enquanto não vendia nada, o rapaz que trabalhava no setor de fichas mexia numa câmera fotográfica, uma das produtoras falava alto no celular com Gerônimo que iria se apresentar no dia seguinte, percebia que o rapaz do corpo de bombeiros ainda estava ali também desde as 10h da manhã, e a moça do primeiro estande que conversei estava me sacando enquanto observava toda esta movimentação. Resolvi ir embora e voltar no outro dia para circular mais.

No dia seguinte, cheguei às 15 h 45 min, e o movimento da Feira já estava estabelecido. Geralmente, a movimentação costuma ser maior aos domingos, ou quando tem uma atração de peso, que neste dia era o cantor Gerônimo.

Novamente a expositora mais receptiva neste dia foi a Mina, que com a intenção de me ajudar, deixou sua banca com sua comadre e circulou pela Feira comigo procurando a blogueira do evento para me apresentar, Bruna Marconi. Segundo Mina, como ela ficava circulando pelo evento e tirando fotos dos artigos dos expositores, seria uma pessoa que eu poderia circular

junto naquele primeiro momento. Embora procurássemos, não conseguimos encontrá-la naquele dia.

Mina voltou para seu estande e eu fiquei circulando pela Feira. No domingo foi mais difícil encontrar um local para sentar e poder fazer as anotações no diário de campo ou no celular, e tampouco me senti acolhida pelo grupo enquanto pesquisadora. Quando me aproximava dos estandes para tentar desenrolar uma conversa mais informal o papo não fluía. Além da Joia de Mina, consegui ficar mais tempo num estande de turbantes e acessórios para pôr na cabeça, da marca Koisadipreta.

A recepção por parte das/dos expositoras/expositores, de maneira geral, ocorre através do sorriso, seguido de algum elogio direcionado à possível cliente: elogia-se o cabelo, as roupas ou os acessórios que a pessoa esteja utilizando, sobretudo as mulheres.

Naquele instante de observação, percebi que para me aproximar mais de alguma expositora, se fazia necessário apoiar suas produções, ou seja, comprar algo. Resolvi comprar um turbante colorido, e fazia parte do “pacote” da compra uma demonstração de como fazer a amarração na cabeça. Nesse instante, sentei-me num banco de madeira em frente ao espelho, outro elemento fundamental nos estandes, e consegui conversar mais algum tempo com a criadora. Nós nos adicionamos nas redes sociais, tiramos fotos, mas como havia outras mulheres nos observando naquela interação atrativa, resolvi não adentrar muito nas questões relacionadas à pesquisa. Estabelecemos, pelo menos, uma interação mais prolongada, que para mim significou uma possível abertura futura.

Ao sair de lá, segui dando voltas, observando as situações diversas. Os estandes tinham maior circulação no domingo, as pessoas costumavam passar, olhar, perguntar preços, experimentar alguma coisa ou outra, comprar ou não. Após dar algumas voltas, fui para o fundo da Feira descansar num pequeno parque montado na praça, que tinha uns bancos ao redor. Fiquei observando a movimentação, famílias, casais, grupos de amigos e amigas, pessoas de diversas faixas etárias, estilos e cores. A Feira da Cidade é um evento de lazer, de socialização, e não somente de consumo. É possível, ainda, estar no espaço somente à passeio e não consumir nada da parte de gastronomia ou de moda.

A tarde caiu, as luzes se acenderam, o show de Gerônimo acabou, a Feira estava no seu ápice de movimentação. As pessoas só paravam de circular quando estavam com as bocas cheias, e de fato, na parte de gastronomia acabam se realizando mais vendas do que na parte de moda/decoração.

Resolvi levantar-me e voltar a circular pelos estandes novamente. Percebi que havia um mais vazio, e me aproximei para conversar com a expositora da marca Brinco de Princesa, que já estava na quarta edição da Feira da Cidade. A expositora que cria seus acessórios, as pulseiras, colares e brincos, mas nem sempre foi assim. No início da marca, ela comprava uma peça ou outra em São Paulo para revender em Salvador. Além da Feira, ela também comercializa suas peças na loja colaborativa Feira Garagem e também nas redes sociais.

Segundo a criadora da marca, vender na Feira da Cidade é um processo muito cansativo. Primeiro, porque tem que passar o final de semana inteiro no evento, e segundo porque tem que produzir uma quantidade de produtos maior do que costumeiramente produz, pois a demanda de vendas é sempre incerta. Deu o exemplo da edição da Feira que participou no bairro do Santo Antônio, que teve show de Moraes Moreira. Ela vendeu bastante no sábado e teve que varar a madrugada quando chegou em casa para produzir mais peças para vender no domingo.

A criadora também expôs as dificuldades em transportar as mercadorias. Como ela não possui carro próprio, costumava ir de Uber em feiras mais próximas de sua residência, mas como fez amizade com a expositora que costuma montar o estande ao lado do seu, passou a pegar carona com ela para os eventos, contribuindo com uma parte do pagamento da gasolina. Como ambas não expõem com ajuda de terceiros, familiares ou amigos, ajudam-se mutuamente. Quando uma precisa sair para ir ao banheiro, por exemplo, a outra cuida do estande.

A chegada de uma cliente interpelou a nossa conversa, e como aquele era meu primeiro contato com a criadora resolvi não permanecer por muito tempo em seu estande. Naquele momento já eram quase 20 h, horário em que o evento estava marcado para terminar, mas ainda havia bastante movimento. Confesso que naquela altura já me encontrava cansada de tanto rodar e conseguir extrair poucas e rápidas conversações com as expositoras. Ao mesmo tempo, pensava que havia tido um balanço positivo diante da surpresa com a qual me deparei no sábado de manhã: o fato de não ser mais apresentada ao grupo pela produtora do evento, e sim ter que me apresentar sozinha. Não contava com essa possibilidade, mas penso que para um primeiro momento o fato de ter conseguido me apresentar e explicar a pesquisa já era um gancho para as edições seguintes.

2.2 A Feira na Praça da Várzea – o retorno do evento

Após quatro meses sem ocorrer, a Feira da Cidade voltou a acontecer nas ruas de Salvador no mês de junho de 2017. Neste intervalo de tempo passei a circular por outros espaços urbanos de moda da cidade, sendo este o tema do capítulo seguinte.

Tive conhecimento do retorno do evento via *Facebook* uma semana antes do mesmo acontecer. Por motivos pessoais, nesta edição pude comparecer apenas no domingo. Cheguei na Praça da Várzea, no Caminho das árvores, faltando dez minutos para as 10 h. Como de costume, o clima da Feira pela manhã era de arrumação dos estandes e de poucas pessoas circulando. A primeira coisa que fazia quando chegava era reconhecer todo o espaço da Feira, e desta vez observei que estava com um tamanho menor em relação às outras edições. Por alguns instantes me perguntei se realmente estava na Feira da Cidade, e resolvi minha dúvida após avistar um grande banner amarelo plotado no coreto principal da entrada com as letras em azuis estampando o nome do evento.

Estavam montados dois toldos brancos grandes, um abrigando um palco que receberia as duas atrações musicais principais, Forró no Kilo, no sábado, e mestre Bule-Bule, no domingo. Faltava uma semana para o São João, e o clima junino já tomava conta da cidade. O forró foi a trilha sonora durante todo o evento, e a decoração com bandeirolas coloridas ao redor deste coreto principal estava compondo o cenário daquele domingo de chuva e frio baiano.

O segundo toldo branco grande, também como de costume, tinha os estandes organizados de modo circular, deixando o meio vazado para as pessoas circularem. No meio da praça havia um pequeno parque para crianças e alguns equipamentos para exercícios físicos e ao seu redor foram montados os toldos menores com mais duas marcas de moda, e os outros ao redor da praça com a parte de gastronomia.

Após circular e identificar a organização do espaço, que é sempre semelhante, encontrei Bruna (a blogueira do evento – a contatei via redes sociais para me apresentar e apresentar a pesquisa) conversando com uma expositora de cadernos artesanais em um banco. Aproximei-me de ambas e começamos a conversar. Bruna perguntou como andava minha pesquisa e comentei que em relação à Feira havia parado desde a última edição em fevereiro, mas que havia mantido certo contato com Carla. Conversamos sobre diversos assuntos, que ora tangenciavam a pesquisa, ora não. Bruna falava muito sobre sua viagem para fazer um mestrado em Milão – ela ganhara uma bolsa de seis meses para estudar gestão de marcas de moda.

Conversamos boa parte sobre formas dela arrecadar dinheiro antes de partir, como realizar bazares e prestar consultorias de marketing digital.

Neste dia ficou evidente para mim que o trabalho de campo era uma caixinha de surpresas. Fui para a Praça da Várzea sem saber se conseguiria permanecer por muito tempo, pois o tempo estava fechado, ameaçava cair bastante chuva, o espaço da praça era aberto e eu não fazia ideia de quem poderia encontrar por lá nos estandes depois de quatro meses.

Percebi que nenhuma das pessoas que estavam expondo na parte das Manufaturas Criativas estiveram na última edição em Stella Maris, então tive que fazer todo o trabalho novamente de me apresentar. Dessa vez, no entanto, com um pouco mais de desenvoltura do que na edição anterior.

Fui com Bruna a um primeiro estande, no qual ela que me apresentou a uma amiga que ali expunha uma marca de acessórios, a Mais Bela e a Leve Solta. Estas eram duas marcas distintas que resolveram se unir para reduzir os custos de produção, e além das feiras possuem uma loja física na avenida Sete de Setembro. A marca Mais Bela já existe há sete anos, e participava da Feira da Cidade há dois anos. Embora não estivesse presente na edição de Stella Maris, sua marca está mapeada no campo que fiz em setembro ainda enquanto um “aquecimento etnográfico” na Avenida Centenário.

A designer de moda, como se autointitula, já se considerou artesã, mas desde que sua produção aumentou ao participar da Feira da Cidade, deixou de se ver enquanto tal. Ao comentar que também realizava pesquisas de Moda e de tendências para produzir, se diferenciava da sua antiga categorização como artesã. Seus acessórios feitos de couro são bijuterias para adolescentes e mulheres jovens, que são seu público-alvo. Os preços são acessíveis visto que seu material é mais em conta e ela prefere vender em quantidade, acabei comprando uma gargantilha de couro marrom com detalhes dourados que custou 10 reais.

Segundo a designer, ela começou em “feiras menores”, nas feiras de artesanato, que costumam ser montadas no Rio Vermelho e no Costa Azul. Naquele momento participava do que ela denominou por “feiras maiores”, à exemplo da Feira da Cidade e da Coreto Hype. Mas Angel não esqueceu suas origens, e todos os finais de semana está com seu estande no largo da Dinha para vender seus acessórios. Segundo ela, nessa época de chuvas, as vendas diminuem naquela região, mas para não perder o ponto segue montando todos os finais de semana para ter o retorno no verão, quando vende bastante.

Sua marca ajudou a criar sua filha, que nunca teve ajuda financeira do pai. O padrão de vida da designer caiu após a morte do seu pai. A partir desse fato, ela e sua mãe tiveram uma

queda no padrão de vida, do Itaipava foram morar no bairro Dois de Julho e passaram a trabalhar bastante. Ela começou como vendedora de shopping, passou anos assim, e quando a filha foi fazer vestibular, passou a fazer umas pulseiras, no estilo “shantala” que estava na moda no período, “de brincadeira” para ajudar nos custos extras. O que começou como uma brincadeira tornou-se seu negócio e meio de vida. Ela saiu dos shoppings para se dedicar a confecção de seus acessórios e hoje ganha as ruas vendendo seus brincos, colares e pulseiras.

Conheceu a Feira da Cidade ao participar de uma feira de artesanato que era montada na Avenida Centenário. Achou a proposta da Feira da Cidade interessante e se comunicou com a idealizadora do evento, mas seu produto foi reprovado algumas vezes pela curadoria pois não possuía o conceito adequado. Foi sugerido que ela trabalhasse com alguns acessórios no estilo retrô e, depois de algumas tentativas, ela orgulhosamente afirmou que recebeu um e-mail aceitando sua marca a fazer parte do evento.

Inicialmente, após ter mudado “a cara” do seu produto, pensou que não iria vender, mas aceitou correr o risco. Até aquele momento, já estava há dois anos na Feira da Cidade e afirmou ter um bom retorno financeiro com o evento. A partir da participação na Feira, montou sua própria loja no centro da cidade, juntamente com sua colega da marca Leve e Solta, com quem divide o estande no evento. Angel se posicionou contra as chamadas lojas colaborativas, pois, segundo ela, só servem para enriquecer os donos, que chegam a cobrar 300 reais de aluguel e mais 25% dos lucros das vendas. Como seu produto tem um preço baixo, para ela não fazia sentido participar desses formatos de lojas.

Após nossa longa conversa, sentei-me num banco localizado no coreto central onde tinha o palco para as apresentações. Neste momento, encontrei uma colega de São Lázaro, que se sentou a meu lado para conversarmos. Falei que estava fazendo uma pesquisa do mestrado e a temática tinha a ver com moda. Ela logo perguntou se eu estava pesquisando o pessoal que trabalha com economia criativa e moda colaborativa, e eu afirmei que sim.

Ela atualmente trabalha numa empresa privada como socióloga, situação rara entre meus colegas, e afirmou que também se interessa por este tema, e que esteve recentemente em São Paulo e visitou algumas feiras nesse estilo da Feira da Cidade, que segundo ela possuem um conceito diferente, os produtos são um pouco mais caros que das “feiras comuns” de artesanato, e mais baratos que os produtos dos shopping centers. Disse que sua irmã trabalhava na prefeitura, no setor de urbanismo e projetos culturais, onde essas feiras se encaixam, e por isso visitou algumas para passar ideias para ela. Me informou alguns nomes de Feiras em São Paulo: “Como assim?” e “Qualquer coisa”. E eu pensei, “Como assim? Isso é nome de feira?”

Percebi ao longo da pesquisa que esse formato de comercialização tem sido uma tendência nas grandes capitais do país. Me questionei se a pluralização dos tipos de empresas de moda, o apelo à conscientização, à colaboração e a união de empreendedores/empreendedoras que passaram a montar seus negócios de modo coletivo refletiam um novo rumo, uma ampliação dos formatos de mercantilização, ou uma reação à crise econômica que o país vem enfrentando. São questionamentos que surgiram neste trabalho e que pretendo, se não responder neste momento, ao menos pontuar que vivenciamos um momento de transição nos formatos de produção e comercialização de Moda.

Após esse breve momento reflexivo com a colega, a organizadora da Feira se aproximou com seu cachorro. Sentou-se a meu lado no banquinho e disse que ia começar a oficina de adestramento de cães. Ainda era manhã, a Feira tinha pouca circulação, e as pessoas que estavam ali eram aparentemente das redondezas, como a colega que conversara e dissera morar por perto.

Após esse momento, levantei-me e segui circulando pela Feira. Ao conversar com duas garotas elas disseram que as pessoas que já se conhecem chegam juntas e montam seus estandes próximos, o que facilita na ida ao banheiro ou para comer algo, “passar o olho nas coisas” enquanto precisa se ausentar por algum motivo. Uma delas, com os cabelos pintados nas cores rosa e azul, vendia cadernos feitos à mão, blocos de notas com frases reflexivas e *bottons*. Acabei comprando um caderninho no qual tinha escrito “Alma mole vida dura tanto bate até que cura”.

Embora sua criação não fosse na área de moda, a expositora mencionou que pretendia expandir sua atuação neste ramo de objetos. Segundo ela, deixou o emprego de marketing numa empresa de nutrição para dedicar-se à Beluga. O que ela lucrava com a marca era um valor um pouco acima do que ganhava para trabalhar num escritório oito horas por dia. Além da Feira da Cidade, ela também participava da Coreto Hype e tinha também suas “fofurices feitas à mão” na Loja Guapa, de Dora, na loja Somos Coletivo Criativo e na Feira Garagem.

A criadora disse também que pretendia diminuir a participação em algumas lojas colaborativas que não davam retorno financeiro, buscando com isso apostar mais em sua participação na Feira da Cidade e se manter apenas na loja Somos Coletivo Criativo, onde, segundo ela, tinha uma venda maior. Na nossa conversa, assim como na conversa com a outra expositora da Mais Bela, ficou evidente a necessidade de as criadoras saberem qual o gosto do público de determinado local de vendas e criar de acordo com o mesmo. Segundo a criadora da Beluga, já havia compreendido o gosto do público da Somos e da Feira Garagem, e produzia

para estes locais de acordo com essa compreensão pois o objetivo principal nestes espaços era a venda.

Ao seu lado estava sua colega que vendia acessórios da marca Morita. Esta, porém, não se mostrou muito aberta à conversa: em todas as vezes em que tentei estabelecer um diálogo não houve muita receptividade, o que é perfeitamente compreensível, pois nem todas as pessoas poderão estar dispostas a conversar num determinado dia ou ocasião. Assim, não insisti, apenas soube que aquela era sua primeira vez em “feiras grandes”.

Voltei para o banco principal do coreto para pensar um pouco, esperar a chuva passar e anotar algumas informações em meu caderno de campo. Percebi que duas marcas de acessórios chegaram após o meio dia para expor. Fui observar seus estandes e produtos, e senti-me mais à vontade para conversar com uma expositora que estava vendendo bolsas.

Comecei apreciando suas peças, olhei as bolsas, as sacolas grandes em jeans e retalhos de tecidos coloridos, tinha um bom acabamento, até compraria uma se coubesse no meu bolso, mas os preços variavam entre setenta e noventa reais. Ela entregou-me seu cartão, e aparentou ser simpática. Depois de umas voltas resolvi me apresentar como pesquisadora. Ela deu um largo sorriso e disse: “vi que você está por aqui há bastante tempo, achei que fosse amiga das meninas dos estandes aí da frente”. Disse que não, que havia conhecido elas naquele mesmo dia por conta da pesquisa.

Ela disse que estava fazendo a graduação em Ciências Sociais em São Lázaro e que pretendia fazer a licenciatura em Sociologia, mas nunca imaginou uma pesquisa com Moda na área de Antropologia. Resumidamente, expliquei que pretendia compreender esse movimento de feiras e lojas colaborativas que tem acontecido na cidade, e como as criadoras compreendem Moda e trabalho em suas vidas cotidianas. Ela se interessou pelo assunto, disse que era de Pernambuco e tinha vontade de fazer um trabalho num quilombo que tem próximo à sua cidade, montar umas cooperativas têxteis para aumentar a renda local.

A expositora comentou que precisou contratar uma costureira para ajudar na confecção das bolsas, pois teve um aumento significativo após a participação nas “feiras grandes”. Até então, o que começou como uma brincadeira dela e de sua mãe, que é advogada, virou coisa séria, trabalho, e ela passou a se dedicar exclusivamente à marca, a Sementes. No dia seguinte ela teria uma prova na faculdade e só iria conseguir ler os textos quando chegasse em casa à noite. Seria uma prova do professor Tromboni. Não contive minha curiosidade e perguntei o que iria cair na prova, e ela disse: “Cultura: um conceito antropológico, de Laraia, e outros autores aí que ainda tenho que ver”.

Disse a ela que já havia lido esse livro, que ela não se preocupasse que ele era pequeno e de fácil leitura, que ela iria dar conta. A expositora se mostrou interessada na pesquisa, e tentei estimulá-la em unir Moda à Sociologia, já que estava trabalhando em uma área e estudando na outra. Ela disse ter gostado da ideia e me convidou para ir com ela ao sertão conhecer as rendeiras de lá, eu respondi que adoraria, mas teria que ser depois da dissertação.

Afirmi que lembraria do convite e que a gente iria se ver ainda pelas feiras. Ela pretendia participar das próximas edições da Feira da Cidade e do Coreto Hype. Acabei encontrando com ela depois numa ida à Coreto Hype, e quando ela me viu conversando com outra expositora logo falou: “Porque não foi conversar comigo ainda?”. Foi a primeira vez que de fato havia me sentido “acolhida” pelo grupo.

Depois de falar com ela na Praça da Várzea voltei a circular. A chuva estava mais intensa, e sentia que naquele momento não tinha muito mais o que conversar com as expositoras, afinal era um primeiro contato com elas. O número de estandes de moda havia diminuído significativamente da última edição de fevereiro para esta.

2.3 A Feira no Imbuí

O Imbuí é um bairro predominantemente residencial e de classe média. Tem também pequenos comércios como mercados, lojas, restaurantes, bares, lanchonetes, clínicas e escolas, além de pequenos centros comerciais, como o Cabotã, que fica próximo à entrada do bairro para quem vem da Avenida Paralela.

A praça do Imbuí localiza-se num comprido canteiro central que recorta a Avenida Jorge Amado ao meio. Neste espaço tem bares e restaurantes, equipamentos para esportes, parque infantil, quadra, pista de skate e quiosques. Próximo à área dos bares, há uma feira de artes e artesanato que é montada aos finais de semana, com um formato menor que a Feira da Cidade – menor em quantidade de estandes de acessórios, roupas e comidas, e no espaço destinado às apresentações musicais. Diferentemente da Feira da Cidade, essa feira de artesanato acontece em todos os finais de semana.

A Feira da Cidade realizou algumas edições no Imbuí, antes e depois deste final de semana em que estive em campo. Neste dia, cheguei por volta das 15 h 30 min no sábado, e como o tema foi em homenagem ao dia do *rock*, o som que embalava era uma *cover* de Cássia Eller, com a cantora Bruna Barreto. Como de costume, dei uma primeira volta pelos estandes

de Moda para conversar com as/os expositoras/expositores, apresentar a mim e a pesquisa para as/os que estavam iniciando e cumprimentar as/os que já conhecia.

Havia entrado em contato via *Whatsapp* com Angel, a designer de acessórios da marca *Mais Bela*, que havia conhecido na última edição do evento, perguntando se poderia chegar junto com ela nesta edição para observar a montagem do estande. Perguntei a ela pois foi com quem mais conversei sobre a pesquisa e senti que poderia ter uma abertura maior para acompanhá-la na montagem. Neste mesmo final de semana, porém, Angel expôs sua marca na Feirinha de artesanato e Gastronomia no largo de Dinha, no bairro do Rio Vermelho. Ela foi para lá, e sua filha e sua sócia que ficaram no estande da Feira da Cidade. Angel achou melhor que fosse acompanhá-la na montagem do estande quando ela estivesse presente.

Diante disso, resolvi seguir com a metodologia de sempre, e chegar em um turno que ainda não tivesse ido. Optei por ir no sábado à tarde ao invés de ir pela manhã, e circulei algumas vezes pelos estandes. Havia alguns/algumas expositores/expositoras que estavam na última edição, mas senti falta da expositora de bolsas, a estudante de sociologia. A minha dificuldade em estabelecer um vínculo maior com os/as expositores/expositoras se dava justamente porque a Feira ocorre quinzenalmente ou mensalmente, e tem uma rotatividade significativa de participantes.

Embora existisse esse fato, a cada edição do evento sentia-me mais à vontade que a anterior, para conversar com as/os expositoras/expositores, inclusive com os/as que estavam chegando pela primeira vez. Passei a lidar melhor com a situação de ter que me apresentar, a saber o que observar e perguntar o tempo de existência das marcas, segmento de trabalho, outros espaços de comercialização e as motivações para participar da Feira da Cidade.

Como sempre ocorria, alguns/algumas expositores/expositoras eram mais abertos/abertas à pesquisa, enquanto outros/outras mais fechados/fechadas. Consequentemente acabei me aproximando dos/das que eram mais abertos/abertas ou dos trabalhos que chamavam mais a minha atenção por se destacarem no espaço ao serem mais exclusivos e autorais.

O forte das vendas da área de Moda da Feira são os acessórios com estilo mais comercial, que são as tendências do momento, como as pulseiras e correntes de couro com pingentes figurativos de lua, de árvores, símbolos do infinito, ou que levavam letras de palavras como “amor”, “fé”, “saúde”, “dinheiro”, “paz”. Também se destacam os brincos grandes de festa, anéis variados, prateados, dourados, grandes e pequenos e colares, todos feitos à mão pelos/pelas expositores/expositoras ou simplesmente revendidos.

As camisetas de malha femininas ou masculinas com frases que destacam o chamado “ufanismo baiano” também eram recorrentes, tais como “não aperte minha mente”, “me poupe, se poupe, nos poupe” da marca Tjpsurf, ou com palavras como “fé”, “eu boto fé”, “oxe véi ta massa”, da marca Euzaria.

Quando havia alguma marca com um produto que saía um pouco dessa linha, um trabalho mais autoral, chamava minha atenção. Como aconteceu naquela edição do evento com a marca ateliê 103. Mas depois daquele final de semana não a encontrei mais na Feira da Cidade.

A Feira, nesta edição, estava maior que na anterior, tanto espacialmente quanto em relação a quantidade de expositores/expositoras de Moda. Diferentemente das outras edições, a parte de gastronomia ficou em um espaço separado da parte das Manufaturas Criativas. Tinham alguns expositores/expositoras em toldos brancos menores com suas bancas montadas, um toldo de tamanho médio com cinco expositoras, e um toldo maior com mais sete expositores/expositoras e o rasta dos vinhos, sempre com o semblante tranquilo.

O primeiro bloco de estandes, de tamanho médio, abrigava expositoras novatas na Feira da Cidade. Percebi por nunca ter as visto, o que se confirmou com a verificação que fiz com uma a uma das cinco. Algumas já haviam participado de outras feiras, como as de artesanato, e estavam expondo acessórios feitos à mão: camisetas grandes e largas como se fossem vestidos de malha com estampas de rostos de artistas emblemáticos como Lauryn Hill e Bob Marley, ou estampas de caveiras e estampas florais. As duas mulheres que representavam a marca revendiam essas peças que eram compradas em Fortaleza. Além de vender na Feira da Cidade, vendiam pela Internet e afirmaram que iriam expor também na loja colaborativa de rua que ainda iria abrir na Barra chamada Incanto. Essa mesma loja colaborativa foi citada pela designer de moda da Faiya Turbantes e Acessórios, expositora que estava ao lado destas das camisetas.

Pedagoga e professora de formação, a expositora da marca Faiya Turbantes e Acessórios foi uma das pessoas mais abertas à pesquisa nesta edição, inclusive quando me apresentei, ela prontamente respondeu: “Ah, está fazendo trabalho de campo aqui” (sua compreensão acerca deste procedimento metodológico me surpreendeu). A designer confeccionava objetos diversos revestidos com tecidos coloridos e estampados, tais como porta-papel higiênico para carro, revestimento de cinto de segurança para evitar sujar as roupas, porta-garrafa térmica, alguns artigos para crianças, como uma faixa para segurar a cabeça do bebê na cadeira de segurança para carro, toucas de cabelo para dormir, que segundo ela serviam para mulheres com cabelos crespos e cacheados para não amassarem os cabelos e manterem os cachos intactos, ou para os

alisados manterem-se alinhados; além disso, confeccionava e vendia também turbantes e laços de cabelo.

Os tecidos que utilizava para confeccionar seus objetos eram comprados em Salvador – ela comentou que até esteve na Europa no mês anterior à Feira, porém não conseguiu comprar matéria-prima para sua confecção. A designer relatou que essa questão às vezes se tornava um incômodo porque como tem pouca variedade de lojas de tecidos em Salvador, às vezes as estampas de marcas diferentes se repetiam. No seu caso, por exemplo, uma das almofadas para crianças revestida com tecido de joaninhas, tinha exatamente a mesma estampa da carteira de tecido da expositora do lado. Essa observação já havia sido feita por Ellen na monografia, que optava por fazer viagens para o Rio de Janeiro e São Paulo para a compra de matéria-prima diversificada para a confecção de seus acessórios.

O estande da marca foi montado com uma arara de madeira onde estavam penduradas as cangas-toalhas, que segundo ela vendiam pouco naquela época de chuvas, e na parte de baixo da peça os artigos para crianças. O que a levou a confeccionar peças também para esse público foi o fato de ser professora para crianças especiais, outra atividade que exercia além de trabalhar com Moda, que acabou sendo a sua atividade principal. No “pé” da arara colocou uma plaquinha retangular também em madeira com a logo da marca, o nome Faiya Turbantes.

Ao lado esquerdo da arara, montou dois caixotes de madeira, um em cima do outro, onde colocou as toucas, turbantes, lacinhos para cabeça e acessórios para o carro, com uma plaquinha branca embaixo que tinha escrito “Sinto muito, me perdoe, te amo, sou grato” completando a decoração do ambiente. É válido frisar que embora os toldos que abrigam os/as expositores/expositoras sejam brancos e no mesmo formato, eles/elas costumam decorar seus espaços de forma singular, e esta maneira como organizam e interagem com os/as passantes me parece ter a ver com suas personalidades.

Os espaços mais “convidativos” foram os que fui mais atendida em relação à pesquisa. Acabei comprando um lacinho para pôr na cabeça de poá vermelho e preto, e ela me falou:

você sabe que quando vou vender turbantes pela internet e marco de encontrar com a pessoa pessoalmente para entregar aqui em Salvador, as pessoas costumam ficar surpresas porque eu não sou negra? Eu acho turbante lindo e penso que todas as mulheres podem fazer e usar turbantes, não somente as negras.

A designer não concordava com o atual debate acerca da apropriação cultural⁷ e pensava que a moda deveria ser usada livremente por todos e todas, inclusive identificou seu trabalho como Moda. Questionei porque ela se identificava com este segmento visto que não comercializava roupas, bolsas, brincos, colares e pulseiras como as outras expositoras de moda dali, e ela respondeu que seus objetos são criados para auxiliar o corpo de alguma forma e estão em contato direto com o corpo, e por isso considerava seu trabalho como parte deste segmento.

Ao lado deste toldo de tamanho mediano com as novatas, estava uma marca de biquínis, e, em seguida, a Mais Bela Acessórios. Quando encontrei a filha de Angel e conversei sobre a pesquisa, logo compreendi porque a designer de acessórios preferiu que eu fosse ajudar na montagem quando ela estivesse, justamente porque Angel estava mais aberta à possibilidade da pesquisa na Feira.

Na sequência, estava montado o estande da marca Euzaria, que atualmente tem se destacado no mercado de moda local. Naquele período a marca possuía duas lojas físicas em dois dos grandes shopping centers da cidade, Shopping Barra e Salvador Shopping. A Euzaria começou no ano de 2015 na Feira da Cidade, parou de fazer a feira por um tempo e nesta edição retornou aos estandes do evento. A marca comercializa roupas e acessórios, e se define inserida numa proposta de “moda consciente”, e esteve ativamente presente na semana do *Fashion Revolution*.

No final de semana da Feira, na primeira vez que passei pelo estande da Euzaria, estavam os dois principais sócios da marca; um eu já conhecia fora do ambiente de pesquisa, e o outro conheci ao me aproximar mais dos eventos promovidos pelo *Fashion Revolution*. Um deles, quando me viu de passagem, logo me chamou para ver as peças que estavam em promoção. Eles também eram os únicos que possuíam a abordagem de chamar as pessoas para entrarem no estande, como ocorre de costume nas tradicionais feiras de alimentos pesquisadas por Vedana (2008).

No estande deles, havia camisetas femininas e masculinas penduradas numa arara do lado esquerdo do espaço, e um balcão de madeira, atrás do qual os expositores se posicionavam, conversando com os passantes e apresentando as peças, que estavam expostas em cestos de palha como alguns produtos que são vendidos em feiras de frutas e verduras. Eles trabalharam

⁷ Debate de caráter estrutural que sinaliza um processo de esvaziamento de um sentido cultural através da utilização de objetos simbólicos, tais como o turbante, em que se deve pensar o lugar que o suposto apropriador ocupa na estrutura de classe, raça ou religião. Segundo Djamila Ribeiro (2017, *on-line*), “falar sobre apropriação cultural significa apontar uma questão que envolve um apagamento de quem sempre foi inferiorizado e vê sua cultura ganhando proporções maiores, mas com outro protagonista”.

a estética das tradicionais feiras no espaço, porém ao invés de pimentas, cebolas ou maçãs, estavam as camisetas divididas por tamanhos nos balaios: P, M, G, GG.

Enquanto manuseava as camisetas do cesto de tamanho M, respondia ao rapaz que estava realizando uma pesquisa do mestrado de Antropologia, que estaria circulando por ali naquele final de semana. O que já me conhecia sorriu positivamente; o outro, na sequência, perguntou se eu já tinha alguma peça da marca, e eu respondi que já havia comprado uma camiseta para presentear, mas que nunca havia comprado nada para mim.

Como o estande deles estava movimentado, e naquele momento eu não poderia comprar nada com um valor acima do que havia planejado gastar no final de semana, resolvi seguir circulando e voltar em outro momento. Continuei seguindo pelos estandes e cheguei no toldo maior, onde estavam montados a maior quantidade de expositores/expositoras, dentre eles/elas duas moças que estavam vendendo doces, o rasta dos vinhos, e mais seis expositores epositoras de Moda, dentre os/as quais um de acessórios e o outro de camisetas que também estavam na edição anterior na Praça da Várzea.

Não sei se por acaso, mas no domingo à noite após ter me visto conversando com Carla em frente a seu estande, uma das expositoras de acessórios que já havia interagido pela segunda edição do evento se abriu mais para conversar comigo. Na primeira volta que dei ao passar por seu estande no sábado à tarde, ela me reconheceu e perguntou: “Está passeando?”. Eu tive que lembrá-la da pesquisa, falei que estava trabalhando, e ela sorriu como se houvesse esquecido desse detalhe.

Quando senti uma maior abertura à conversa, o que aconteceu somente no domingo à noite, reforcei a ela que estava ali para a pesquisa do mestrado em Antropologia da UFBA, e meu tema era investigar os criadores de moda na cidade. Ela logo exclamou: “A pesquisa é da faculdade? Achei que você fosse uma pesquisadora da Feira!”. Assim, mais uma vez, falei para ela sobre a minha pesquisa, que tinha contato com Carla por ela ser a organizadora do evento, sendo necessário esse diálogo pois permaneceria muitas horas no espaço conversando com os/as expositores/expositoras.

No decorrer da nossa conversa, perguntei em que segmento se encaixava seu produto, e ela respondeu que era “artesanato de moda”. Pela primeira e única vez escutei essa expressão na Feira, pois de modo geral os/as criadores/criadoras sempre respondiam que era artesanato ou moda. Ela comercializava pulseiras e colares feitos à mão, de couro marrom ou preto com pingentes simbólicos em prata ou dourado, levando imagens de corujas, pentagramas, gatos, asas, personagens mitológicos, tudo em tamanho pequeno ou mediano.

A designer, como se identifica, já passou por um curso de Moda na Universidade Salvador (UNIFACS), mas não conseguiu se manter. Apesar de jovem, morava sozinha e tinha muitas contas a pagar. Por causa disso, mudou seu curso para o Bacharelado Interdisciplinar em Artes da UFBA, o qual também não conseguiu conciliar com seu trabalho. Ela costumava participar de diversas feiras ao longo da semana e também nos finais de semana. Confeccionava seus acessórios do meio para o final do mês, quando diminuía à participação nestes eventos, visto que as pessoas costumam comprar mais do início para o meio do mês, quando recebem seus salários.

Ela expõe em feiras que ocorrem no centro administrativo da cidade e nas feiras que são montadas nas faculdades particulares ao longo da semana, e inclusive já participou da Feira de artesanato da ADABA, que estava montada também na praça do Imbuí neste final de semana. Disse ainda que passou a expor na Feira da Cidade porque os custos para participação se equipararam mais, pois os preços para participar da ADABA subiram e para participar da Feira da Cidade diminuíram, e nesta última o público é maior e conseqüentemente são maiores as chances de vendas.

Esta edição na Feira da Cidade foi a sua segunda, sendo que a marca fechou o contrato de participação para três edições, mas ainda estava analisando se a participação na Feira da Cidade seria válida para renovar o contrato por mais tempo. Segundo ela, gastava para confeccionar os materiais que iria expor, para expor (entre 500 a 1000 reais por final de semana), com transporte para chegar até o local do evento, e com alimentação e bebida. Se todos estes custos se equiparassem ao valor que recebesse nas vendas, a participação para ela representaria apenas uma “troca de dinheiro”, questão que ainda estava avaliando naquele momento.

Escutei a mesma expressão de outra designer que estava neste toldo maior, da marca ateliê 103. Seu estande estava montado no centro deste espaço e ela o organizou representando um pequeno ateliê. Com uma pequena mesinha de cabeceira na cor amarela ao centro, do lado esquerdo compôs seu cenário com dois manequins vestidos com peças da marca, e do lado direito uma arara montada com suas roupas, camisas, vestidos e saias pendurados. O aroma do ambiente era fresco e suas roupas cheiravam a um perfume frutado. Ela estava toda vestida com suas peças, seus lábios estavam pintados de roxo, seus cílios eram de boneca, os cabelos cacheados tingidos de loiro e levava uma fita métrica pendurada no pescoço.

Parecia a típica figura da estilista. Tive vontade de comprar alguma peça de sua marca, pois seu trabalho transparecia cuidado e esmero, porém pensei que poderia deixar a compra

para outro momento. Elogiei suas criações e disse que estava ali não para comprar, mas para exercer uma pesquisa, e assim mais uma vez expliquei meu trabalho, visto que aquela era a sua primeira participação na Feira da Cidade.

Ela foi a primeira expositora que quis aprofundar-se mais sobre o que eu estava pesquisando, então disse que o trabalho começou na graduação com a “*Andrômeda Acessórios*”, em que acompanhei todo o processo de criação, confecção e circulação da Ellen, artista-designer da marca. Quando me deparei com a Feira da Cidade que pensei na expansão da pesquisa para o mestrado de antropologia na UFBA, em que dialogaria com os/as expositores/expositoras de Moda da Feira e a partir daí compreenderia como circulam pela cidade, em outros eventos e lojas colaborativas. Compondo uma rede que configura um novo formato de comercialização que ultrapassa as barreiras dos grandes shopping centers, que leva as pessoas para os espaços públicos, a unir o ato de consumo ao lazer, ao encontro com familiares e amigos e ao descompromisso também na compra. Ter o contato direto com as pessoas que criam aquelas peças e não com uma vendedora que é pressionada para bater uma meta de vendas semanais e que, algumas vezes, deixa transparecer essa ansiedade ao cliente.

Quando me apresentei de forma aprofundada, senti que ela ficou mais à vontade para iniciar uma conversa sobre sua marca. A expositora comentou que já esteve presente em outras feiras como a Coreto Hype e a Mercado Iaô, e o que a estimulava na participação destes eventos era justamente a possibilidade de apresentação de sua marca para os passantes, que poderiam não comprar de imediato, mas talvez em outro momento.

Para algumas marcas, a participação na Feira da Cidade funcionava como uma vitrine simbólica, relato também apresentado por Ellen na monografia. Além de expor nas feiras, a designer vende pelas redes sociais, mas ainda não possui loja física, até porque a marca tem pouco menos de um ano de existência.

Para a expositora, o que a motivou a participar da Feira da Cidade foi o custo-benefício. Embora ela reconhecesse que as organizadoras lucravam bastante neste tipo de evento, sobretudo devido às altas taxas cobradas aos expositores/expositoras, a designer compreendeu que a participação nessas feiras sairia mais em conta do que montar uma loja própria, ter que pagar funcionários, impostos e os custos adicionais para a manutenção do espaço. Para ela, a participação em lojas colaborativas também não era válida devido às taxas ainda maiores que eram cobradas, sendo assim ela preferia se manter apenas nas feiras e investir em suas mídias sociais.

Seu segmento é de vestuário de moda feminina e sua formação é em Design de Moda, por isso identificava seu produto como Moda e não como Artesanato, não somente por sua formação, mas também pelo bom acabamento de suas roupas, que ela mesma costurava. Embora tenha comentado que conhecia alguns trabalhos de artesanato que são muito bem feitos, ela estabeleceu uma hierarquia valorativa entre a Moda e o Artesanato, pois, segundo a designer, a primeira possuía uma maior profissionalização do trabalho. Embora não fosse uma regra entre os/as expositores/expositoras, esse foi um dos posicionamentos de classe apresentados ao longo do trabalho de campo.

Perguntei se iria participar da próxima edição do evento, e ela respondeu que ainda estava avaliando, que dependeria de como fosse o saldo no final de semana de sua primeira edição. Se fosse somente para “trocar dinheiro”, ela falou que não iria mais participar, e teceu o mesmo comentário já mencionado a respeito dos custos com transporte, produção, alimentação, bebida e mais o pagamento para participação. Essa foi a única vez que vi a marca Ateliê 103 na Feira da Cidade.

Enquanto conversávamos, ela arrumava os manequins acrescentando acessórios e procurava uma etiqueta que havia caído no chão. Alguns clientes foram se aproximando para ver suas peças de roupas e eu resolvi seguir circulando, até porque já tinha permanecido muito tempo em seu estande para um primeiro contato.

Ao longo deste final de semana, as conversas foram embaladas pelo *rock* das bandas que tocavam na parte central da Feira. Embora a chuva estivesse presente boa parte do tempo, o evento teve um público significativo e, como sempre, o domingo foi mais cheio que o sábado. Ficou evidente que a maioria das pessoas vão pelas atrações musicais e pela gastronomia, e no domingo não resisti a um hambúrguer artesanal enquanto esperava a chuva passar.

“As pessoas vêm para curtir o som, para comer, mas pelo menos acabam circulando pelos estandes de Moda também, conhecendo nosso trabalho e comprando uma coisinha ou outra”, falou a expositora da Faiya Turbantes e Acessórios. Comigo não foi diferente, e o gasto que estipulava para um final de semana de campo na Feira acabava sendo direcionado para a parte da gastronomia, não por opção, mas porque vivemos tempos difíceis no país.

2.4 A Feira no Jardim dos Namorados

O parque Jardim dos Namorados fica localizado na Orla da Pituba, em frente ao mar. Local de lazer público, com equipamentos para esportes, quadras, espaço para skate, ciclovia, quiosques de água de coco, estacionamento e área verde.

A Feira da Cidade teve sua estrutura montada na parte do estacionamento. Dessa vez, finalmente consegui combinar com uma das expositoras de acompanhar a montagem do estande. Na semana anterior ao evento, fui pela segunda vez ao ateliê de Mina, localizado na avenida Sete de Setembro.

Foi de forma presencial, em seu ateliê, que propus à Mina acompanhá-la mais detidamente na Feira da Cidade. Ela topou e disse que nesta edição seu companheiro estaria com ela, mas que ele já sabia da pesquisa e concordava também, afinal eles costumam conversar sobre tudo. Combinamos que eu entraria em contato via *Whatsapp* na sexta-feira para fechar o horário de chegada no evento.

Mina chegou a mencionar que se não respondesse a mensagem de primeira eu poderia insistir, pois como costumavam chegar muitas mensagens de clientes ou organizadores de eventos para ela ao longo do dia, nem sempre ela conseguia responder todas as mensagens. E assim me senti à vontade para insistir, algo que até então não havia feito diante de suas mensagens não respondidas. Realmente ela costumava demorar de respondê-las, mas dessa vez não pestanejei em insistir, e dessa forma pedi para que ela confirmasse assim que pudesse porque se não fosse viável combinaria com outra expositora, a Angel. Ela respondeu na tarde da sexta-feira dizendo que chegaria entre 7 h e 8 h no Jardim dos Namorados para montar o estande e que eu poderia acompanhá-la.

No sábado, como de costume, tive dificuldade em acordar cedo, e acabei chegando por lá às 9 h. A primeira coisa que escutei de Mina foi “boa noite”, em tom de brincadeira. O clima do local era de arrumação dos estandes, e dessa vez não tive tempo de anotar nada no caderno de campo, então utilizei o contato que criei com meu número no *Whatsapp*, como uma espécie de bloco de notas virtual.

A chegada para a montagem já cedo é motivada pela escolha do ponto na Feira. As/Os expositoras/expositores costumam chegar para pegar um “bom lugar”, um local estratégico, que tenha mais passantes para comprar. E assim, ela montou seu estande logo na entrada do evento, quem ia chegando no espaço logo visualizava a Joia de Mina.

Com uma mala, ela e seu companheiro, levaram os acessórios para serem montados. A escolha dos objetos a serem expostos tem a ver com o gosto do público de determinada região, observação que só é possível de ser feita por quem já tem tempo de Feira.

Eles costumavam levar todo o material necessário para construir o estande, alugavam apenas o toldo de 2 m x 2 m e a cadeira onde sentavam no interior do espaço. Levaram nesta edição: duas mesas brancas; os tecidos de malha, também brancos, para cobrir as mesas, as laterais e o fundo do estande, que dava para o mar; os suportes em madeira para colocar os acessórios de modo que ficassem atrativos para os passantes; e as lâmpadas para iluminar o ambiente.

Atrás dos mostruários dos objetos a serem vendidos, fica toda a parafernália necessária para fazer aquele estande funcionar como uma pequena loja; linhas, tesoura, calculadora, balancinha para pesar os acessórios, isopor para por água, sacolas plásticas, a mala, a máquina de passar cartões, tomadas e canetas.

O espelho também é um objeto importante. Mina tem uma tática para atrair o público que aprendeu com a família que também trabalha em feiras: colocar o espelho na passagem das pessoas, que quando o veem, param para se olhar, e conseqüentemente, param para ver os acessórios, e quem sabe comprar.

Embora tivesse chegado cedo na Feira, o sol já estava forte e sentia minha pele queimando ao observar tudo do lado de fora do estande. Mina sacou de sua mochila um produto pensando que fosse protetor solar, que pegou emprestado de sua avó, mas era um bronzeador. Eu preferi não passar, mas ela, embora tivesse a pele clara, preferiu utilizar pois o produto tinha certo fator de proteção.

Quando ela percebeu que eu realmente estava me queimando, perguntou: “Você não quer ficar aqui dentro do estande?”. Nunca imaginei que um sol forte pudesse ser tão favorável a uma pesquisa. Meio que sem jeito, entrei no seu mundo, no seu espaço de trabalho, e finalmente pude ver como funciona a situação de dentro do estande.

Para entrar no espaço tive que passar por baixo da malha branca e pelo fundo do estande. Ela foi logo dizendo: “Coloca sua bolsa aqui dentro da mala, e vamos etiquetar os produtos, você não pode ficar só escrevendo sobre isso aqui não, tem que pôr a mão na massa também”.

Antes de começar a minha função de etiquetar os preços nos acessórios, percebi que o estande vizinho era o da Mais Bela Acessórios. Cumprimentei Angélica, que a chamo de Angel, e falei que fui ajudar Mina na montagem do estande, que estaria por ali ao longo do dia. Ela se mostrou animada com a minha presença, e estabelecemos várias conversas ao longo do final de

semana: relacionamentos, família, trabalho, história de vida, amores e religião. Senti, inclusive, que fui mediadora de uma maior aproximação entre elas: Angel e sua sócia, Marta, e Mina, que, embora já se conhecessem, não costumavam conversar tanto como ocorreu naquele final de semana.

Mina mostrou-me como fazia para colocar os preços nos acessórios. Embora pareça uma tarefa simples de executar, é preciso ter uma letra bonita e legível para escrever os números e destreza com a caneta para fazer os preços, hora muito pequenos, hora muito grandes, cortar a fita dupla-face bem fininha e colocar no fundo do papel, que ela havia escolhido um panfleto reaproveitado de publicidade de uma escola.

Os primeiros números que fiz não saíram muito bons e, além disso, primeiro cortava o papel em formato retangular e depois colocava a fita dupla-face, e então acabava levando um tempo significativo para achar a pontinha da fita. Ela, pacientemente, me explicou que primeiro deveria colocar toda a fita dupla-face no fundo do papel, escrever os números, e em seguida tirar a fita, para depois, cortar os formatos retangulares. Ela olhou para mim, e disse: “Tudo nessa vida tem uma técnica, uma forma de fazer, até as coisas mais simples”.

Assim, peguei o jeito de como preparar as etiquetas manuais, e ela ia me dizendo os preços dos brincos e colares para que eu colasse nas placas do mostruário dos acessórios. As peças de bijuterias eram as mais baratas, ficavam posicionadas em uma das mesas e levavam os números maiores para atentar para os “preços bons”.

A disposição do estande tinha um formato em L, em que cada perna da letra seria uma mesa com os acessórios expostos. Na mesa da lateral ficavam as bijuterias e os acessórios de aço. Na mesa de frente para à Feira, ficavam os acessórios em prata 925 e 950, anéis com pedras, colares com pingentes trabalhados em diversos formatos, pulseiras e brincos, tudo em prata, o “carro chefe da marca”. Estes levavam os números menores pois tinham preços maiores. Alguns acessórios da marca são revendas, já outros são confeccionados pela própria Mina: ela faz todo o trabalho de ourives, derrete a prata e confecciona à mão suas peças.

Ela tomava conta dessa parte da frente do estande, e seu companheiro ficava com a lateral. Eu fiquei posicionada no meio, entre uma mesa e outra, mas me reportava mais à Mina. Havia apenas uma cadeira no local, as cadeiras também são alugadas pelos/pelas expositores/expositoras e custam 15 reais cada, assim, nos revezávamos nós três para sentar nesta única cadeira alugada. Dessa forma passamos o nosso final de semana ali.

Como o Jardim dos Namorados é uma região de caminhadas matinais, as pessoas foram chegando antes da Feira começar, eram turistas ou passantes das redondezas. As falas de Mina

e de Cristian (seu companheiro) para o público era sempre a mesma; “Olá, venha conhecer nossos acessórios, temos peças em prata 925, 950, em aço e também bijuterias.” Quando as pessoas se aproximavam mais, ela anotava em um papel o *Whatsapp* para enviar um vale polimento de qualquer acessório, e explicava que também fazia peças sob encomenda em prata e em ouro.

Para Mina, a participação na Feira da Cidade era importante para apresentar seu trabalho e atrair o público para seu ateliê. Quem levasse amigos para comprar alguma peça em seu ateliê teria desconto; essa era uma estratégia de venda que ela ressaltava na Feira. Segundo a ourives, depois que começou a participar do evento aumentou significativamente o número de seguidores no *Instagram* e também passou a receber mais encomendas de anéis de aliança, correntes com nomes, pulseiras e diversos tipos de acessórios tanto para homens quanto para mulheres.

Para Angel, logo quando começou a participar do evento, há uns dois anos, vendia muito mais suas peças. Ela mencionou já ter vendido 12.000 reais num final de semana, situação que não ocorria mais naquele momento. Acreditava que por conta da crise econômica que o país enfrentava que fazia com que as pessoas comprassem menos, visto que, segundo ela, seu produto é uma “futilidade” e não uma necessidade.

Entre uma cliente e outra, as coisas iam acontecendo ao mesmo tempo internamente nos estandes: as conversas, as brincadeiras e os lanches. Embora a Feira tenha a parte de gastronomia, e as expositoras de moda circulem por este espaço e criem vínculos de amizade, existe também um circuito interno de lanches apenas para os/as expositores/expositoras.

A moça que fazia a faxina do local, varria e limpava, também vendia sanduíches e café a preços mais baratos somente para os/as trabalhadores/trabalhadoras do evento. No meio da manhã ela passou, e Angel e Mina compraram sanduíches e café. Acabei comprando com ela também um copo grande de café com leite por um real. Elas costumavam lanchar ao longo do dia ali mesmo no estande, para não perder nenhuma oportunidade de venda. Embora seu companheiro fosse ajudá-la dessa vez, Mina não gostava de deixar o local sem ela por muito tempo.

E assim elas iam levando o dia, conhecendo pessoas, fazendo amizades, contatos de trabalho, vendendo, entregando cartões de visita de suas marcas e atraindo o público. Mina para seu ateliê, e a Angel para seu quiosque da Mais Bela Acessórios no edifício Fundação Politécnica, também na avenida Sete de Setembro.

Dentre uma conversa e outra, chegamos ao assunto religião. O companheiro de Mina, comentava que no ano passado estava com o lado esquerdo do corpo completamente paralisado por conta de uma esclerose múltipla, chegou a ficar em cadeira de rodas, mas que o tratamento com corticoides fez efeito, e ele estava ali de pé, trabalhando. Via isso como uma oportunidade de Deus, no qual passou a acreditar depois desse episódio.

Eu disse que não tinha religião e não acreditava em um Deus, mas que acreditava que tudo nesse mundo tem uma energia e que as coisas funcionam na base da lei do retorno: o que a gente emana a gente acaba atraindo. Marta completou a conversa dizendo que era da natureza, livre, e Mina acrescentou que ela e Cristian eram espiritualistas. Elas perguntaram se eu nunca havia participado de nenhuma religião.

Disse que tive uma criação católica, mas parei na primeira eucaristia, quando comecei a questionar o funcionamento da vida e do mundo. Foi quando parei de seguir uma religião, para compreender a validade de todas. Disse que já havia frequentado centro espírita, que costumo ler bastante sobre budismo, já joguei búzios duas vezes com diferentes pais de santo, e até na União do Vegetal já tinha ido.

Quando disse que certa feita escutei de uma mulher que uma cigana andava do meu lado o assunto tomou fôlego. Mina e Marta ambas se revelaram “ciganas de alma”. Elas têm um estilo de vida cigano, cultuam Santa Sara, frequentam encontros sobre o tema e praticam danças e rituais também, porém em locais diferentes. Mina segue uma linha espiritualista e Marta é da linha da umbanda. Mina frequentava uma casa em Itapuã todas as quartas-feiras, onde passava à noite até o amanhecer, e incorporava uma cigana Turca, chegou a mostrar um vídeo dela dançando nessa festa que frequentava. Chamou a mim e a Marta para irmos com ela um dia, disse que assim que terminasse esse capítulo a acompanharia no ritual.

Foi após essa revelação que compreendi toda a estética de sua marca. É evidente a presença de um misticismo em seus acessórios, que tem símbolos mitológicos e diversas pedras para atrair energias positivas ou repelir as negativas. Compreendi também parte da decoração do estande: Mina espalhou na mesa, próximo aos acessórios de pedras, cartas referentes às funções das mesmas, porém de modo que parecesse um baralho de tarô.

Mina leva, inclusive, uma pedra de cristal dentro do seu sutiã em todas as feiras, para equilibrar as energias e atrair coisas boas pois, segundo ela, trabalhar ali num lugar de muita intriga, inveja e fofoca, requer proteção. Como se considera uma pessoa muito sensível, acaba sentindo toda a inveja que as expositoras dos outros estandes emanam quando ela consegue

vender muito. Mencionou um dia em que vendeu bastante e acabou sentindo-se mal no final do dia, segundo ela, por conta da inveja.

Esse aspecto me fez pensar também que o fato de trabalhar em feira, o processo de montagem e desmontagem dos estandes, a decoração, o fazer e o desfazer de um lugar, o contato com pessoas diversas, também faz parte da sua “alma cigana”. Embora ela tenha uma residência fixa, more num prédio em Brotas, ela afirma que muitos ciganos vivem dessa maneira, e acrescenta a história de seus pais, que eram hippies na Argentina, seu país de origem. Sua mãe, diferente dela, tem um estilo de vida nômade, pois tem a incumbência de fazer viagens pelo país e pelos países vizinhos para comprar parte do material que elas revendem.

Esse momento foi relevador e importante para o aprofundamento que segue no próximo capítulo acerca da relação entre estilo de vida dos criadores e suas formas de trabalho, não necessariamente vinculado à religião, mas às formas de ser e estar no mundo.

Após essa longa conversa, saímos eu e Mina pela Feira para almoçar, e deixamos Cristian tomando conta do local. Resolvemos comprar um “pirão nordestino”, que levava purê de aipim com carne do sertão. Ela pegou o pedido primeiro, e logo voltou para o estande, e eu falei que iria aproveitar para dar uma volta e ver os outros/as expositores/expositoras.

Vi a ala das “novatas” que havia conhecido no Imbuí, as cumprimentei, mas não vi a garota da marca ateliê 103, e logo pensei que a participação para ela deve ter sido mesmo apenas uma “troca de dinheiro”. Vi também a garota da Morita, que é amiga de Mina, e que inclusive foi no estande à tarde cumprimentá-la e negociar a compra de pratos na mão dela. Quando chegou no estande eu estava comprando um colar de aço com Mina, e ela disse: “Você estuda e compra também, né?” Finalmente, ela havia entendido que não estava ali apenas à passeio.

Após diversas conversas com expositoras, cheguei à conclusão de que a participação nestas feiras se configura num primeiro momento como uma experiência. Para quem está começando, é uma oportunidade de testar seus produtos, como o público nas ruas os recebem e também um local para vivenciar as trocas e aprendizados. Permanece na Feira da Cidade quem tem um retorno lucrativo ou quem compreende a participação como mais uma prática que dialoga com o estilo de vida que leva. Acredito que no caso de Mina e Marta, o fato de se considerarem “ciganas de alma” contribuía para a permanência por anos nestas feiras itinerantes.

Encontrei também ao longo da minha pausa para almoço a estudante de São Lázaro, da marca Sementes. Ela estava desanimada dessa vez, porque até o momento não havia vendido

nada. O humor das expositoras no local é mediado pelas vendas, geralmente ficam desanimadas quando não estão vendendo, o que fica evidenciado em suas faces.

Enquanto conversávamos, ela almoçava um pastel da Feira. Seu estande estava localizado no que ela chamou de “galeria criativa”, que geralmente são os/as expositores/expositoras que ficam localizados no toldo maior em formato circular. É mais barato expor nesse ambiente do que na parte das “manufaturas criativas” onde ficam os toldos de 2 m x 2 m para apenas uma marca, onde Mina e Angel estavam.

Silvia, da Sementes, falou sobre sua marca e a expansão dos produtos que pretendia fazer. Além de bolsas, pensava em começar a comercializar vestidos também, e já estava vendendo suas peças na loja Balaio de arte, no Mercado do Rio Vermelho (antiga Ceasinha). Silvia apontou que participar da feira Coreto Hype estava mais barato, e ainda comentou que ouvia críticas por fazer as duas feiras, que são consideradas “rivais”. Ela disse que se importa com o público que estaria no local, e não com o fato de determinada feira ser de uma pessoa ou de outra.

Embora a Feira no sábado não estivesse muito cheia, os estandes tiveram uma quantidade significativa de passantes. Tanto a Joia de Mina quanto a Mais Bela Acessórios fizeram vendas naquele dia, e Mina também fez muitos contatos com possíveis clientes.

À tarde, a filha de Carla chegou no estande para fotografar os acessórios e veiculá-los nas redes sociais. Ela estava agora no lugar de Bruna, a blogueira com a qual havia estabelecido contato. Nesse mesmo momento, chegou um amigo de Mina no estande, e perguntou quem organizava a Feira, e ela disse Carla Maciel. Ele logo respondeu que foi noivo da mãe dela há alguns anos atrás e que havia visto Carla quando ela ainda era criança. Mina me pediu então que levasse ele até ela para ver se o reconheceria.

Foi quando vi que havia um grande trailer que ficava montado no fundo da Feira, que até então não havia reparado, com espaço para computadores, onde parte da produção do evento permanecia, e onde Carla às vezes descansava ou seguia trabalhando também.

Quando chegamos a este espaço e procuramos por Carla, num primeiro momento ela não entendeu o que eu estava fazendo com aquele homem ali, mas quando ela olhou nos olhos dele, pulou de alegria, deu um grande abraço e gritou: “Deco!!!!”. Em seguida, expliquei que estava ajudando Mina no estande ao longo da pesquisa, e ela logo falou, “agora a gente só se vê de Feira em Feira, né? Preciso responder suas mensagens”. Deixei os dois à sós conversando, e voltei ao estande.

Naquele momento, a noite já estava caindo, as luzes se acendiam, as pessoas circulavam, as expositoras enquanto iam vendendo, apresentando os produtos ou repondo peças que partiam, iam conversando sobre assuntos variados no interior do estande.

Quando retornei, Angel falou para mim: “você sabia que eu não gostava de Mina? Achava ela muito metida quando a conheci”. Mina logo tratou de retrucar: “Você não gostava de mim porque eu era aluna de seu marido, e você tem ciúmes das alunas dele”. Essa brincadeira iniciou uma longa conversa sobre relacionamentos, ex-maridos, infidelidades, ciúmes, separações, solteirice, novos casamentos, etc. O que ficou evidente ali foi que ambas possuem uma trajetória familiar nesse ramo de vendas e confecção de acessórios na região do centro da cidade, onde têm negócios atualmente.

Tanto Angel quanto Mina comentaram recordar dos negócios dos pais uma da outra. Angel comentou que gostava de comprar etiquetas e outros materiais de produção na loja do pai de Mina, que os preços eram mais justos. E Mina disse lembrar da loja de acessórios que os pais de Angel tinham na Rua Carlos Gomes, uma loja de três andares na qual ela costuma passear quando menina. Ficou evidente ao longo do trabalho de campo que as expositoras que tinham negócios herdados simbolicamente e/ou materialmente de suas famílias, eram as que ganhavam a vida apenas com esse tipo de trabalho e que se mantinham no ramo há bastante tempo, e também nas feiras.

Entre seus estandes, elas conseguiam conciliar o atendimento aos clientes, quando estes se aproximavam, elas interrompiam o que estavam falando para dar atenção plena, e depois retomavam o papo de onde havia parado.

Os preços no estande da Joia de Mina variavam de acordo com o material do acessório. Segundo a ourives, quanto maior quantidade de prata num produto mais caro ele ficava, algumas peças chegavam a custar pouco mais de cem reais, mas tinha também as bijuterias em promoção que custavam entre 5 e 10 reais. As peças mais caras ela costumava parcelar em até em 3x. Chegou a fazer isso para uma cliente, e embora tivesse reclamado que só iria receber o terceiro valor da parcela depois de três meses, mencionou que preferia fazer assim a não vender a peça.

Entre as “artes de dizer” (VEDANA, 2008) que observei ao longo do sábado, Mina costumava falar: “Venha dar uma olhadinha sem compromisso”; “Siga meu *instagram*”; “eu parcelo também”; “venha pegar um vale polimento”. O “vale polimento” foi uma de suas estratégias para atrair clientes para o estande e para seu ateliê também, inclusive a primeira vez em que fui em seu ateliê foi por causa de um “vale polimento” que ela me enviou via *Whatsapp*.

Foi nosso meio de aproximação para a pesquisa, pois em seu ateliê tive tempo para conversar, explicar e “vender” também meu projeto a ela.

Após muitas horas no estande ficando a maior parte do tempo de pé, me sentia exausta e decidi ir embora às 19 h 30 min. Combinei com Mina que chegaria no dia seguinte no final da tarde para permanecer até o fechamento, e ela concordou. Assim, agradei sua permissão em participar com ela daquele dia de trabalho, e ela também agradeceu pela ajuda e companhia.

Cheguei em casa exausta, esgotada e fiquei me perguntando o que motivava aquelas mulheres a participarem de tantas feiras. Estou falando aqui de mulheres fortes, batalhadoras, que apesar de confeccionarem peças tão delicadas, de executarem trabalhos manuais leves e minuciosos, possuem uma rotina de trabalho árdua. Levam mesas pesadas para seus estandes, montam tudo sozinhas, sobem na cadeira para trocar as lâmpadas do espaço. Enquanto Mina subia e descia da cadeira para ajeitar as coisas e trocar as lâmpadas, seu companheiro arrumava as sacolas plásticas retirando os acessórios para montar nas mesas.

Angel, por exemplo, participava de feiras todos os finais de semana, quando não estava na Feira da Cidade, estava na Feira de artesanato do largo de Dinha, ou em outras. No dia seguinte ouvi dela: “eu sou uma mulher de trabalhar na rua, gosto disso, desse movimento, quando meu marido me pediu em casamento, eu logo disse, não passo, não lavo e nem cozinho, eu trabalho na rua”. Acrescentou que ele que liga para ela todos os dias às 18h para saber o que ela quer para o jantar, e que sua sogra é quem lava as roupas deles. Angel, quando sai da Feira da Cidade, ainda vai para a feira no Rio Vermelho ajudar a sua mãe a desmontar as peças para levar para casa. Elas chegam por volta de 7 h e permanecem até 22 h.

Cheguei no domingo no final da tarde, e o movimento já havia se estabelecido, tudo estava montando e, diferentemente do sábado, o ar de todas já era de cansaço. No dia anterior não havia percebido talvez porque nosso desgaste foi chegando ao mesmo tempo. Embora o semblante delas fosse de cansaço, por um segundo dia inteiro de batalha, estavam lá, firmes e fortes, seguindo com suas funções. Mesmo que as brincadeiras aliviassem e descontraíssem o trabalho ao longo do dia, “fazer a feira” é uma tarefa cansativa.

O cansaço, porém, não tirava o sorriso do rosto de Mina, nem desbotava seus lábios vermelhos, sempre retocados de hora em hora. Segundo Angel, Mina herdou o sorriso de sua mãe. Angel disse já ter visto a mãe de Mina trabalhando em feira, doente, com feridas na barriga, mas sorrindo. Segundo Mina, ela aprendeu isso com sua avó; seu sorriso é uma herança de como “fazer a feira” (VEDANA, 2008).

Dentre nossas conversas do dia, surgiu um casal que gostaria de encomendar alianças de ouro. Mina faz mais trabalhos em prata do que em ouro, que geralmente sai bem mais caro: a grama do ouro custa 180 reais, então, ela nunca leva para ambientes de feira, e só produz por encomenda. Tanto ela quanto Angel costumam anotar os telefones das mulheres quando chega um casal no estande. Segundo elas, fazem isso para evitar problemas com as clientes, que costumam não gostar de muita interação com os parceiros delas.

Assim, se reportando à mulher, falou que iria adicioná-la, e que atendia de segunda à sexta em seu ateliê, das 8 h às 17 h 30, que o prédio onde trabalhava era todo de atacadistas, comercial e não costumava abrir aos sábados, mas que ela poderia abrir uma exceção caso a cliente só pudesse ir nesse dia. A cliente concordou, e disse que aguardaria um contato dela para fazerem as alianças.

Nesse dia, encontrei um casal de amigos que estava na Feira e me chamaram para dar uma volta com eles. Saí um pouco do estande, aproveitei para jantar, mais um hambúrguer artesanal para a conta. Conversamos sobre nossos trabalhos, falei da minha pesquisa, e meu amigo logo exclamou: “Vá procurar o que fazer, Luana!”. Achei graça em sua exclamação, entretanto seria só mais uma pessoa que não entenderia meu trabalho, e assim percebi a importância da popularização dos trabalhos etnográficos e a ampliação do diálogo para fora do universo acadêmico, para que as pessoas compreendam a importância do registro histórico e cultural dos fenômenos que acometem suas próprias vidas - as pessoas, porém, ainda insistem em não compreender a importância de entendê-los.

Ele, cabeleireiro, que julga cortar e pintar cabelo de madames um trabalho mais relevante do que de uma antropóloga buscando entender as novas práticas de comercialização em Salvador, começou a falar de como o salão andava esvaziado com a crise, não imaginando ele que compreender os novos formatos de consumo poderia favorecer inclusive no modo dele lidar com essas consumidoras que estavam se esvaindo do salão de beleza.

Neste momento, aproveitei para circular pela Feira, falar com as expositoras que já conhecia e senti falta de Silvia, da marca Sementes. No outro dia entrei em contato com ela via *direct* no *Instagram*, e ela disse que foi embora às 18 h porque começou a chover, lotou o espaço em que ela estava e derrubaram cerveja em uma de suas bolsas.

Voltando ao estande de Mina, ajudei no contato com os clientes, na recepção, na explicação dos produtos, mas não cheguei a realizar nenhuma venda. Chamava pessoas que eu conhecia quando as via passando pelo estande e mostrava o trabalho dela. Dentre estes conhecidos, havia um amigo cujo pai também era ourives, o que fomentou uma longa conversa

entre eles, na qual fiquei sabendo sobre um antigo circuito da prata e do ouro na avenida Sete de Setembro e sobre contatos “secretos”. Ele pegou o contato de Mina e ficou de ir em seu ateliê encomendar algumas peças.

Dentre as conversas do dia, Marta perguntou se depois da pesquisa eu iria montar uma marca de moda também para expor junto com elas. Havia comentado, brevemente, a respeito da minha trajetória acadêmica, que tinha me formado em Moda e em Ciências Sociais, estava fazendo um Mestrado em Antropologia e que buscava unir as duas formações. Disse a ela que não, que não tinha destreza com habilidades manuais, e que a minha intenção era compreender os fenômenos do ponto de vista teórico e também através do contato com os/as criadores/criadoras, como elas, por exemplo.

Disse, no entanto, ter observado ao longo da pesquisa algumas questões que poderiam melhorar em seus negócios. À Mina, por exemplo, disse que ela não deveria levar símbolos ou pedras em que não soubesse o significado para vender. Aconteceu, duas vezes no final de semana, de clientes perguntarem o que significava determinado símbolo ou qual os benefícios de uma determinada pedra, e ela não se lembrar. Disse a ela que quando se tratassem de peças em que ela não lembrasse do significado, deveria levar uma pesca para ler, porque esses detalhes podem ser fatores de conquista na hora da venda. As pessoas querem saber o significado das coisas, o que aquela compra vai simbolizar em seus corpos. Diante disso, pensei na possibilidade de prestar consultorias às marcas futuramente, e foi a resposta que dei a Marta quando esta perguntou se iria montar uma marca de acessórios também.

Enfim, o domingo passou mais rápido, também fiquei por menos horas no evento em relação ao sábado. Às 21 h 30 min, Mina resolveu desmontar o estande, assim como Angel e Marta. Recolhemos juntas as coisas, colocamos os acessórios em sacolas específicas, e depois dentro da mala. Tiramos as malhas das mesas e dos toldos, e ajudei a segurar a cadeira enquanto Mina retirava suas lâmpadas do teto do toldo. Agradecemos uma à outra a ajuda mútua em relação a nossos trabalhos, e nos despedimos combinando um encontro em breve.

CAPÍTULO 3 – UM HIATO CONSTRUTIVO

3.1 Quando a Feira parou, comecei a tessitura da rede

Neste capítulo tratarei dos quatro meses em que a Feira da Cidade ficou sem acontecer em Salvador. As reflexões que trago aqui situam-se mais destacadamente entre o trabalho de campo realizado na Feira em Stella Maris e na Feira na Praça da Várzea, depois seguiram ocorrendo concomitantemente com o campo realizado no evento.

Havia inicialmente planejado a pesquisa para que acontecesse por etapas. Primeiro, fazer todo o campo na Feira da Cidade, e a partir de lá seguir os/as criadores/criadoras locais em seus circuitos (MAGNANI, 2002) profissionais. Mas neste hiato em que a Feira ficou parada percebi que o rumo das coisas não poderia ser tão programado, afinal, um trabalho de campo é realizado juntamente com a vida, a minha de pesquisadora e de todas as pessoas envolvidas nas interações do trabalho empírico.

No mês de março de 2017, em uma saída casual com alguns amigos para uma hamburgueria, que inclusive surgiu como espaço físico após a participação na Feira da Cidade e possui o estabelecimento ao lado da loja colaborativa Feira Garagem, encontrei com Bruna⁸ na calçada, do lado de fora da loja. Deixei meus amigos de lado e fui conversar com ela sobre a pesquisa.

Naquele momento tive a fatídica notícia de que a Feira da Cidade ficaria parada por um tempo, não tendo previsão de retomada. Como tinha consciência que a pesquisa não podia parar, muito menos esperar o prazo de retorno do evento, resolvi circular por outras situações urbanas de Moda na cidade.

Aquela saída casual com amigos me fez pensar como a pesquisa empírica na cidade envolve uma dimensão específica, que é a dificuldade em saber onde começa e onde termina o trabalho de campo, visto que algumas vezes podemos passar por uma determinada situação em que não havia uma intencionalidade prévia de “estar em campo” e de repente estamos.

Essa sensação remeteu-me à reflexão de Peirano (2014) quando se encontrava num procedimento de cadastramento eleitoral biométrico e teve seu “instinto etnográfico acionado”. No meu caso, o que inicialmente seria um encontro com amigos se tornou trabalho de campo, pois como não estava conseguindo marcar um encontro com Bruna para

⁸ A blogueira da Feira da Cidade que é mencionada por Mina pela primeira vez no segundo capítulo na Feira em Stella Maris.

conversarmos sobre a Feira da Cidade, acabei me deparando com sua figura assim ao acaso, e ela colocou-se à disposição para uma breve conversa sobre a dinâmica dos/das criadores/criadoras que participavam do evento. A blogueira também passou os contatos de telefones de algumas criadoras, e uma delas foi a Mina, que inclusive já havia conversado na Feira em Stella Maris, e que terá seu ateliê apresentado no tópico seguinte.

O relatado *momento arbitrário* não me tornara apenas investigadora, mas também “nativa/etnógrafa” (PEIRANO, 2014), em que vive e estranha, ao mesmo tempo, as situações urbanas, construindo o que a autora chamou por “bricolagem intelectual”. Esta se configura como um refinamento teórico composto pelo constante confronto com novos dados empíricos, que no meu caso foram construídos ao deixar-me levar pelos fluxos cotidianos envoltos nas dinâmicas da Moda de Salvador.

Tendo essas reflexões em mente e ao saber que a Feira ficaria parada por um tempo, pensei que a solução seria circular por outros espaços a partir das marcas que havia mapeado no “aquecimento etnográfico”, e segui-las nas redes sociais foi fundamental para essa postura metodológica.

Embora o ciberespaço não tenha sido um local de pesquisa direta com as pessoas do grupo investigado, foi através das redes sociais que mapeei os circuitos de moda independente, compostos por marcas, criadores, eventos, materiais, objetos e lojas colaborativas. Assim, realizei o contato via internet com as interlocutoras e participei presencialmente dos eventos que aconteciam na cidade para tecer a composição da rede de criadores e criadoras locais, rede esta que também se constrói e se articula através da Internet.

A pesquisa desenvolvida não se configurou como uma etnografia virtual nos termos de Rifiotis (2016), a qual se propõe a pensar a Internet enquanto espaço para legitimação do fazer antropológico. O foco do trabalho não foi realizar entrevistas via *chats* virtuais, porém não posso deixar de levar em consideração o excesso em que essa via perpassava pelas vidas dos profissionais da moda que dialoguei.

Através das redes sociais, essas pessoas se conhecem, marcam encontros para a realização de eventos, à exemplo do *Fashion Revolution*⁹, evento que foi articulado e divulgado via *Facebook* e *Instagram*, e também divulgam suas marcas, seus objetos, suas criações, bem como os locais onde as pessoas podem encontrar seus produtos, quando não realizam as vendas virtualmente.

⁹ Evento mapeado no primeiro capítulo e que será aprofundado nas próximas páginas.

Assim, o ambiente virtual se tornou relevante na pesquisa para ter conhecimento das situações urbanas em que essas pessoas se encontravam para debater mercado, produção e consumo e para o mapeamento das lojas e eventos em que os produtos são comercializados. Para além disso, serviu também como meio de estabelecer os primeiros contatos com as profissionais da moda, e conseqüentemente encontrá-las pessoalmente. Assim foi com a idealizadora da Feira da Cidade, Carla, e com a coordenadora do evento *Fashion Revolution*, Ana Fernanda.

Esta compreensão da importância em inserir o espaço virtual na pesquisa se deu ao concordar com Rifiotis (2016) no sentido de romper com as dicotomias e compreender que a descrição etnográfica é composta por fluxos e deslocamentos. No caso aqui investigado, esse fluxo transborda não somente pelas situações urbanas de Salvador, mas também pelas redes sociais, visto que as pessoas com as quais dialoguei estão conectadas nas redes virtuais quase que 24 horas por dia.

Assim, ao seguir pessoas e eventos através das redes sociais da Internet, fiz o mapeamento dos profissionais inseridos no universo da moda em Salvador que tivessem participado de alguma forma da Feira da Cidade ao longo de suas carreiras. Dessa forma, os criadores e criadoras de moda foram transbordando para as outras situações urbanas de Salvador, e fui transbordando juntamente com eles e elas ao longo da minha pesquisa, e tendo cada vez mais a noção de que esta rede que começou com a Ellen não teria fim, o que me levou a compreender que não era possível abarcar toda a rede de criadores de moda de Salvador. Afinal, são muitas as pessoas envolvidas, ainda mais após o advento das Feiras de Gastronomia e Moda que aqueceram o mercado dos pequenos/pequenas empreendedores/empreendedoras locais.

Diante desta tomada de consciência, a metodologia empregada foi participar dos eventos de moda que fossem divulgados nos perfis virtuais que foram localizados a partir da Feira da Cidade (eventos de lazer/comércio como outras Feiras de Gastronomia e Moda, tanto as públicas quanto as realizadas em espaços privados), visitar as lojas colaborativas, participar de encontros para debater ideias e concepções sobre Moda. A partir desta movimentação, fui mapeando uma rede de criadoras e criadoras locais e suas concepções sobre moda, trabalho, perspectiva de vida e consumo.

Percebi a partir desse caminhar que a rede de criadores e criadoras locais é composta por diversos nichos criativos/produtivos, os quais denominei por circuitos (Magnani, 2002) da moda independente. Ao tecer esta rede, percebi que ela é composta por fluxos e circuitos de

pessoas, relações, objetos, coisas e situações urbanas. Visto que os/as criadores/criadoras de moda não trabalham sozinhos/sozinhas, além de todos os materiais que participam de seus cotidianos laborais, tem também outros/outras profissionais envolvidos/envolvidas para que suas marcas possam existir: fornecedores, distribuidores, costureiras, vendedores/vendedoras, modelistas, jornalistas, produtores/produtoras, blogueiras/blogueiros, alfaiates, pesquisadores/pesquisadoras, empresários/empresárias, modelos, fotógrafos/fotógrafas, enfim, uma série de outras categorias laborais que também se interconectam na rede.

Os circuitos mapeados se inter cruzam e se conectam por fluxos interativos de trabalho que se estabelecem na cidade de Salvador e nas situações urbanas mencionadas. Foram estes locais por onde circulei que permitiram-me perceber a existência de uma rede urbana de profissionais da moda, a qual se conforma também através da Internet, articulando profissionais, parceiros, colaboradores e consumidores.

A noção de rede emerge na pesquisa enquanto um conceito analítico das ciências sociais à luz da perspectiva de Agier (2011). O autor destaca dois aspectos importantes para trata-la: a ancoragem e o desenvolvimento das redes, para em seguida se dedicar a sua qualidade. Sua abordagem se encaixa no percurso da pesquisa que se iniciou com a Ellen Trindade, que seria como a ancoragem, “dado que cada indivíduo retira da sua posição, na ordem social da cidade, certa caracterização moral” (AGIER, 2011, p. 78). Embora não goste muito da palavra “moral” inserida na frase, compreendo que se refere a um posicionamento, que aqui revela o de criadora independente que circula com seus acessórios pelos espaços urbanos de feiras e pequenas lojas pela cidade.

A Ellen, artista-designer da Andrômeda foi meu ponto de partida para desalinhar esta pesquisa, seria o indivíduo como cabeça da rede. A partir do trabalho realizado com ela pude compreender a possível existência de uma rede de designers de moda, que ao longo da pesquisa, ampliei esta categoria para a de criadores/criadoras locais. Foi através da Ellen que cheguei na Feira da Cidade, e lá, pude perceber a articulação entre esses criadores/criadoras e elaborar a presente pesquisa.

A qualidade das redes pode ser observada pelas relações que se estabelece a partir da ancoragem, que se multiplicam e expandem desse primeiro indivíduo através de um critério de cooperação e de uma relação social que está na base de sua existência. A perspectiva de Agier (2011) contribuiu para a ideia de rede enquanto uma conexão que emerge e parte de algum lugar justamente para frisar aqui de onde surgiu todo este desdobramento analítico ao qual me proponho realizar.

Assim, foi a partir de um dos espaços de comercialização da Ellen que passei a seguir alguns criadores e criadoras de moda da cidade e observar como eles e elas constroem seus saberes sobre Moda e Trabalho em seus cotidianos e trajetórias profissionais. Dessa forma, cada interlocutor ou interlocutora que fui encontrando em meu caminho, foi um/uma mediador/mediadora para a construção da pesquisa e para a compreensão do atual mercado de Moda de Salvador.

É válido frisar que foram as principais interlocutoras da pesquisa, as quais apresentarei neste capítulo, que sinalizaram as reflexões mais destacadas no atual panorama da Moda local e global. Dentre elas, as representações sobre identidade, estilo, colaboração, sustentabilidade, representatividade étnica, de gênero e consumo consciente, aspectos introduzidos não somente na cidade de Salvador, mas também num contexto mais amplo do universo da Moda. Como disse Ana Fernanda em um de nossos encontros: “ativismo agora vende”.

3.2 O ateliê de Mina

Depois de ter me inteirado de que a Feira estava parada, tentei combinar um encontro com Mina em seu ateliê, mas não foi possível pois ela estava num pós-operatório. Passados uns meses, recebi uma mensagem sua a respeito de um “vale restauração”, o qual veio via *Whatsapp* numa imagem que tinha escrito: “Sabe aquele anel, brinco, corrente de pedra ou ouro amassados ou sujos? Traz que volta novo. Válido três peças para desamassar, polir e dar brilho. Marque seu horário até 30/05/17”.

Separei algumas bijuterias que tinha em casa, postas num pequeno saco para serem reparadas algum dia, e pensei que aquela seria uma boa oportunidade para me aproximar de Mina em seu ateliê. Assim, combinamos uma tarde para que eu pudesse utilizar meu “vale restauração”. Chegando lá, a ourives disse que a promoção só era válida para peças de ouro ou prata, e não para bijuterias.

Para não perder o momento, aproveitei para conversar com ela sobre minha pesquisa de forma mais detalhada, com calma, sem estar em seu estande na Feira da Cidade. Perguntei se poderia marcar outro dia com ela ali mesmo em seu ateliê para compreender melhor o seu trabalho. Ela concordou, e ficamos de falarmos pelo *Whatsapp* para marcar.

A sala da Joia de Mina fica localizada no sexto andar de um antigo prédio da avenida Sete de Setembro, o último localizado ao lado esquerdo da avenida em direção ao Pelourinho, quase em frente à praça Castro Alves. O espaço tem três divisões: uma sala ao fundo em que

tem uma grande janela com vista para o mar da Avenida Contorno, onde estão as peças empacotadas, enfileiradas e dispostas verticalmente ao redor das paredes; um estreito corredor, com as paredes também cobertas por fileiras verticais de acessórios empacotados, que dá acesso ao ateliê da Joia de Mina; e o seu ateliê, que fica à direita da porta para quem entra no espaço.

No dia em que fui observar seu cotidiano de trabalho, estavam presentes seu companheiro, que a ajuda em parte das tarefas da marca, e uma amiga. Ambos se encontravam na sala maior fotografando algumas peças numa mesa de madeira para a divulgação dos acessórios nas redes sociais. Também estava uma moça que fica por lá como se fosse uma secretária, para realizar atendimentos de telefone, resolver algumas demandas extras na rua e trazer lanches e água enquanto Mina confecciona suas peças.

O ateliê de Mina é um pequeno espaço que abriga todas as ferramentas que ela precisa para produzir seus acessórios. A ourives herdou a profissão e os materiais necessários para a confecção das peças de prata, ouro e aço de sua família, que também trabalha neste ramo, e cedeu aquele local para ela montar sua própria marca, que no momento tinha uns dois anos e meio de existência.

Seus pais começaram como *hippies* vendendo seus acessórios “num paninho na praça”. Com o passar dos anos eles “cresceram muito” e passaram a exportar as pratas para outros países. Segundo Mina, ela cresceu e se criou nisso, viajando com eles por toda Argentina fazendo feira, “minha mãe sempre gostou de fazer feira, ela nunca deixou de fazer, e eu sempre estive acompanhando”.

Mina resolveu se especializar em fazer joias, diferentemente de seus pais que são revendedores atacadistas de prata em Salvador. A ourives relata que sempre gostou de intervir nos acessórios, “eu sempre adaptava, criava ou modificava e mandava fazer as joias, hoje eu mesma já faço”. Começando como artesã, passou a se definir como ourives-designer depois que aprendeu a técnica da solda. Segundo Mina, o “artesão puro não realiza o trabalho de solda, o artesão mexe com alicate, modifica, adapta, faz tudo, menos a solda”.

O adjetivo “puro” que Mina utiliza em sua fala, dá a entender que para ser ourives ou joalheiro se faz necessário, antes, ser artesão ou artesã. Ideia que me remeteu à seguinte afirmação de Andrade:

[...] todo o artista tem de ser ao mesmo tempo artesão. Isso me parece incontestável e, na realidade, se perscrutamos a existência de qualquer grande pintor, escultor, desenhista ou músico, encontramos sempre, por detrás do artista, o artesão [...] (ANDRADE, 2016, p. 1).

A técnica da solda é o que diferencia o/a ourives ou joalheiro/joalheira do/da artesão/artesã. Esta consiste no processo de derretimento da prata ou do aço, através do fogo, para a materialização das formas dos acessórios. Segundo Mina, no processo da solda, ela “vai amassando e batendo até diminuir o formato”, que pode ser redondo ou quadrado. Mas este processo não acontece somente uma vez, segundo a ourives, ela precisa esquentar e derreter o material várias vezes, lixar e raspar, para então cerrar e dar a forma do acessório que almeja fabricar.

Para isso, Mina fez diversos cursos, pois segundo ela não é simples manipular as máquinas que têm em sua sala para a confecção de suas peças. A ourives apresentou-me seu novo “soldador mais preciso”, o qual possuía uma espessura de bico bem fino, de onde saía o fogo para derreter a placa de aço. Nesse dia em que conversávamos, em alguns momentos ela manipulava um esmeril, uma máquina que serve para arredondar os cantos do material que dá forma aos acessórios. Além disso ela utiliza alicates, compassos especiais para ourivesaria e pequenas réguas para medir milimetricamente os tamanhos dos acessórios e dos detalhes incluídos.

No primeiro momento em que vi seu ateliê, tive acesso aos processos que transformam todos aqueles colares, pingentes, brincos, anéis e pulseiras prontos que circulam pelas feiras sendo manufacturados por ela. Ali, além de perceber a importância dos materiais para que os objetos possam existir, compreendi como o “fabricar é um procedimento de descoberta, uma abertura para os processos da vida” (FRIEDMAN & GOLDSWORTHY, 1990, p.160 apud INGOLD, 2015, p. 51).

Foi em seu ateliê que conheci Mina de modo mais aprofundado, e percebi que não existe Mina e Mina-ourives, porque seu trabalho é completamente vinculado à sua vida. Como colocou Bosi (1994, apud Brussi, 2009) naquele momento percebi como ocorre uma fusão entre o trabalho e a própria substância da vida. A ourives não “bate o cartão” e deixa suas tarefas lá, guardadas naquele local de trabalho. Seu estilo de vida, suas crenças e sua história são mesclados a seu cotidiano criativo e ao seu fabricar.

O nome de sua filha, Ágata, representa essa união entre trabalho e vida pessoal. As pedras, são um dos principais materiais da marca, não consistem apenas em matéria bruta para ela, mas possuem significados, “têm histórias, forjadas nas contínuas relações com o entorno que podem ou não incluir seres humanos e muitas outras coisas” (INGOLD, 2015, p. 67). E inclui também crenças: lembre-se que Mina faz a feira levando um cristal dentro do sutiã para proteger-se contra a inveja.

No dia em que conversávamos, Mina confeccionava um pingente, em alguns momentos dando-me às costas e ficando em silêncio porque precisava de atenção plena para utilizar uma das máquinas de polimento. Quando a desligou, levantei-me da cadeira em que encontrava-me para olhar aquela máquina de perto, confesso que nunca havia visto uma daquelas. Na cor verde escuro, levava um grande círculo cortante de ferro, que tinha a capacidade de junto com Mina esculpir suas peças. No momento em que me aproximei, Mina exclamou: “Cuidado, que ela ainda não parou totalmente e é super cortante”. Ou seja, é preciso destreza para manejá-la, se faz necessário existir uma “sinergia orgânica entre profissional, ferramenta e material” (INGOLD, 2015, p. 104).

A marca Joia de Mina, antes chamava-se Bip Fashion e pertencia ao irmão de Mina. Ele vendia bijuterias pela internet, de “brincadeira”, quando estudava Administração e resolveu testar esse formato de negócio. Depois de um tempo, a marca *on-line* deu certo, e ele resolveu passar para Mina, que tinha mais interesse no ramo. Mas, segundo Mina, a Bip Fashion não tinha nada a ver com ela, que embora revendesse algumas não gostava de trabalhar com bijuterias, pois é o tipo da coisa que todo mundo tem.

Além da prata e do ouro, ela também trabalha com aço, pois é um material inoxidável, ou seja, o acessório não fica escuro em contato com a água, “nunca perde, vai durar a vida toda”. A duração também se configura em mais um elemento que agrega valor ao produto. Neste caso, valor simbólico, pois uma corrente de aço pode custar apenas dez reais, mas considera-se um produto melhor do que a bijuteria, que oxida rápido.

No dia em que estive no estande com Mina fazendo campo na Feira da Cidade no Jardim dos Namorados, comprei uma corrente de aço com um pingente de formas orgânicas ornamentadas que compõem a imagem de uma árvore de tamanho médio. Este foi o acessório que comprei em campo que mais gostei, tornando-se meu amuleto da sorte acadêmica. Ele já circulou comigo em algumas apresentações sobre este trabalho que escrevo, em congressos, seminários, na qualificação e provavelmente também estará comigo na defesa.

Os acessórios feitos de prata ou ouro são mais caros, o que revela o poder ativo dos materiais (INGOLD, 2015). Tanto a ourives quanto seus/suas consumidores/consumidoras têm essa noção, sabemos que uma corrente ou um anel de ouro custa um alto valor, justamente por isso é classificado enquanto joia e não bijuteria. A diferença é que a pessoa que trabalha na confecção de acessórios ou vestuário, volta-se para um olhar acerca da “constituição material dos objetos” (INGOLD, 2015, p. 62), enquanto que os consumidores se preocupam apenas com a materialidade, se é ouro, prata, aço ou bijuteria, na hora da compra.

O nome Joia de Mina foi uma sugestão de Carla, e após a participação da ourives na Feira da Cidade passou a ter clientes do jeito que ela gosta, que chegam e diz “faça minha peça de tal jeito, vamos criar uma coisa diferente, quero uma coisa que se pareça com isso, e quero você crie”, daí Mina cria, faz o desenho e concretiza. No dia em que estive no ateliê e conversávamos a respeito destes assuntos, ela mostrou-me o pingente de uma santa que criou para uma cliente da Feira para destacar como as encomendas cresceram após a participação no evento, bem como os seguidores no *Instagram*, e conseqüentemente sua clientela.

Segundo Mina, a primeira coisa que faz pela manhã quando chega em seu ateliê é ver as mensagens do *Whatsapp*, *Facebook* e principalmente do *Instagram*. Ela envia as fotos dos acessórios, faz negociações, chega até a levar as peças na casa das clientes, caso seja necessário. Mas prefere realizar as vendas no próprio ateliê, porque as pessoas que vão buscar as encomendas podem acabar levando outra peça. Para quem mora em outras cidades, Mina envia por correio e a/o cliente deposita o valor em sua conta. Esse tipo de trâmite é facilitado pela “credibilidade do *Instagram*”, que passa uma segurança através dos comentários e do número de seguidores que a marca possui.

Segundo a ourives, a Feira da Cidade deu um “*up*” na marca, mas colocou que não eram todas as feiras que faziam isso. Conversamos sobre uma feira específica, que por questões éticas não mencionarei o nome, e que Mina passou o contato da organizadora para que eu entrasse em campo. Segundo ela, porém, eu deveria ter uma forma de chegar, pois caso se eu não oferecesse logo algo que ela pudesse ganhar em troca, ela não iria se interessar pela pesquisa, “ou seja, você tem que dizer que isso aqui vai ser muito bom para a feira, que vai dar visibilidade ao comparar com as outras feiras que estão acontecendo no momento, sendo benéfica a realização da pesquisa”.

Como eu não poderia garantir visibilidade através da pesquisa não entrei em contato com a organizadora dessa forma, mas também até hoje não obtive resposta da mesma. Cheguei a ir algumas vezes passear e observar o evento e os estandes, mas não realizei imersão com as expositoras como fiz na Feira da Cidade. Em outra Feira de Gastronomia e Moda também não tive resposta da organizadora a respeito da minha permanência com as/os criadoras/criadores durante o final de semana, então quando me direcionava a esses outros eventos acabava conversando por mais tempo com as/os criadoras/criadores que havia conhecido na Feira da Cidade, como Silvia da Sementes, que apareceu no capítulo anterior.

Segundo Mina, ela adora movimento, adora gente, vender, fazer feiras e criar suas joias. Seu cotidiano de trabalho não é relacionado somente a fazer feiras em alguns finais de semana

do mês. A ourives trabalha de segunda à sexta em seu ateliê, costuma chegar cedo na sala e sai no final do dia, mas sua rotina semanal pode ser flexibilizada quando precisa resolver questões pessoais, afinal ela mesma faz seu horário. Nos finais de semana em que não faz feira, aproveita para descansar e cuidar de sua filha, que tem nove anos. A garota frequenta o ateliê duas vezes por semana para aprender algumas técnicas de confecção com a mãe.

A ourives relata em uma de suas falas, “nós não trabalhamos para ganhar um salário no final do mês, nós não temos um salário no final do mês, nós temos que ralar para suprir as contas”. O “nós” refere-se à categoria de criadora – sendo que, neste caso, Mina se autodefine como ourives-designer, visto que também desenha e cria suas peças. Mina sempre junta uma parte do que ganha para viajar; toda semana coloca num recipiente um saquinho com notas de vinte, trinta ou cinquenta reais, prefere fazer dessa forma porque “o banco come tudo, é juros em cima de juros”.

Em relação à Moda, Mina se considera totalmente fora de Moda, não acompanha. Embora em alguns momentos trabalhe com tendências, sobretudo com que está em alta através das novelas, menciona que não sabe nem onde procurar informações de moda. Suas inspirações criativas são vinculadas ao universo místico e esotérico, a seu estilo de vida espiritualista, por isso trabalha tanto com pedras e cristais. “Você nunca vai me ver com a roupa da Moda, e nem vou dar dinheiro nisso”.

Seu discurso me fez lembrar do trabalho realizado com a Ellen na monografia, que também se dizia fora de moda, embora seguisse algumas tendências quando precisava alavancar as vendas. Suas inspirações criativas também vinham de outros lugares que tinham a ver com seu estilo de vida, das artes contemporâneas, gráficas, do cinema e das questões intergalácticas. Parece-me que, em ambos os casos, está fora de moda estar na moda. Talvez pelas conotações de luxo e glamour que o termo Moda carrega e que não compactuam com o estilo de vida destas criadoras.

Em relação às vendas, uma das estratégias que Mina utiliza é dar descontos de 10 a 15% no valor das peças às pessoas que levem acompanhantes para comprar em seu ateliê, sendo esta uma de suas “artes de dizer” (VEDANA, 2008) na Feira da Cidade.

Na minha última ida ao ateliê, Mina pediu para que a ajudasse com duas coisas. Primeiro, que quando fosse vendo as lojas colaborativas ao longo dos meus itinerários, repassasse os lugares onde se encontravam para ela avaliar um possível ponto de comercialização. Segundo, que ensinasse como fazer contato com as blogueiras, que são garotas que realizam publicidade das marcas pelas redes sociais. Em seguida disse: “Uma ajudando a

outra é assim que funciona”. E dessa forma ficamos combinadas para que participasse da edição da Feira no Jardim dos Namorados no estande da Joia de Mina, apresentada no capítulo anterior.

3.3 A Loja Guapa

Após minha ida ao Lalá Multiespaço para acompanhar o debate que teve como tema a moda e o consumo consciente, situação que apareceu no primeiro capítulo, adicionei a jornalista Ana Fernanda nas redes sociais, e resolvi me candidatar como voluntária para trabalhar na produção do *Fashion Revolution* em 2017. Esta participação voluntária envolveu minha presença em alguns encontros prévios à semana do evento para discutirmos sobre sustentabilidade ambiental e responsabilidade social na Moda. Algumas reuniões ocorreram na Loja Guapa, local que também sediou algumas atividades do *Fashion Revolution*.

No dia da inauguração do evento, que foi numa quarta-feira à noite no Lalá, conversei com Dora e com Tarsila, as proprietárias da Guapa, sobre a possibilidade de haver uma imersão de pesquisa no cotidiano da loja. Ambas aceitaram, e acabei me aproximando mais de Dora, quem me recebeu na loja todas as vezes em que fui para realizar o trabalho de campo.

O trabalho na Guapa teve mais escutas do que perguntas, embora em alguns momentos tenha realizado algumas entrevistas semiestruturadas. Houve até uma última entrevista, na qual sentamos numa mesa ao lado de fora da loja para conversarmos sobre os pontos finais e nos despedirmos desse processo, que foi na verdade o princípio de uma relação de amizade, afinal tornei-me consumidora e admiradora da mulher e profissional que Dora é.

Boa parte dos áudios que captei são diálogos que surgiram no cotidiano da loja. Muitas vezes nossas conversas foram interrompidas pela entrada de clientes ou por uma venda, em alguns momentos algumas clientes que ouviam o que conversávamos se interessavam pelo assunto e paravam para participar da conversa também.

Dora tem uma costureira que a ajuda na confecção de suas peças, faixas de cabelo e necessários: uma jovem estudante universitária de Moda, que fica num cantinho da loja sentada costurando na máquina as peças da “Com Amor Dora”. Tem também Edna, que trabalha em sua própria casa costurando as peças de roupas femininas da marca, e começou a trabalhar com Dora após sua participação nas feiras, no ano de 2015.

Antes disso, Dora que costurava seus produtos, mas a participação nestes eventos aumentou muito sua produção. Ela passou a ter que fazer em média 60 a 70 peças por semana,

e após ter uma tendinite no ombro esquerdo devido ao esforço repetitivo, resolveu procurar uma costureira. Segundo a criadora, sua marca não seria o que é se não tivesse Edna ao seu lado.

Para Dora seria muito mais fácil realizar a terceirização de sua confecção em alguma fábrica, mas ela preferia ver e participar da construção de seus produtos. Assim, costuma ir sempre à casa de Edna, e ao falar deste processo, prefiro fazer minhas as palavras dela:

Eu quero sentir que isso ainda é meu, que eu produzo, faço parte daquilo, que tem algum pedaço meu ali de alguma maneira. Se eu tivesse terceirizando numa facção eu estaria ganhando muito mais grana, até porque sairia muito mais barato, eu ia estar com muito mais tempo livre, mas eu não ia estar feliz. Se fosse para ser assim, eu poderia ir para São Paulo comprar e trazer aqui pra revender. Então eu prefiro manter a máquina aqui na loja, ainda ter o cuidado de ir comprar as coisas, de cortar, escolher que cor usar com qual estampa, sabe? De fazer parte ainda. Com Edna mesmo, eu escolho os tecidos e vou pra casa de Edna, e decidimos juntas a quantidade que vamos fazer de cada peça, a modelagem, se tem manga ou não na camisa. Eu preciso me ver na marca de alguma maneira, ser artesã ainda e não ser só designer, não ser só a pessoa que pensa e que ordena e delega.

A autodefinição como artesã ou designer de moda, para Dora, representa uma questão cultural. Segundo ela, o lugar de designer de moda e de estilista não é um lugar apenas de alguém que cria:

A gente tem uma cultura ainda que o estilista, o designer é aquele que vai desenhar uma roupa, criar um novo modelo, mas não. Tipo assim, hoje você criar alguma coisa é muito difícil. Saia envelope mesmo, tem em todos os lugares, qualquer loja que você quiser ir você vai ter saia envelope. Mas o modo que você faz, o que você deposita naquela peça, a forma que você comunica ela para o mundo, sabe? Como ela é produzida, de que forma ela foi pensada, porque eu fiz saia envelope? Porque a saia envelope cabe em todo mundo, cabe em mim e cabe em você. A gente ainda tem essa cultura do estilista, do designer ainda muito de status, muito aquém do que a gente é mesmo. Hoje eu tenho muita dificuldade de falar que eu sou uma designer de moda, mesmo sem ter ido lá pegar o meu diploma, que eu só falto fazer o último semestre de moda lá na FACS. Quando eu comecei a fazer as faixinhas de cabelo no último semestre do curso de Letras, e vi que estava me encaminhando para trabalhar com Moda, que eu fui procurar estudar aquilo. Mas estou começado a me entender nesse lugar de designer de moda hoje, porque passei a pensar no meu produto, o por quê que ele é feito, qual o público do meu produto, atende a que necessidade das pessoas? Enfim, que o meu produto tem um significado. Não é uma simples nécessaire, tem todo um cuidado de escolher a estampa, combinar com o zíper, combinar com o puxadorzinho, enfim, tem todo um estudo, uma percepção de estética por trás disso. As roupas mesmo, eu não pego os tecidos que tenho em casa e passo para Edna fazer o que puder. Porque essa saia? Porque esse modelo de blusa? O modelo de blusa que eu faço dá do “m” ao “gg”. Tem todo um estudo, todo um trabalho que ninguém vê, que é o trabalho de um designer. A diferença para o trabalho do artesão é muito tênue, porque depende muito do artesão e do que ele faz. Apesar de hoje estar começado a me ver como designer de moda, eu não deixo de me ver como artesã. Acho que estamos numa fase em que as coisas andam juntas, tem que ver aí uma nova palavra para dizer o que a gente está fazendo. Eu acho que o artesão pode ter a ver com o modo como se faz, um modo de produção mesmo, sabe? De como é feito, que tem um processo artesanal, a técnica como você faz aquilo. E o designer é o modo como você

pensa o seu produto, como você vai colocar ele no mercado. Porque tem gente realmente que é só artesanato, que pensa só no modo de produção.

Esse depoimento de Dora me fez pensar na discussão de Keller (2007, p.16) acerca da figura do estilista moderno, o qual reivindica para si o *status* de artista, de “artista criador de um estilo que expressa um conceito, e que se projeta como uma imagem”. Embora essa figura do estilista seja fundamental na Indústria da Moda, é válido frisar que a concepção da criatividade muitas vezes é construída, o que podemos perceber inclusive na fala de Dora, e a partir dela, concluir que existe uma criatividade por trás desta categoria laboral que inclusive pode ser inventada.

Com relação à sua loja, uma das queixas de Dora em relação ao formato colaborativo é que esperava que se formasse um coletivo de criadoras/criadores que dialogassem sobre seus processos criativos. Segundo ela, no entanto, infelizmente alguns/algumas criadores/criadoras deixam os produtos nos caixotes e esquecem lá, aparecendo poucas vezes para repor as peças, enquanto outros/outras costumam ser mais ativos/ativas na participação dos eventos e conversas que ocorrem na loja. Quando questionei Mina, que tem um caixote lá exposto na Loja Guapa, sobre esse posicionamento, sua resposta foi de que valoriza e compreende a importância dessa troca, mas que ela, infelizmente, não tinha tempo para estas atividades extras.

A loja Guapa fica no Shopping Rio Vermelho, um estabelecimento de pequeno porte localizado no bairro Rio Vermelho. Tem dois andares, lojas de roupas femininas, de eletrônicos, salão de beleza, *sex shop*, e uma pequena praça de alimentação ao lado do estacionamento. Embora charmoso, é um antigo shopping da cidade com pouca circulação de consumidores/consumidoras, as lojas estão quase sempre vazias.

A loja Guapa fica no térreo, logo na entrada do shopping, e posso afirmar que desde sua inauguração, no início de 2017, o local tornou-se mais movimentado. Conheci a Guapa, como mencionado no primeiro capítulo, no período do “aquecimento etnográfico”, ao seguir nas redes sociais a marca mapeada na Feira da Cidade, Com Amor, Dora.

O formato da Guapa tem um padrão estético diferente das lojas do shopping, chega a destoar das inexpressivas e monocromáticas manequins que obviamente revelam o que podemos encontrar no interior das lojas. A Guapa tem uma decoração divertida e lúdica, nas paredes de vidro que separam o interior da loja da parte externa, tem algumas frases escritas à giz colorido: “cuidado, o amor está no ar”, “Guapa, multimarca, colaborativa, artesanal”, “+ amor”, “+ consumo consciente”, “valorize o pequeno comércio”.

Nas paredes da loja, ao lado esquerdo de quem entra, tem vários caixotes de madeira com as marcas de acessórios, joias, cadernos decorados com tecidos, almofadas, canecas e objetos de decoração. Ao lado direito, tem algumas araras com as peças de roupas femininas que são comercializadas. No centro da loja tem uma mesa com pequenos quadros, sabonetes artesanais e acessórios também. Ao fundo, do lado direito, tem uma mesa onde Dora e Tarsila deixam o caixa, papéis, canetas, todo o material que precisam para trabalhar ali no dia-dia; ao lado esquerdo, embaixo da escada que dá acesso ao depósito e provador da loja, fica a mesinha com a máquina de costura onde Flor, uma de suas costureiras, trabalha. Entre a mesa do centro da loja e o fundo tem um pequeno espaço para os clientes circularem, sendo neste local onde elas arrumam as cadeiras de modo circular quando têm os encontros para bate-papo.

A loja é colaborativa, um formato de comercialização que surgiu em Salvador após o advento das Feiras de Gastronomia e Moda, que aqueceram a produção dos pequenos/pequenas empreendedores/empreendedoras criativos/criativas na cidade. A ideia da loja colaborativa não foi criada na capital baiana; desde a década de 1990 que este formato de comercialização existe em países europeus, e já faz algum tempo que esse tipo de loja existe nas duas grandes capitais do país, São Paulo e Rio de Janeiro.

Em relação a sua participação nas Feiras, Dora mencionou, em um de nossos encontros, que deixou de ser algo rentável, e a justificativa disso, segundo ela, tem a ver com o “público soteropolitano”.

As pessoas não estão mais indo, não é mais novidade, não é mais legal, não é mais *cool* você dizer que vai para Feira, as pessoas vão porque não tem o que fazer, ninguém sai mais do seu bairro para ir em uma Feira que está montada em outro bairro. No início da Feira era muito cheio, e o povo comprava, que era novo, e até então você não via artesanato na rua.

Outra justificativa que Dora menciona sobre a sua perspectiva de as feiras não serem mais rentáveis para os expositores/expositoras criativos/criativas tem a ver com a crise. Embora ela veja a crise mais enquanto um “delírio social, do que realmente uma crise financeira”, compreende que “algumas pessoas realmente estão, porque tem muita gente desempregada”. A criadora chegou a colocar que sua mãe todos os dias questiona como que ela ainda “está aí no mercado”.

Porque hoje em dia as pessoas querem comprar comida, querem comprar roupa, mas não é roupa legal, é roupa básica para o dia-dia, tipo calça e blusa branca. Então assim, você achar pessoas que queiram comprar faixas de cabelo é difícil. Acho que as pessoas estão indo muito para o consumo da necessidade mesmo, e se comprar um a

mais, vai pelo encantamento, se você conseguir captar o cliente pelo encantamento, porque a pessoa precisa se encantar.

Uma cliente que passava uma roupa e outra pelas mãos, neste momento, virou-se para nós que estávamos sentadas ao fundo da loja e disse:

Ó, eu vou me meter, por já ter morado em outro estado. O que acontece, Salvador é um lugar que as pessoas trabalham muito aos finais de semana, eu por exemplo, trabalho sábado. Todos os dias o povo que compra está trabalhando. E o que aconteceu também, a Feira deixou de ser novidade, hoje em dia tem trezentas mil feiras, em tudo que é lugar. Então, aquele negócio que estava tendo de Margareth, lá na Cidade Baixa, o Mercado Iaô, era uma Feira. O interessante era Pedro Pondé com Scambo no meio, mas a feira do mercado Iaô, vazia. Antes, lotava o espaço da Feira no Mercado Iaô, hoje em dia você pode botar Caetano Veloso que a Feira não vai estar cheia.

Em outros momentos em que nossas conversas tangenciavam o assunto das Feiras, os discursos emergiam para comparação com outras cidades do país, inclusive com capitais de outros estados do Nordeste, em que as Feiras se fazem presente há muitos anos, em dias e espaços fixos, sobretudo na região da orla marítima. Em Salvador, porém, esses eventos tornaram-se espaços de disputas entre organizadores/organizadoras e de dificuldades de manutenção impostas pela Prefeitura devido às altas taxas dos impostos cobrados para a realização destas feiras em espaços públicos.

Além disso, ficou evidente nos discursos dos/das criadores/criadoras que os/as organizadores/organizadoras visavam o lucro em primeira instância, então cobravam altos valores para a participação dos/das expositores/expositoras que conseqüentemente, ou deixavam de participar depois de algumas edições, ou aumentavam os valores dos produtos expostos.

Segundo um senhor que participou de uma das rodas de conversa na loja e que trabalhava no ramo de criação de coelhos,

Isso acontece porque o baiano é difícil de se organizar e ver o princípio da coletividade, o baiano vê o princípio da individualidade. Fora o terrorismo que se instala para que as pessoas não ocupem as praças, não vá, que é perigoso, tem assaltante que vai te roubar. Falta a consciência econômica, e de grupo, de coletivo, enquanto isso não acontecer a Bahia vai marcar passo.

Uma das participantes deste mesmo bate-papo lembrou as feiras do Instituto Mauá que deixaram de acontecer em Salvador:

Sabe o que está acontecendo? O artesão mesmo, nós somos aqui artesãos, mas somos também artistas-designers-artesãos, né? Mas o artesão mesmo, que faz a panela de

barro, esses estão praticamente largados. Como que o Estado com essa riqueza cultural toda não incentiva o artesanato?

Para Dora, perdeu-se muito a identidade:

As pessoas acham que dá dinheiro, então entra no ramo pensando: vamos organizar uma feira de rua. Aí vê que não dá dinheiro, aumenta pro expositor. Por que as pessoas que montam não pensam no expositor, pensam no dinheiro que podem ganhar alugando espaço na Feira. Aí a pessoa vê que não tá lucrando nem quinhentos reais, aí faz o que? Vendo que precisa lucrar pelo menos mil, passa a aumentar cem reais em cada barraca. Mas as marcas legais que poderiam estar nestes eventos não têm setecentos reais pra pagar num estande, então vai marca que já tem loja, marca que revende peça, então perde a identidade.

Uma cliente complementa sua fala:

Aí aumenta o valor para participação, o expositor aumenta o valor do produto, aí ninguém compra. Salvador é uma cidade pobre, as pessoas não têm dinheiro, então se você bota um produto que não for o preço de vinte, trinta reais, ninguém quer comprar.

Dora complementa que essas Feiras são muito “elas por elas”, mais uma “vitrine” para as marcas do que vivências, experiências, “sabe quando você sente que não tem aquilo?”. Ela mencionou que tinha muita vontade de montar uma feirinha para fomentar os/as pequenos/pequenas empreendedores/empreendedoras, que já havia até pensado em fazer no Shopping Rio Vermelho, mas iria quebrar os restaurantes da praça de alimentação, o que seria um problema para o estabelecimento.

Para uma das clientes que participou ativamente de nossas conversas: “Salvador é um problema de relações sociais, as pessoas não têm relações sociais”. Colocou-se dessa forma quando o assunto foi direcionado para as dificuldades de colaboração nesse mercado “colaborativo”. Dora disparou: “Colaborativo pra quem?” A cliente complementa: “É esse tipo de rixa que eu não entendo, ó eu conheço Dora tem um tempão, essa aqui é a loja que eu mais gosto, mas você já viu quantas dessa tem aqui no Rio Vermelho? Dora responde: “O povo acha que eu estou rica, porque o que abriu de loja colaborativa nesse Rio Vermelho... Aí você vê, é outra coisa que vai começar a se perder.”

Mas segundo a criadora, as lojas colaborativas que mais vendem ainda são as que estão nos grandes shopping centers, mas para ela é muito caro ter uma loja nestes espaços. “Se você for botar na balança, sai a mesma coisa de você pagar menos e vender um pouco menos aqui, do que lá que você vende mais, mas também paga muito mais”.

Enquanto estávamos mergulhadas nestes assuntos sobre feiras e lojas colaborativas, uma cliente que estava na loja, nos interpelou para fazer um comentário antes de sair:

Dora eu estava ali olhando pra Joia de Mina, eu lembrei que Mina, Romina, eu conheci através do meu namorado, meu namorado era amigo do ex dela, que eu não sei se ainda é ex, a gente nunca sabe, né? Porque ele é pai de Ágata.

E Dora completou: “Mina, a filha dela, Ágata, tem aula de música com o meu irmão, toda quarta-feira Ágata está lá em casa, tem aula de piano”.

Trago esse breve comentário para pontuar que na rede de criadores e criadoras locais independentes não são apenas as relações de trabalho que compõem as suas tramas, mas também as relações de afinidades, de amizade e também de parentesco. Por ser um meio de muita disputa, o estabelecimento da confiança é importante tanto para fazer as associações quanto para mantê-las, ser sócias, ter caixotes nas lojas, dividir espaços nos estandes de feiras e fazer permutas.

O mesmo posso dizer em relação ao público consumidor destas pequenas lojas colaborativas de rua. Obviamente que tem a clientela “de passagem”, principalmente turistas, que no caso da Guapa vêm andando dos hotéis que ficam na Rua Fonte do Boi, transversal à loja. Mas são as pessoas que fazem parte dos “fios” de afinidades, seja por amizade ou parentesco, que mais frequentam e compram na loja, ou indicam pessoas para irem conhecer o espaço. Essa foi uma relação que apareceu também na monografia com a Ellen, visto que parte significativa do seu público pertencia às suas redes de conexões de afinidades.

Dora inclusive ressaltou que fez muitas amizades neste meio. Como ela não é de Salvador, mas do interior da Bahia, de Itajuípe, veio para a capital do Estado para fazer o terceiro ano, e depois começou a fazer faculdade de Letras na UFBA. Seus amigos na cidade, inicialmente, eram da escola e da universidade. Tarsila, que já fazia algumas feirinhas, não em espaço público, mas em bares, lojas e casas e de amigos, conheceu o trabalho de Dora via *Facebook*, e tornaram-se amigas, o que já levava cinco anos, e tornaram-se sócias da Loja Guapa.

Dora, no período da pesquisa, estava trabalhando apenas na loja e conseguia se manter porque naquele momento morava com seu tio e não tinha despesas de aluguel. Embora planejasse se mudar com o seu companheiro, e logo depois o fizeram:

Eu vou depositar todas minhas energias e fazer o que for para poder vender e ganhar dinheiro de verdade, porque o que ganho hoje é pra poder pagar as coisas de Rosinha, meu marido mesmo fala para eu tentar um mestrado, ganhar uma bolsa.

Comentei com ela que caso fizesse um mestrado se desvirtuaria muito da Loja e da marca, porque é um trabalho que exige muita dedicação: aulas, textos para ler, pesquisa para fazer e escrever.

Ao pensar em sua vida como um todo Dora falou que

o mais bacana é você sentir que as marcas pertencem a algum lugar, sabe? Você saber que você faz parte de um grupo, que tem outras pessoas que pensam o mesmo que você, que estão no mesmo caminho, isso estimula muito, dá uma inflada no ego.

Embora seu estilo de vida estivesse voltado para formas mais sustentáveis de produção e consumo, a criadora comentou que o seu negócio precisava sobreviver;

você precisa achar meios de sobrevivência, é tipo lei da selva mesmo. Então a gente vive sendo incoerente com a gente o tempo todo. Por exemplo, a gente não quer dar carne pra Rosinha comer, mas a gente come carne. Essa semana acabei comprando uma calça jeans na Renner, porque não tem uma marca que venda calça jeans sustentável em Salvador. Eu acho esse negócio de ter loja em shopping muito complicado, não caio nessa de capitalismo consciente, porque é impossível o capitalismo ser uma coisa boa. Mas assisti uma palestra falando que se você não pode ir contra o sistema, você tem que entrar nele e fazer com que as pessoas que estão comecem a pensar, então eu acho que a loja colaborativa do shopping é isso. Você está no sistema, que é shopping, mas você tem marcas artesanais ali, então traz o consumidor de shopping a repensar também. A gente tem que pensar assim, porque se a gente não pensar assim a gente vai surtar.

Esse debate sobre as pequenas marcas locais que fazem parte do circuito de moda sustentável adentrarem aos grandes shopping centers da cidade, seja montando suas próprias lojas ou fazendo parte das lojas colaborativas nestes estabelecimentos, foi recorrente nos encontros para debater consumo e produção consciente na loja.

Para Ana Fernanda, a disputa da narrativa ainda estava no campo:

A gente ainda está disputando qual é a melhor forma de contar essa história, os meninos da Euzaria, por exemplo, o discurso deles é que estão *hackeando* o sistema, que têm que estar ali porque é dentro dos shoppings que eles vão falar com as pessoas sobre isso, é a narrativa que eles criaram para justificar isso. Eles abrem a loja deles uma vez por semana para ter bate-papos sobre o Fashion Revolution, falar sobre trabalho escravo que marcas que estão dentro do shopping praticam em suas confecções, a marca vizinha deles, a Zara. Outro discurso é o da cooptação, é outra narrativa possível, os shoppings cooptaram as marcas pequenas? Talvez, né?

Percebo que a conformação de uma Moda Sustentável ainda está se instalando em Salvador. As marcas que aderiram a este segmento de comércio estão buscando compreender

as possibilidades de produzirem produtos e formas de comercialização que sustentem na prática os seus discursos.

Esta adaptação, em alguns momentos, inevitavelmente, acaba os levando a algumas contradições, como colocar-se contra as formas de capitalismo mais exploratórias e ter lojas nos principais shopping centers da cidade, bem como compreenderem que esse mercado sustentável possui um recorte de classe, visto que não faz parte do tipo de consumo praticado por pessoas que se inserem em classes sociais mais desfavorecidas. Os custos para confeccionar produtos ecologicamente corretos, e pagar de forma justa aos trabalhadores envolvidos em suas cadeias produtivas, como costureiras e fabricantes, são altos, o que gera um produto também de alto valor. As reflexões perpassam pela compreensão de que o público consumidor destas marcas faz parte de uma elite econômica, e um dos desafios deste circuito é como alcançar também as pessoas que só podem comprar num tipo de comércio popular ou em lojas de departamento.

Essas contradições que emergiram em campo remeteram-me às controvérsias colocadas por Latour (2012) ao tratar das incertezas que permeiam o universo das ciências sociais. Uma delas diz respeito à natureza das ações: “em cada curso de ação, toda uma variedade de agentes parece imiscuir-se e deslocar os objetivos originais” (LATOURE, 2012, p. 42). Meu intuito nesta dissertação não foi o de resolver ou justificar tais contradições, mas apenas “rastrear conexões entre as próprias controvérsias” (LATOURE, 2012, p. 44).

Em um dos bate-papos que tiveram na Guapa sobre consumo e produção consciente, houve uma provocação em torno do adjetivo “colaborativo” a respeito das lojas, e uma das criadoras que também vende faixas comentou:

O problema é que essas lojas colaborativas não são colaborativas, você pagar para ter um espaço na loja e largar a parada lá e sair, não é colaborativo, na verdade são lojas de consignação que pegou a ideia de loja colaborativa, é que nem o couro ecológico que não é couro, o suco *detox* que não é *detox*.

Para Dora,

Em todas as vertentes da vida ninguém sustenta mentira por muito tempo, se eu digo que tenho uma marca sustentável ou uma loja colaborativa, e no fundo eu não tenho, uma hora eu vou cansar, ou as pessoas vão descobrir. Então eu não acho que a moda sustentável seja uma tendência que vai passar, a gente está caminhando para essas mudanças mesmo. Mas as marcas é que não vão conseguir, as marcas que utilizarem a sustentabilidade como tendência, por *status*, não vão sustentar por muito tempo. Por isso que eu digo que a gente tem que assumir muito o nosso lugar de fala, o nosso lugar de existir. Porque eu não vou falar uma coisa que eu não faço. Teve o caso da C&A mesmo que disse que iria fazer uma coleção com algodão 100% orgânico, mas

foi descoberto que não é algodão 100% orgânico que eles usam. A Riachuelo acabou de assinar um acordo com o MBL, o dono da Riachuelo é totalmente de direita, reacionário, ele vai querer se envolver verdadeiramente com isso? Pensar num mundo sustentável? Não vai, é incoerente. É incoerência a Riachuelo chegar hoje e dizer que vai lançar uma campanha sustentável. O que o dono vai fazer é usar tudo o que ele pode como *marketing* pra poder vender. Não é um assunto fácil e digerível, sabe? É uma coisa que faz a gente pensar mesmo. Eu penso que essa mudança é coisa de décadas mesmo, não é coisa de um, dos, três anos.

Para outra criadora que participava do debate e que tem peças sendo vendidas na loja colaborativa Coreto Store, no Shopping Bela Vista, a instalação deste tipo de empreendimento em shopping centers pode ser interessante:

Eu vejo assim, eu acho que é colaborativo no sentido do valor, eu acho o valor muito interessante, e eu acho que a gente tem que estar ali perto mesmo. No primeiro momento é a briga que eu tenho com determinado partido político, que ele não quer aproveitar as manifestações, e eu digo, cadê as bandeiras? Elas tinham que estar aqui agora. Então a gente quer convencer um a um na consciência, é aquele trabalho de formiguinha. Então eu acho que entrar no shopping pra falar contra o shopping é necessário nesse primeiro momento que você esteja lá.

O posicionamento de Dora em relação a seu modelo de loja colaborativa e a seu trabalho é voltado para a valorização dos empreendedores da cidade:

Devemos começar a pensar a nossa própria cidade, porque esses fast fashion tem no Brasil inteiro, algumas no mundo inteiro. Mas assim, devemos pensar global e agir local, valorizar o que você tem no seu bairro, na sua cidade. Acho que esse estalo acontece em poucas pessoas. Eu estava até conversando com Ana Fernanda, o papel dela como comunicadora, e da gente que também comunica com o público e tal, é trazer o maior número de pessoas para o nosso lado. Fazer com que essa mensagem do Fashion Revolution domine Salvador, as pessoas precisam conhecer, o comércio local de Salvador precisa saber que o Fashion Revolution existe, o comércio local precisa dar algumas respostas, algumas lojas de Salvador precisam dizer pra gente quem é que fez, quem é que faz as roupas que são vendidas.

O pensar global a que Dora se refere diz respeito a esse movimento de repensar a Moda para caminhos mais sustentáveis. O movimento *Fashion Revolution* não nasceu na cidade de Salvador. Houve um estopim para que pessoas no mundo inteiro passassem a se mobilizar e a repensar as cadeias produtivas da Indústria da Moda e os impactos ambientais que a mesma vem causando.

No dia 24 de abril de 2013, um prédio localizado em Bangladesh, chamado Rana Plaza, desabou deixando centenas de pessoas mortas ou feridas. O desastre ocorreu devido às péssimas condições estruturais e físicas do edifício. Neste dia, vários trabalhadores e trabalhadoras da Indústria Têxtil estavam lá, sobrevivendo em péssimas condições laborais para que grandes

multinacionais de lojas de departamento, como a Primark e a Zara, pudessem lucrar através das vendas maciças de peças à preços baixos em suas lojas espalhadas pelo mundo.

Essa é a origem do movimento *Fashion Revolution*, que surgiu em Londres no mesmo ano do desastre, criado pelas designers de moda Carry Somers e Orsola de Castro, com o objetivo de questionar o que está por trás das cadeias produtivas da Indústria da Moda em todos os processos, desde o cultivo da matéria-prima, como o algodão, passando por quem pensa a criação, quem executa e até quem vende.

Esse movimento de cunho global organiza reflexões acerca de um incômodo que já existia acerca da cadeia produtiva da Moda e, segundo Ana Fernanda, o dia do desabamento do Rana Plaza comoveu profissionais do ramo, a imprensa e estudantes acerca da situação já instalada há muito tempo na Indústria da Moda. Pessoas, por exemplo, que trabalham na Ásia, ganhando alguns centavos de dólares ao dia para manter empresários milionários. Essa ideia chegou até Salvador através de Ana Fernanda, que se articulou com a coordenadora do *Fashion Revolution* Brasil, Fernanda Simon, e conseguiu promover o evento na capital baiana.

Levanto a partir daí a hipótese de que esse movimento tem aquecido o mercado de moda local e que, assim como as feiras itinerantes, valoriza os formatos de produção de pequena escala, o chamado *Slow Fashion*. O circuito sustentável possui um caráter que é global e local, visto que existem as articulações internas e também externas. No evento aqui realizado, pessoas de outras cidades do país se deslocaram até Salvador para participar e estabelecer laços pessoais e profissionais mais amplos com os/as profissionais envolvidos/envolvidas nesse nicho de mercado.

Profissionais de diversos setores, como vestuário, consultoria, jornalismo e produção estiverem presentes na semana do *Fashion Revolution Week* Salvador para dar palestras e promover oficinas juntamente com profissionais locais. Esta iniciativa gerou conexões entre profissionais de diversas cidades do país, que passaram a se articular e criar vínculos profissionais ao longo do ano através das redes sociais e por intercâmbios de palestras, encontros e trocas que realizaram entre Salvador, São Paulo e Rio de Janeiro.

O trabalho dessas pessoas com a Moda sustentável não representa apenas uma possibilidade de se manter economicamente, mas também uma relação com seus próprios estilos de vida. Para além dos seus modos de produção, engloba também suas formas de consumir e estar no mundo, as quais não se reduzem a uma consciência apenas ao setor do vestuário, mas em diversas esferas de consumo, desde evitar a utilização de absorventes descartáveis e canudos plásticos até fazer uso de cosmética natural ou se abster do consumo de

alimentos de origem animal. Não são todas, mas algumas das profissionais envolvidas neste circuito são veganas.

Dora, ao refletir sobre sua forma de trabalho e estar no mundo, chegou a argumentar que os nossos encontros eram trabalho, para ambas. Seu “trabalho imaterial” (palavras suas) é visto como tão ou mais importante que seu trabalho material. A seguinte fala da criadora remeteu-me a ideia de Firmo (2016) ao pensar na categoria de trabalho enquanto um conceito totalizante do sentido da vida:

Então assim, não existe tempo livre. Não tem Lu. Eu tô em casa, eu tô com Rosinha no colo, eu tô pensando na minha produção, na minha marca, na comunicação da loja, tudo é trabalho. Meu tempo livre é muito raro. Sabe quando eu consigo me desconectar? Quando eu vou pra casa no interior, quando eu tô lá, é muito raro eu pensar em trabalho. Fora isso, tempo livre? Porque assim, quando eu vou num parque eu fico vendo o que as pessoas estão usando. Quando meu tio me vê no sofá no celular, ele pensa que eu não estou fazendo nada, mas estou no Instagram, marcando com cliente, o que é uma forma de trabalho. Mas estou tentando me desconectar, porque eu não desconecto, sempre lembro que tenho que postar uma coisa, que tenho que ler alguma coisa, penso em novos produtos, novas coisas.

Sua perspectiva de trabalho dialoga com Gorz (2003) quando este afirma que o trabalho imaterial se tornou o centro da criação do valor e adquire papel central para o sistema produtor de mercadorias (apud KELLER, 2007). Costurando a isto, a concepção de Lazzarato & Negri (2001, p.50, apud KELLER, 2007, p.17) se refere também ao modo como realizei este trabalho de pesquisa quando os autores afirmam que “o trabalho imaterial se constitui em formas imediatamente coletivas e não existe, por assim dizer, senão sob a forma de rede e de fluxo”.

Para finalizar este tópico, o que procurei demonstrar através dos circuitos independentes da moda local, que serão detalhados em seguida, tem a ver com o seguinte pensamento de Keller:

[...] A produção de moda cria valor. No processo de criação de valor da indústria da moda os diversos profissionais manipulam matérias-primas tanto materiais (tecidos e aviamentos) quanto imateriais (saberes, culturas e formas de vida social). A matéria-prima dos profissionais da indústria da moda, em particular do fashion designer, é formada a partir da cultura, das subjetividades coletivas e das diversas formas de vida na sociedade contemporânea [...] (KELLER, 2007, p. 26).

Assim, no tópico seguinte, tratarei dos valores identitários construídos por dois circuitos que emergiram a partir da Feira e que fazem parte da rede de criadores locais, o circuito sustentável e o circuito afroempreendedor.

3.4 A Moda Sustentável e o Afroempreendedorismo

No ano de 2017, Ana Fernanda conseguiu um recurso via edital público através da Secretaria de Cultura do Governo do Estado da Bahia, para a realização do *Fashion Revolution*. Dessa forma, trouxe pessoas de outros estados, conseguiu pagar passagens, hospedagens e cachês para alguns profissionais da Moda Sustentável que vivem em cidades como São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, e que vieram para dialogar com este circuito sustentável de Salvador e com o público curioso, aspirante ou praticante da sustentabilidade na Moda.

Todos os anos o evento é motivado por um tema, e o de 2017 foi “Dinheiro, Moda e Poder”. Ana, ao explicar a temática em um de nossos encontros, apontou que o dinheiro que estava no topo da cadeia da Indústria da Moda deveria ser distribuído e descentralizado através do melhor pagamento de salários para os/as trabalhadores/trabalhadoras que participavam das confecções do setor do vestuário.

Segundo a jornalista, se as grandes empresas da Moda, como a H&M, Zara, *Forever 21*, desconcentrassem apenas 1% de seus lucros e remunerassem melhor os/as trabalhadores/trabalhadoras da Indústria Têxtil, o fenômeno do trabalho escravo na Ásia, no Brasil e em outros países em situações econômicas mais desfavoráveis estaria mais próximo de ser erradicado. Para ela, essas empresas, inclusive, poderiam empregar pessoas em seus próprios países, nos EUA e na Europa, sob os regimes trabalhistas internos, com cargas horárias mais justas, salários justos e melhores condições de trabalho.

Para Ana, o advento das lojas colaborativas é um dos exemplos de modelo possível de desconcentração do dinheiro nas empresas, visto que neste formato de loja as pessoas envolvidas podem dividir o trabalho, os custos e também os ganhos, distribuindo assim o dinheiro e o poder. Os brechós também são alternativas de consumo e comercialização consciente. A jornalista inclusive descontrói o mito da má energia vinculada às peças de brechós, sobretudo quando se trata de roupas ou acessórios de pessoas que já morreram: “qual será a energia de uma roupa que foi feita por uma pessoa que trabalha 16 h por dia, sete dias por semana, longe de sua família, recebendo centavos de dólar para sobreviver?”

A pauta central do *Fashion Revolution*, evento organizado por ela na cidade de Salvador, é o trabalho escravo na Moda, e a principal ação global, além dos encontros nas cidades que promovem o evento, é lançar para as marcas a seguinte pergunta via redes sociais *#quemfezminhasroupas?* (o símbolo #, denominado *hashtag*, é utilizado nas redes sociais para evidenciar, em poucas palavras, uma mensagem a ser passada). Dessa forma, pergunta-se como

uma determinada roupa é feita através de uma publicação em alguma rede social, com uma peça ao avesso destacando a etiqueta da marca escolhida para que a mesma se coloque publicamente para explicar a origem da peça e quem foi o/a trabalhador/trabalhadora que a produziu.

Em Salvador, na semana que durou do dia 27 ao dia 30 de abril de 2017, houveram diversas oficinas e bate-papos que trouxeram reflexões sobre os caminhos possíveis para uma moda mais justa. A abertura do evento foi no Lalá Multiespaço, com show de uma banda local e uma exposição feita de retalhos de roupas. Na quinta-feira, aconteceram duas oficinas no Ateliê Lull, dentre elas a oficina promovida por Ana, a JustaSaia, que tem como principal atividade ensinar as pessoas a fazerem suas próprias saias a partir de retalhos de tecidos. Na sexta-feira, teve oficinas e bate-papo com blogueiras, pessoas que compartilham padrões de consumo na *Internet* e que estavam lá para repensar e rever o desenfreado apelo ao consumo de moda, e no final de semana houveram bate-papos no Lalá. Dentre os profissionais que falaram, estavam Zé e Kiko da marca local Euzaria,

Foi através do *Fashion Revolution* que percebi a existência de um circuito de Moda sustentável, e cheguei a este evento ao seguir uma das marcas que participava da Feira da Cidade, a Coralinas do Brasil, que divulgou em suas redes sociais o bate-papo no Lalá mencionado no primeiro capítulo.

A partir daquele dia, estreitei meus laços com o circuito e repensei também minhas formas de consumo, pois até então achava que o preço de uma blusinha de loja de departamento era bastante justo para meu bolso. Não compreendia que muitos trabalhadores, e principalmente trabalhadoras, são sacrificados (as) profissionalmente para que uma peça seja comercializada a um custo tão baixo.

Como disse, uma das principais discussões do *Fashion Revolution* gira em torno do trabalho análogo ao escravo presente em fábricas têxteis espalhadas pelo mundo. Nas reflexões promovidas pelo evento, os/as criadores/criadoras de moda se propuseram a ser mais responsáveis pelas formas de trabalho vinculadas a toda cadeia produtiva de seus produtos, e a repensar os meios de buscar o lucro sem envolver nenhum tipo de exploração humana nem ambiental.

Ana Fernanda, em uma de suas falas ao longo da semana de moda sustentável, comentou que “herdamos uma sociedade que não foi construída por nós”, e já que estávamos ali para repensar formas de vidas mais justas e mais igualitárias deveríamos repensar os hábitos de produção e consumo, para então seguirmos num mundo em transição de escolhas mais conscientes e cuidadosas.

Zé, da Euzaria, que estava presente em uma das rodas de conversa, colocou que passamos pela era da Revolução Industrial, da Informática, e agora estamos passando pela era da Revolução da Consciência, da consciência coletiva, que sai da concorrência e vai para a cooperação, em que devemos pensar mais em cadeias produtivas de colaboração, e boicotarmos as grandes marcas que são geridas por grandes empresários.

Meu trabalho como voluntária do *Fashion Revolution Week* foi fazer parte de algumas oficinas, ajudando com a lista de presença e nas demandas que fossem necessárias ao longo do dia no espaço, que no meu caso foi no Ateliê Lull, localizado no *Free Shop* no bairro do Rio Vermelho. Participei da oficina de Thais Faria, do Rio de Janeiro, que tem a marca Roupas R refeita, cujo perfil do *Instagram* tem a seguinte descrição: “Plataforma de ensino e informação sobre práticas de recurso têxtil e sustentabilidade acessível a todos”.

No dia de sua oficina, o público aprendeu técnicas de reaproveitamento e recriação de roupas antigas através de cortes, colagens, costuras e apliques, em peças que foram doadas pelos garotos da marca Euzaria. Os objetivos lançados foram que as pessoas saíssem com roupas prontas a partir de retalhos e também repensassem sobre as peças de roupas que têm em casa, que não são utilizadas, mas podem ser transformadas em faixas de cabelo, em bolso para uma outra roupa, em bolsas, podem ser pintadas de outra cor, ter os botões modificados, virar o tapetinho do gato ou até pano de chão. O propósito foi estimular as pessoas a comprarem menos e aproveitarem outras alternativas possíveis em seus próprios guarda-roupas.

Para Thais Faria, a compra de outras peças deve ser a última opção de uma pessoa, e neste caso, o melhor é optar pelos brechós, pois nestes locais as roupas já passaram por alguém. Caso não seja possível consumir nestes espaços por falta de opções ou por qualquer outro motivo, a pessoa deve comprar peças produzidas por pequenas marcas, em que é possível ter uma noção de quem fez as peças. Para ela, embora a blusa da loja de departamento possa na maioria das vezes ter um valor menor, esse mesmo valor paga o caixa da loja, o faxineiro, a costureira, o distribuidor, dentre outros profissionais:

Então com 60 reais você sabe que ali estará pagando o trabalho de umas 100 pessoas, enquanto que se você paga 60 reais numa marca que você sabe que tem 1 criador e 1 costureira, você sabe quem o seu dinheiro está beneficiando. Não vamos menosprezar o nosso poder individual. Não é nunca mais entrar nas lojas Americanas pra comprar uma meia, ou um pacote de calcinhas que você está precisando e só tem dinheiro para comprar ali mesmo, mas devemos pensar antes de realizar uma compra. Não realizar compras por automatismo, só porque está baratinho.

Além destes momentos de práticas e reflexões sustentáveis que aconteceram no Ateliê Lull, a Loja Guapa também sediou o *Fashion Revolution*. Uma das rodas de conversa que

houveram foi mediada por Dora e teve as profissionais Ana Fernanda e Marina De Luca, de São Paulo, que está à frente da empresa Moda Limpa, que no seu perfil do *Instagram* tem a seguinte descrição: “Uma agenda colaborativa da moda do bem. Encontre os melhores fornecedores de moda sustentável do Brasil”.

A pauta da conversa neste dia foi “Como vender sem incentivar o consumismo”. Os diálogos passaram por debates acerca de um estilo de vida sustentável, com foco no segmento do vestuário. Colocou-se em pauta a ideia do “armário-cápsula”, que nada mais é do que buscar estratégias para reduzir a quantidade de peças no guarda-roupa.

Uma das críticas feitas por Marina é que chegamos em um ponto em que existem pessoas que têm um cômodo na casa somente para guardar as peças de vestuário. Chegou a mencionar uma atriz que havia aparecido em um programa de televisão mostrando seu closet com cerca de 3 mil peças: “se você usar uma roupa por dia no ano, ainda sobra”.

“Tem gente que aluga apartamentos para guardar roupas, Geddel”, retrucou Zé Pimenta, da Euzaria, que estava na roda de conversa. Ele, que participava do bate-papo como ouvinte, ao opinar sobre a moda, se colocou da seguinte maneira:

Acho que a Moda está passando por um momento de reconexão, de repensar muita coisa. Não só a Moda, mas todo o momento que a gente está vivendo. Por exemplo, você falar de Bazar ainda é um tabu, né? Roupa usada, ou de gente morta, fale-se muito da energia. Acho que o nosso principal papel que estamos construindo Moda, que a gente está fazendo muito mais que gerar experiências legais para o consumidor e para a consumidora, é transformá-lo e transformá-la mais consciente. E educar mesmo, acho que o papel nosso, de pessoas que estão trabalhando com Moda, é sempre deixar a vida daquela pessoa melhor através da consciência. Acho que não dá mais para a gente não entregar valor para nosso consumidor. Não existe mais relação só ganha-ganha, ganha empresa e ganha o consumidor, o mundo tem que ganhar também. Na Euzaria a gente bate muito nessa tecla, não é preço, é valor. A gente paga de forma justa às pessoas que se envolveram nesse trabalho. A gente vende a camisa a 69 reais na Feira da Cidade, que a gente tira os custos todos do shopping. A gente perde grana para estar lá na Feira, mas a gente mesmo assim quer participar.

Tarsila, criadora-artesã da La Abuela e sócia de Dora, também estava presente, e ao falar do seu perfil enquanto consumidora, comentou:

Eu sou uma consumidora que não compro mais. Não compro mais peça nova. Quando eu vou comprar peça nova, eu compro das meninas que eu conheço. Então só tem essas duas formas para eu comprar roupa, por uma questão de praticidade e dinheiro, então ou eu compro em brechó ou com gente que eu conheço. Mas comprar roupa nova não faz parte mais da minha vida.

Quando o assunto foi levado para a temática das feiras itinerantes, ela disse:

Eu mesma tive a experiência da Feira da Cidade, que foi um divisor de águas para minha marca, muita coisa cresceu na La Abuela por causa da Feira. Mas eu entendi que circulação não tem nada a ver com venda. Porque depende do lugar que você está, do lugar que eu digo é da cidade, né? Do que as pessoas estão procurando, do momento, que no caso da marca não representava venda, mas divulgação.

Dora complementou a fala de sua sócia ao tratar desses novos nichos de mercado:

Teve o *boom* de feiras. Aí depois as organizadoras das mesmas passaram a abrir lojas. Aí a Feira da Cidade não está mais na rua, porque a Prefeitura embargou, aí montou a loja Feira Garagem. Aí veio a Coreto, que começou na rua, e menos de seis meses abriu loja em shopping, a Coreto Store no Shopping Bela Vista. A feira Coreto Hype passou a ser uma vez por mês, ou uma a cada dois meses. Ou seja, a rua cansou, não está dando mais grana, não é mais legal, então vai pro shopping? O que acontece é que a dinâmica da cidade não ajuda, mas e aquele discurso de ocupar as ruas? Acabou de uma hora pra outra?

Embora a Feira naquele momento estivesse embargada, depois de um tempo foi retomada e seguiu sendo feita, tendo a sua volta na Praça da Várzea como explanado no capítulo anterior.

O último espaço que apresento, que também foi um local para as reflexões levantadas ao longo do *Fashion Revolution Week*, foi o Lalá, que teve as duas tardes do final de semana repletas de conversas sobre Moda Sustentável. A maioria das discussões voltaram-se para os problemas e soluções neste mercado. Trataram também de duas vertentes da Moda Sustentável, uma composta por pessoas que se propõem a viver um momento de transição, de práticas e escolhas sustentáveis e cuidadosas, e outra em que a sustentabilidade se tornou uma tendência de mercado com a finalidade exclusivamente voltada para as vendas e não por uma mudança de hábitos de vida, de produção e consumo.

Um dos bate-papos teve como tema “Quem faz a Revolução da Moda?”. Dentre as convidadas que estiveram presentes estava a criadora do aplicativo Roupas Livres, Mari Pelli, de São Paulo. Seu aplicativo foi lançado juntamente com uma equipe de colaboradores e funciona na mesma lógica dos aplicativos de paquera, porém o objetivo é dar “*match*” (combinação, encontro) com peças de roupas de pessoas que não as querem mais.

Para a empreendedora sustentável as pessoas devem usar bem o que tem, aprender técnicas de consertos das peças ou trocá-las, e somente comprar roupas novas em último caso, e apenas o que for essencial. Esta é a sua mensagem para um futuro melhor na Moda:

desacelerar o ritmo de produção de peças novas, pois, de acordo com ela, a Indústria da Moda é a segunda mais poluente do planeta e uma das que mais explora trabalhadores e trabalhadoras.

Ana Fernanda, mediadora do bate-papo, apontou que os bastidores da Moda são muito escondidos. As pessoas veem os trabalhos prontos, nas revistas, nos desfiles e nos programas de tevê, mas por trás de todo o *glamour* e do belo, tem bastidores que não são tão glamorosos. Fora todas as questões da exploração humana, mencionou ainda os problemas de impacto ambiental que a Indústria da Moda promove, em relação à água, aos gases do efeito estufa, ao solo e ao plantio de algodão.

A jornalista destacou que o só o agronegócio do algodão é responsável por 25% de todo insumo de pesticidas e de agrotóxicos do mundo. Como a gente não se alimenta do algodão, todos os insumos que são proibidos de serem utilizados para o ramo de alimentos são liberados para este plantio. Esses venenos, no entanto, poluem o solo, contaminam a água, gerando assim uma cadeia que é insustentável. Por isso, algumas marcas passaram a se comprometer em utilizar o algodão orgânico como matéria-prima.

Ana também tem consciência de que todo esse debate de fato é recortado para um público que é composto por um tipo de consumidor alto, o que fica evidenciado até pelo próprio nome do evento: *Fashion Revolution Week*. No mínimo, o público é escolarizado e entende inglês, mas para ela são essas pessoas que devem se conscientizar pois são as que mais consomem Moda.

Além de Mari Pelli e Ana mediando o bate-papo, esteve presente também a professora Bia Simon, que ensina no curso de Desenho Industrial da Universidade do Estado da Bahia (UNEB) e no Mestrado de Artes Visuais da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Ela dedica-se ao design para sustentabilidade, responsabilidade social e aos empreendimentos econômicos solidários. Segundo a professora, chamar de revolução é uma maneira de dizer que existe uma outra forma de fazer que pressupõe uma quebra de estrutura na Indústria da Moda.

Então, as pessoas que estão fazendo o *Fashion Revolution*, estão dentro de uma militância de quebra dessa superestrutura que alimenta toda uma mentalidade de consumo. Então a gente tem uma pauta desafiadora no século XXI para que a gente garanta a nossa permanência enquanto espécie nesse planeta. Então não é brincadeirinha de fazer Moda, é uma questão de sobrevivência. É um alerta vermelho que vivemos e que talvez a maioria das pessoas não têm nem consciência disso, de que a extinção da espécie humana no planeta não está tão distante. E não estou sendo apocalíptica não, estou sendo verdadeira. E a Moda tem uma visibilidade que talvez nenhum outro setor tenha, então é muito importante que a gente faça essa revolução a partir da Moda.

Esta visibilidade mencionada pela professora enquanto própria ao universo da Moda é compreendida pelo circuito como um dos pilares da Moda Sustentável, devendo ser inclusive culturalmente diversa.

Ana Fernanda em suas itinerâncias pelas situações urbanas da Moda em Salvador sempre menciona didaticamente quais são os princípios da Moda Sustentável, e no *Afro Fashion Day* de 2017, não foi diferente. Neste evento a jornalista foi chamada para falar sobre o *Fashion Revolution*, e na abertura de sua apresentação pontuou as diretrizes do circuito. O primeiro princípio é que a Moda Sustentável deve ser ecologicamente correta, ou seja, tem que gerar o mínimo de impacto negativo possível. O segundo é que deve ser socialmente justa, ou seja, não explorar trabalhadores/trabalhadoras nas cadeias produtivas: “não adianta ter pessoas trabalhando 18 horas por dia, ganhando 2 dólares nesta jornada, para fazer uma coleção linda de algodão orgânico”. O terceiro é que deve ser economicamente viável: não pode ser um produto com um preço muito alto sob a justificativa de que é sustentável. Por fim, o quarto princípio é que a Moda Sustentável deve ser culturalmente diversa, com as marcas locais contempladas no mercado e não apenas as grandes lojas multinacionais, inclusive as marcas de afroempreendedores.

Neste ponto de que a Moda deve ser culturalmente diversa é onde ocorre a intercessão com o circuito da moda afroempreendedora. Assim como o circuito sustentável tem o *Fashion Revolution Week* como um evento que articula, expande e promove as discussões acerca dessa perspectiva de mercado, o circuito afroempreendedor ganhou maior visibilidade em Salvador com o surgimento do evento *Afro Fashion Day*, lançado no ano de 2015, pelo Jornal Correio.

Assim, no Dia da Consciência Negra, 20 de novembro de 2015, foi realizado o primeiro *Afro Fashion Day* na cidade, evento que teve a presença de 2,5 mil pessoas na Praça da Cruz Caída, segundo dados do Jornal Correio. Desfilaram 45 modelos negros e negras para marcas locais de roupas e acessórios, tais como Jeferson Ribeiro, Dresscoração, Meninos Rei, Carol Barreto, Crioula, N Black, Goya Lopes, Negrif, Ori Turbantes, dentre outras. Ocorreram também oficinas de maquiagem para pele negra e de amarrações de turbantes, uma feira com as peças de roupas e acessórios desfilados que estavam à venda e uma parte gastronômica. Em entrevista ao Jornal Correio, a secretária-executiva da Secretaria de Promoção da Igualdade Racial (SEPROMI), Adile Reis, disse: “É uma oportunidade importante para os negros, principalmente as mulheres, entenderem que elas podem ocupar todos os espaços sociais”.

Esses criadores e criadoras têm se destacado no mercado de Moda da cidade, sobretudo através das redes sociais, das mídias locais, feiras itinerantes, montando lojas próprias e

participando também das lojas colaborativas. O evento mencionado é um marco na cidade, que reúne criadores/criadoras, empresários/empresárias, pesquisadores/pesquisadoras, modelos, blogueiras/blogueiros, jornalistas, fotógrafos/fotógrafas e consumidores/consumidoras negros e negras reunidos num só espaço de representatividade, fortalecimento e expansão do afroempreendedorismo.

Uma das criadoras que expôs no *Afro Fashion Day*, a designer da Dresscoração, foi uma das principais parceiras da Ellen em sua rede de relações com outras criadoras locais. Cheguei a ter contato com ela ao longo do trabalho de campo realizado ao final da graduação, mas quando a procurei novamente para estreitar os laços para as reflexões aqui propostas, não obtive resposta da mesma.

Infelizmente tenho que admitir que este não é um campo fácil de manter relações de pesquisa empírica à longo prazo. Tive alguns não em minha itinerância, encontros desmarcados, mensagens não respondidas, dentre outras situações que dificultaram meu processo. Somente depois de certo tempo participando dos eventos, dos encontros, indo nas lojas, inclusive em momentos que não seriam estratégicos à pesquisa, fui ganhando a confiança das principais interlocutoras aqui tratadas, a ponto de nossa interação extrapolar as fronteiras da pesquisa, e marcar encontros para saídas, dar entrevistas para Dora em seu projeto de canal de *Youtube*, fazer oficinas juntamente com Ana Fernanda no *Fashion Revolution Kids*, e apresentar trabalhos – nós duas participamos da comemoração dos 15 anos do Museu do Traje e do Têxtil, eu apresentando a pesquisa e ela apresentando a JustaModa e o *Fashion Revolution*.

As marcas de Dora e de Tarsila, a Com Amor Dora e a La Abuela, sempre estiveram presentes no *Afro Fashion Day*, desde a primeira edição até a última, realizada em 2017 no Porto de Salvador. Embora não sejam marcas afrorreferenciadas, ambas fazem parte do circuito de feiras, o qual boa parte das marcas afro também participa gerando um diálogo, aproximação e lutas próximas, como a valorização dos pequenos (as) empreendedores (as) locais e o empoderamento feminino através da Moda.

Para Dora, no *Afro Fashion Day* deveriam estar presentes somente marcas afro, porém, ocorre que tem outros/outras empreendedores/empreendedoras brancos/brancas, que às vezes não entendem nada do mercado afroempreendedor, mas participam do evento com seus estandes montados na feirinha. Embora a artesã não se reconheça enquanto afroempreendedora, dentre seus principais produtos de comercialização estão as faixas de cabelo que são consumidas por um significativo público feminino negro, sobretudo por mulheres que fazem o

big chop, procedimento realizado para transição capilar de alisado para o natural, em que muitas mulheres cortam o cabelo bem curto para nascer sem nenhuma química.

Assim como a Com Amor Dora e a La Abuela, as marcas mapeadas no *Afro Fashion Day* também circulam por diversas situações urbanas de moda na cidade. E ao seguir a Dresscoração nas redes sociais, marca que faz parte do circuito de feiras e também do circuito afroempreendedor, cheguei a um bate-papo enriquecedor realizado na Escola Baiana de Arte e Moda (EBAM) sobre o mercado de moda realizado por afroempreendedores. Dentre as/os profissionais e marcas envolvidas estavam Monique Evelle (mediadora-empresária da Desabafo Social, uma plataforma de conteúdo de cocriação social), Gefferson Vila Nova, Dresscoração, Isaac Silva e Thais Muniz.

Os/as palestrantes se conheceram pela Internet através das redes sociais. Luana Nascimento, que leva o mesmo nome que o meu, é irmã de Luma, e ambas são sócias da Dresscoração. A marca exalta a herança afro-brasileira em suas estampas, milita pela participação de corpos negros na publicidade de Moda e também cria camisetas com frases de empoderamento feminino, à exemplo da camiseta estampada com as palavras “bonita, bonita, bonita”.

Luana se mudou para São Paulo há alguns anos onde atua também como modelo. Nos bastidores dos desfiles, começou a se encantar com o processo criativo das roupas e montou sua própria marca junto com sua irmã. Ela, no entanto, criticou a falta de união entre os participantes do mercado afroempreendedor, em que “cada um luta por si e quer ser melhor do que o outro”. A designer de moda destacou a necessidade de quebra desse lugar de concorrência, sobretudo entre as modelos negras, para um lugar de união, afinal todas lutam pela mesma causa.

Thaiz Muniz também se mudou de Salvador, porém foi para a Irlanda. Mas foi aqui na cidade que ela começou sua carreira na área de Moda, lançando em 2010 o projeto Turbante-se, com o objetivo de reunir mulheres negras para juntas valorizarem suas belezas e elevar a autoestima através do aprendizado das técnicas de fazer turbantes, o que se tornou uma fonte de renda não somente para ela, mas para outras mulheres que passaram pelo seu projeto de *workshops*. Thaís também já vendeu seus turbantes no circuito de feiras itinerantes, inclusive já teve estande na Feira da Cidade.

Depois de um tempo ela resolveu aprimorar seu inglês e foi para a Irlanda levando consigo o seu projeto. Dublin é uma cidade majoritariamente branca, mas Thaís aproximou-se das mulheres negras que viviam por lá e que não utilizavam turbantes pelo estigma que tal

adorno carrega em uma cidade europeia. A empreendedora passou a estudar também as questões diaspóricas na Europa, a cultura afro-francesa e a garimpar estampas fora do Brasil. Seu trabalho não é somente estético, leva também uma pesquisa histórico-cultural para influenciar outras mulheres na luta pelo empoderamento feminino negro.

Isaac Silva também se mudou para São Paulo, e no começo de sua carreira as coisas foram muito difíceis por lá. Começou trabalhando nos bastidores do evento Casa de Criadores até conseguir desfilar suas próprias criações, que são fruto de uma estética de empoderamento e representatividade negra. Passou a vestir Elza Soares, e desde então a marca que leva o seu nome fluiu cada vez mais, bem como sua militância pela visibilidade da estética negra na Moda.

Gefferson Vila Nova não se mudou de Salvador, é designer de moda, e faz parte do circuito da alfaiataria, o qual não destaco nesta dissertação pois não é composto por criadores que participam das feiras itinerantes nem das lojas colaborativas, pois trabalham com tecidos que agregam alto valor às peças. As criações de Gefferson não possuem uma estética étnica, e ele acredita que afroempreendedor é uma pessoa negra que está produzindo algo, que não necessariamente perpassa por temáticas afro-brasileiras, exóticas e folclóricas. Mas ele procura trabalhar sempre com modelos negras nas divulgações fotográficas de seus produtos.

Todos/todas os/as profissionais que compuseram a mesa levantaram a bandeira não somente da representatividade negra na Moda, mas colocaram também a necessidade de união, de uma rede de fortalecimento dentro do mercado de Moda, para que possam se reconhecer, se olhar, se inspirar e ocupar os diversos lugares da cidade. Demandas semelhantes ao circuito sustentável, o que me leva a crer que as motivações que impulsionam estas pessoas a trabalharem neste ramo profissional não é apenas um retorno financeiro, mas também o de impulsionar suas questões coletivas voltadas para transformações de um modelo hegemônico de vida e de fazer Moda.

3.5 Para concluir por onde comecei

Neste capítulo final apresentei os quatro meses em que a Feira da Cidade esteve parada em 2017. Após o retorno do evento, segui acompanhando os itinerários das marcas conjuntamente ao trabalho de campo realizado na Feira, como já apresentado no segundo capítulo.

Acrescento a todas as reflexões já pontuadas que as feiras itinerantes de Gastronomia e Moda que surgiram na cidade no ano de 2014 podem se encaixar no que Appadurai (2009)

chamou de desvios competitivamente motivados. Antes do surgimento destas feiras, a dinâmica do mercado de moda em Salvador ainda estava restrita a uma circulação pequena de criadores e consumidores, atingindo a um público mais especializado, mais expressivamente aos próprios envolvidos no universo da moda ou das artes em geral, ou estava voltada a um tipo de comércio para turistas, como pode ser observado entre as marcas de Márcia Ganem e Goya Lopes, que possuem lojas no Pelourinho e são estilistas exportadoras de Moda.

É notório inclusive entre os próprios criadores que já estão há mais tempo no mercado de Moda de Salvador a quantidade de marcas que surgiram após o advento da Feira da Cidade, e conseqüentemente, após o surgimento das outras feiras no mesmo formato da mencionada.

Em uma entrevista realizada com Tai Oliver, da marca QuartoAmarelo Ateliê¹⁰, a criadora refletiu sobre o advento das feiras:

Quando surgiu a Feira da Cidade quantas marcas tinham? Quantas marcas têm hoje? É muita marca de muita coisa, tem coisa pra tudo, é decoração, é moda feminina, moda masculina, moda trans. E tem também a coisa da desconstrução do shopping, né? Então por isso que eu acho às vezes importante as lojas colaborativas nos shoppings quando elas são realmente colaborativas. Tipo a Somos Coletivo Criativo eu acho importante estar lá, porque sempre vai ter coisas diferentes, rotatividade de criadores lá. Só fica ruim quando explora, né? Porque shopping tem aquelas taxas exorbitantes. As meninas da Somos mesmo, quando conversaram comigo, elas tinham umas taxas lá do shopping que eram grandes, taxa de porcentagem do shopping, de administração do shopping, a taxa da máquina e o aluguel do espaço. Embora elas tivessem um bom desconto no aluguel, porque a loja colaborativa se tornou um atrativo, quando o Shopping Iguatemi se tornou Shopping da Bahia, muita gente começou a ir pra lá por causa dessa loja. Elas fizeram um trabalho legal de repercussão na mídia que foi ótimo. O que então era um projeto de dois meses de loja, virou cinco, e depois elas seguiram mais tempo. O marketing do Iguatemi foi conversar com elas, a loja foi para um espaço maior dentro do shopping. As meninas que pagam para ter caixote ali em Dora mesmo, pagam 1.500 reais. Tem loja colaborativa que chega a cobrar 3 mil reais. No shopping esse preço custa o dobro ou mais, porque as taxas são mais altas. O que complica para o expositor é que tem esse custo de aluguel do caixote todo mês e a gente ainda tem que tirar o nosso. E as pessoas não entendem que às vezes nem o nosso a gente tira. Então as marcas só em pagar as taxas para ter um espaço na loja colaborativa já pagam o aluguel do espaço. Mas na Somos pelo menos eu vendia, eu não ficava um mês sem vender na Somos. Porque lá o movimento é grande, e olhe que eu estava lá com mais de trinta marcas ao meu redor.

Penso ao final da pesquisa que a chamada “desconstrução do shopping” que Tai mencionou começou com o advento dessas feiras, que fomentaram a economia criativa local, dentro e fora dos shoppings. Diversas lojas colaborativas de rua foram abertas ao longo destes anos, e as vendas realizadas *on-line* também favoreceram essa dinamização comercial que até

¹⁰ A qual mapeei no final de semana da “Primavera das Manufaturas Criativas” no Shopping Rio Vermelho, evento mencionado no primeiro capítulo – criou a loja colaborativa o Cubo, que ao final da pesquisa fechou e Tai se mudou para lençóis, tentei realizar uma entrevista via Skype antes de finalizar a dissertação, mas não conseguimos acertar nossos horários.

um tempo atrás era muito localizada nestes grandes centros comerciais. A chamada transição na Moda, própria ao circuito sustentável, também reforça esse caminho de diversificação do mercado.

Os consumidores de moda, antes destas mudanças, não eram inseridos nesse eixo moda/artes, ou seja, parte significativa da população, comprava roupas e acessórios nos grandes shoppings centers da cidade, na região do centro (avenida Sete de Setembro e proximidades) que atende a um comércio popular, ou em outros Estados e/ou países. Com advento das feiras, que circulam de modo itinerante por diversos bairros da cidade, tem sido possível expandir esse público, que passa a conhecer e a consumir uma produção de moda legitimamente baiana, bem como a ocupar as praças, ruas e espaços públicos em seus momentos de lazer nos finais de semana.

Assim, concordando com a definição de Appadurai (2009) ao afirmar que os desvios das coisas combinam com o impulso estético, o vínculo empreendedor e um toque de choque cultural, é que penso nessas feiras enquanto uma mercantilização do desvio, sobretudo do desvio da comercialização exclusivamente realizada nos grandes shoppings. O que me questiono é se esse recente “desvio” vai se tornar uma nova rota de comercialização de moda em Salvador ou se são apenas desvios passageiros, modismos, como muitos outros acontecimentos na cidade.

Segundo Appadurai (2006 apud SCALCO; PINHEIRO-MACHADO, 2010) para compreender o valor e o uso das coisas, é necessário seguir as trajetórias dos objetos, e a partir daí interpretar as transações e cálculos humanos que dão vida às coisas. Esse capítulo trouxe justamente isso: a trajetória dos objetos criativos da Feira antes dos mesmos chegarem aos estandes, bem como seus processos de confecção, que são atrelados às vidas das criadoras e à compreensão que as mesmas constroem acerca de seus processos laborais.

Nos espaços de feiras, existe uma diversidade de profissionais envolvidos, expositores/expositoras de vestuário, decoração, de gastronomia, músicos, idealizadores/idealizadoras do evento, produtores/produtoras e vendedores/vendedoras que compartilham uma compreensão acerca dos produtos expostos e negociam com valores aproximados para que possam viabilizar um consumo mais acessível ao público. Para além disso, ficou evidente que a Feira da Cidade, para os/as expositores/expositoras de Moda, funciona como uma vitrine de seus trabalhos, que antes não possuíam uma visibilidade comercial neste formato.

Embora tenha uma percepção acerca dessa pluralidade, foquei a pesquisa nos/nas profissionais que confeccionassem peças de vestuário, os quais defini pela categoria de criadores/criadoras locais. Essa categoria plural, como foi visto, é composta por fluxos de circuitos que compõem uma rede de produção e consumo de Moda na cidade. Ainda que acredite ter mensurado em alguma medida quem são os/as consumidores/consumidoras de maneira geral, não atentei para o público consumidor pois creio que fugiria do meu objetivo de seguir os/as profissionais e seus objetos-de-moda.

Na Feira da Cidade, meu local de partida, observei a itinerância urbana dos/das criadores/criadoras locais. A qual se realiza em situações urbanas privilegiadas do ponto de vista imobiliário e comercial. Pensando no mapa de Salvador trago uma reflexão didática colocada por Hita para destacar a região onde os estandes da Feira costumam ser montados:

[...] No mapa de Salvador, se é possível visualizar três eixos e grandes vetores de crescimento, que iniciam no vértice, no Porto da Barra e proximidades do Centro Histórico, todos em direção ao norte. O vetor que fica entre a Av. Paralela e a Orla Oceânica, à direita, conhecido como vetor Orla, é onde se concentram os mais valorizados empreendimentos imobiliários para fins comerciais e residenciais. O vetor do meio, conhecido como miolo de Salvador, e o da Esquerda, conhecido como Subúrbio Ferroviário – pelos trilhos que passaram por aí nos anos 40 e conectaram com o Recôncavo Baiano, região de maior desenvolvimento naquela época – são os dois onde há maior concentração de populações carentes da cidade [...] (HITA, 2017, p. 194).

Ao questionar Carla, em uma das entrevistas realizadas com ela, sobre o porquê de a Feira da Cidade não ser montada na região do Subúrbio ou da Periferia, ela explicou-me o formato econômico da Feira. Sua primeira justificativa foi a de que na periferia essa “cultura de rua” já se fazia presente. E exemplificou sua ideia através de uma situação hipotética,

se num bairro como Cajazeiras tiver uma pessoa que venda churrasquinho à 3 reais, o que eu vou fazer lá para vender hambúrguer à vinte reais? Se as pessoas se propusessem a participar do evento e consumir, vão quebrar o rapaz do churrasquinho no final de semana do evento, e caso as pessoas não possam consumir, vão quebrar os expositores da Feira da Cidade.

Então, qual era sua ideia: ter expositores/expositoras que fossem moradores/moradoras de bairros periféricos, do centro e também de bairros mais nobres, e colocar todos “juntos e misturados” para vender na Feira da Cidade, num mesmo espaço, mas realizar o evento em locais onde as pessoas pudessem consumir os produtos que têm incluso todos os valores de produção, confecção e de participação do/da expositor/expositora no espaço.

Dessa forma, segundo ela, todos conseguiram sair lucrando e voltar para seus bairros e montar seus próprios negócios. Indaguei-a se as pessoas dos bairros populares tinham conseguido montar seus próprios empreendimentos, à exemplo da Bravo Burguer, que saiu da Feira da cidade e expandiu seu negócio na Pituba e no AlphaVille, e à exemplo da marca de moda Euzaria, que havia montado lojas nos grandes shoppings centers da cidade. Ela, então me deu dois exemplos, o Brasa Burguer, que abriu no bairro de Pernambués, no qual o pequeno empreendedor passou de uma renda mensal de 900 reais para 3.800 reais, e uma senhora que vendia pães na Ribeira e que montou seu próprio negócio, também aumentando em mais que o dobro de sua renda familiar.

Embora tenha compreendido sua proposta do todos “juntos e misturados”, ficou evidente que este posicionamento se referia apenas aos empreendedores/empreendedoras, pois o acesso ao evento contemplava majoritariamente o “vetor orla” da cidade. O público consumidor mais significativo do evento era justamente composto pelas pessoas que viviam nesta região, que atende a uma elite financeira e à classe média, o que não necessariamente excluía a possibilidade do deslocamento das pessoas de outras regiões para a Feira da Cidade, visto que o evento é gratuito.

Ainda que o formato da Feira da Cidade privilegie os espaços urbanos mais nobres da cidade, devido aos fatos já explanados pela própria organizadora, o tipo de comercialização presente no evento representa uma forma alternativa ao modelo hegemônico de comercialização de moda nos grandes shoppings centers, ao colocar os/as pequenos/pequenas empreendedores/empreendedoras locais para circular pelas ruas da cidade com seus produtos expostos e prontos para seguirem com os/as consumidores/consumidoras.

Outro fator importante destes tipos de evento é a possibilidade de o público ter contato com as pessoas que produzem e/ou confeccionam os objetos que são expostos nos estandes, o que favorece um estreitamento entre os/as empreendedores/empreendedoras e os/as consumidores/consumidoras para além dos espaços das feiras, ou seja, em seus ateliês, lojas ou redes sociais, sendo este o principal atrativo para as/os criadoras/criadores participarem das feiras itinerantes.

Assim, a partir das Feiras de Gastronomia e Moda, a cidade de Salvador pôde começar a vivenciar um momento de transição na Moda de forma mais efetiva, de valorização dos diversos circuitos independentes existentes, de conscientização das pessoas para que conheçam quem são as/os criadoras/criadores dos objetos de vestuário para que consumam não somente marcas, mas também histórias de vida, projetos e sonhos.

Por fim, a moda na cidade de Salvador pode ser considerada polifônica (Canevacci, 2004), pois está em contínuo fluxo de interações entre os circuitos apresentados por tramas de pertencimento que compõem a rede de criadores locais. Como bem colocou Cidreira (2009, p. 60), pode-se afirmar neste trabalho que a Moda emerge enquanto “um modo de estruturação e manifestação de vida.” Embora o foco desta dissertação não tenha sido a análise dos objetos, compreendo-os dotados de agência ao levarem consigo o poder das narrativas adjetivas vinculadas à suas existências.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente dissertação é resultado de uma pesquisa que se iniciou no trabalho de conclusão do curso de Ciências Sociais, e também da união de duas formações acadêmicas, a primeira em Design de Moda. A escolha pela Antropologia, entretanto, não necessariamente afastou-me das minhas inquietações para compreender o fenômeno Moda do ponto de vista teórico.

Assim, como já mencionado, meu intuito neste trabalho não foi o de descortinar toda a rede de criadores da cidade de Salvador, mas uma rede que emergiu a partir de uma situação urbana específica que foi a Feira da Cidade. Esta noção, a de rede, foi tecida por fluxos que se intercruzaram através do que chamei de circuitos da Moda independente, detendo-me mais para a pesquisa aos circuitos sustentável e afroempreendedor.

Mesmo antes de iniciar a pesquisa, como consumidora e frequentadora, me perguntava sempre o que aqueles/aquelas criadores/criadoras faziam de seus trabalhos fora do ambiente da Feira da Cidade. Meu objetivo a partir daí foi apresentar a vivência destes tipos de expositores/expositoras de Moda na Feira, e depois, através dos fluxos e circuitos que se expandiram a partir deste ponto de partida, ampliar a pesquisa para outros itinerários urbanos dos quais eles/elas também participassem.

As feiras itinerantes, à exemplo da Feira da Cidade, vêm fomentando na cidade de Salvador a articulação e manutenção desses circuitos, o que ficou evidente ao escutar de algumas interlocutoras que suas produções, divulgações e vendas tiveram aumento significativo após a participação nas feiras de Gastronomia e Moda.

Ponto também que, para além dos circuitos mapeados, o sustentável e o afroempreendedor, existem outros circuitos de moda na cidade, de cooperativas têxteis (como o exemplo do projeto Mercado Iaô), de marcas comerciais (Elementais, IO Robério Sampaio), das estilistas consagradas (Luciana Galeão, Márcia Ganem, Goya Lopes e Carol Barreto), da moda masculina artesanal (Meninos Rei, Beato Vadio), dentre outros possíveis de serem mapeados.

Embora tenha cruzado com algumas destas marcas e profissionais em meu caminho, afinal os/as mesmos/mesmas também fazem parte da rede de criadores locais, estas pessoas não passaram pelo meu trabalho de campo na Feira da Cidade, e também não as encontrei a partir deste local. Porém, como meus trajetos pela cidade transbordaram os limites do circuito de criadores/criadoras que participassem das feiras itinerantes, posso atestar que existem diversas

formas de fazer Moda em Salvador, e a rede de criadores/criadoras locais é articulada através de diversos circuitos que se inter cruzam formando as tramas da moda na cidade.

O conhecimento que construí acerca da diversidade de modas existentes em Salvador foi possível de ser mensurado “não pela adequação de elementos isolados encontrados aqui e ali a estruturas categóricas de generalização cada vez mais ampla” (INGOLD, 2015, p. 235), o que conformaria a compreensão de uma Moda Baiana, supostamente entendida através de uma essencialização cultural imaginada e não descortinada pelo viés dos/das criadores/criadoras locais: estilistas, designers de moda, artesãs, ourives e artistas.

A ideia mítica de “baianidade” emergiu em alguns momentos no circuito de feiras, como pontuado pelo que chamei no primeiro capítulo por “ufanismo baiano” na moda, o qual localizei como uma consequência das ocupações dos espaços públicos. Mas não devemos reduzir a Moda de Salvador a uma estética singular local, étnica e ufanista: esta representa apenas uma parte do prisma de possibilidades criativas que a cidade oferece, e que devemos notar e valorizar enquanto pesquisadoras/pesquisadores e consumidoras/consumidores.

Nesta pesquisa, emergiram diferentes tipos de processos criativos e uma complexidade de profissionais inseridos neste contexto de comercialização de produtos de vestuário. Artesãs, designers de moda, estilistas, ourives e artistas que trabalham com os mais diversos conceitos de moda, ou simplesmente se distanciam do fenômeno embora comercializem roupas ou acessórios.

Assim, as realizações produtivas que emergiram neste trabalho foram diversas, e ainda assim não pude contemplá-las em sua totalidade, embora tenha pontuado boa parte do que vi, ouvi e senti em meus itinerários. Por isso, a temática moda nesta pesquisa dialoga com a noção de Aderaldo (2009), que a trata de modo heterogêneo.

É válido destacar que o foco deste trabalho não foi compreender o ponto de vista dos/das consumidores/consumidoras de moda, mas compreender como os/as criadores/criadoras locais se articulam nos espaços urbanos através de seus objetos-de-moda e de seus discursos conformando uma rede.

Embora o enfoque da pesquisa fosse observar profissionais que trabalhassem com processos criativos, é notório que na rede não circulam somente os/as criadores/criadoras de moda, mas também jornalistas, pesquisadores/pesquisadoras, professores/professoras, estudantes, fotógrafos/fotógrafas, modelos, empresários/empresárias, costureiras, modelistas, produtores/produtoras, maquiadores/maquiadoras, blogueiras/blogueiros, roupas, acessório, celulares, máquinas, linhas, tecidos, situações urbanas e materiais diversos, todos e todas

transitando e transbordando pela cidade. Estes atuam construindo espaços de encontros, de vendas, de debates, de luta, de resistência, de criação, de aprendizado, de trocas, de solidariedade, de amizade, inimizade, de estilos de vida, de competição, de colaboração, de disputas, de afetos e desafetos, conformando e permitindo a existência de uma rede de criadores e criadoras onde parte das pessoas envolvidas se posicionam politicamente e desenvolvem sentimentos de pertencimento e afinidades que contribuem para a existência e permanência de seus circuitos.

A rede composta é heterogênea e multifacetada, em termos étnicos, geracional, de gênero e ocupacional. Os profissionais envolvidos realizam apropriações diversas dos espaços urbanos através das feiras itinerantes, lojas, lojas colaborativas e eventos, construindo suas dimensões da Moda através dos cotidianos de trabalho e de seus hábitos de vida. Os circuitos aqui mapeados nesta rede não me foram dados de antemão, foram construídos para demarcar como dentro da categoria de criadores/criadoras locais existe uma diversidade de pensar e fazer Moda.

Assim, pode-se dizer que esses diferentes circuitos que compõem a rede de criadores/criadoras locais dinamizam a cidade de Salvador, que não é contemplada aqui em sua totalidade, mas olhada a partir das situações urbanas detalhadas ao longo da dissertação. Meu inicial trajeto de acompanhar a Ellen em seu cotidiano profissional me levou a uma teia de relações compostas por outros profissionais da área que configuram uma rede que transborda por diversos contextos urbanos. Por isso, me afeiçoei a perspectiva de Magnani:

[...] de perto e dentro capaz de apreender os padrões de comportamento, não de indivíduos atomizados, mas dos múltiplos, variados e heterogêneos conjuntos de atores sociais cuja vida cotidiana transcorre na paisagem da cidade e depende de seus equipamentos [...] (MAGNANI, 2002, p. 17).

Fazer, pensar, criar, executar, sentir e imiscuir-se aos objetos de vestuário é o principal motivo de existência da categoria laboral de criadores/criadoras aqui tratada. Com intencionalidades e demandas diferentes, as/os criadoras/criadores possuem um vínculo constante com os objetos que produzem. Não somente com os objetos em si, mas com todos os fluxos simbólicos e de materiais que permeiam a existência dos mesmos, como esboçado no ateliê de Mina.

No circuito sustentável, ficaram evidentes os laços de amizade presente entre as proprietárias da Loja Guapa e as marcas expositoras do estabelecimento, os/as consumidores/consumidoras e colaboradores/colaboradoras, a exemplo de Ana Fernanda. Além

das interações cotidianas de trabalho, de resolver trâmites para o funcionamento da loja ou para organização de eventos e debates, à exemplo dos que ocorreram ao longo do *Fashion Revolution*, algumas garotas deste circuito também costumam sair juntas para festas nos finais de semana e para outros eventos. Também se apoiam mutuamente em questões de ordem pessoal e afetiva, elevam a autoestima uma da outra, o que foi revelado a mim em momentos em que saímos juntas após algumas atividades profissionais.

Esse posicionamento muito tem a ver com as inclinações feministas por parte das garotas do circuito sustentável. Na semana da mulher do ano de 2018, a loja Guapa completava 1 ano de existências, e no dia 8 de março o espaço promoveu uma série de debates sobre autocuidado, ginecologia natural, feminismo e afetividade.

Uma das expositoras da loja, Manu, da marca Fonte Ateliê, fez a seguinte postagem em seu perfil do *Instagram* neste período de comemoração:

Há pouco mais de um ano, recebi o convite pra participar de uma loja colaborativa que ainda estava sendo concebida. Fiquei um pouco ansiosa e apreensiva sobre como seria essa loja. O que eu não sabia, é que ela viria a ser pra mim muito mais que um ponto de venda. Ela seria uma rede de troca de conhecimentos, apoio, ideias, planos, sonhos, entre mulheres que passei a admirar cada dia mais. A Guapa é hoje um espaço de sonhos coletivos e reais, que completa um ano cheio de graças.

Manu, com sua inspirada publicação, complementou a ideia do que também conforma a rede de criadores locais de Salvador; troca de conhecimento, apoio, ideias, planos e sonhos de mulheres. Embora tenham homens inseridos na rede, a maior parte é composta por “elas”, afinal, são sempre as mulheres que fazem a revolução, sobretudo na Moda.

Meu envolvimento com o campo, mais especificamente com o circuito sustentável, me fez estreitar os laços com a empresa de Ana Fernanda, a Justamoda. No ano de 2018, não participei apenas como voluntária do *Fashion Revolution Week*, mas também como uma das organizadoras do evento, juntamente com Ana, Dora, Tarsila e a professora Bia Simon. Dessa forma, penso em expandir essa pesquisa em projetos futuros e me aprofundar mais ainda neste circuito sustentável da Moda, através de uma perspectiva global deste fenômeno que conecta Salvador a outras cidades do país e do mundo.

Por fim, procurei documentar uma parte do que vem sendo produzido de Moda na cidade de Salvador, e contar essa história a partir de empreendedoras/empreendedores locais que vivenciam seus cotidianos laborais em situações urbanas de comercialização e de trocas de conhecimentos, experiências, lutas e afetos.

Ainda vejo um terreno fértil a ser pesquisado e aprofundado, e espero que a presente pesquisa possa suscitar mais investigações acerca da Moda em Salvador através das Ciências Sociais, mais especificamente pela Antropologia.



Observe o repertório e a rede de um morador da cidade em um momento no tempo e retorne a ele alguns anos mais tarde. Ele pode ter mudado de emprego, se mudado para outro lugar e começado um novo hobby. O potencial para mudança pessoal na cidade é grande, então, quase não pode ser rivalizado em outras formas comunitárias. Podemos chamar isso de fluidez da vida urbana” (HANNERZ, 2015, p. 288-289).

Ellen

Voltou para Vitória da Conquista, sua cidade natal, se envolveu com projetos agroflorestais e no momento está no final de uma gestação de gêmeos. Quanto a Andrômeda, tem feito alguns eventos em Conquista, vendendo para as pessoas de lá e utilizando pouco as redes sociais. Reduziu sua produção e aproveitou para pesquisar e aprender outras coisas para a partir do ano que vem pensar o que vai fazer em relação à marca. Pretende adicionar outros produtos às suas criações para não ficar vinculada somente a acessórios, como cadernos, livros e zines.

Eu li sua monografia Lu e foi muito estranho entrar em contato com a sua visão externa de mim, mas foi interessante pra mim enxergar minha forma descontraída de trabalhar sem muitos planejamentos, mas mesmo assim conseguindo fazer as coisas acontecerem. Tem uma coisa dentro de mim que nunca morre que é a criação, agora estou criando duas crianças aqui dentro de mim nessa gestação. Da próxima vez que a gente se ver vai ser com menino no colo e aquela confusão toda.

Infelizmente Ellen não poderá estar em Salvador para a defesa devido ao final de sua gravidez, mas pretendo entregar a dissertação para ela, que, embora não tenha feito parte diretamente do trabalho de campo, foi a pessoa que me inspirou a seguir minha trajetória de pesquisa com Moda na cidade.

Carla Maciel

Segue fazendo a Feira da Cidade, com a loja colaborativa Feira Garagem e recentemente abriu um espaço localizado em cima da sua loja chamado por A Casa 478, um espaço de *coworking*, gastrobar, com locação de auditório, salas e espaços de evento.

Mina

Fiquei sabendo que a ourives iria embora de Salvador através de Dora, o que ocorreu no meio do trabalho de campo. Embora não tenha afetado a pesquisa com ela, gostaria de ter realizado mais entrevistas e uma filmagem em seu ateliê, o que ficou inviabilizado com a sua repentina mudança para Argentina, seu país origem. Ela segue vendendo seus acessórios via Internet, mas a marca mudou o nome para Agatha Crhys Joyeria.

Dora

Segue com a Loja Guapa, com a marca Com Amor Dora e militando pelas pequenas empreendedoras de moda e artesanato. Está trabalhando em um novo projeto de canal do *Youtube* para dar visibilidade a mulheres que empreendem em Salvador. Embora eu não seja empreendedora, dei uma entrevista para ela falando sobre minha pesquisa e a importância deste olhar para a valorização da economia criativa local.

Ana Fernanda

Segue com a JustaModa, realizando o *Fashion Revolution* em Salvador, e chegou a promover o *Fashion Revolution Kids* na primeira semana de outubro de 2017, no qual participei como colaboradora de uma oficina de costura de sacolas para crianças. Atualmente está envolvida com um projeto social de uma ONG chamada *Social Good Brasil* (SGB), que busca implementar em Salvador projetos que viabilizem formas mais sustentáveis de estar no mundo, sobretudo através da Moda.

Eu

Uma pesquisadora mais experiente após o contato com essas mulheres extraordinárias, mas ainda com a certeza de que tenho muito o que aprender, que venham as próximas personagens, afinal, são elas que nos ensinam a fazer Antropologia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADERALDO, Guilherme. BERGAMO, Alexandre. A experiência do status: roupa e moda na trama social, São Paulo, Ed. Unesp, 2007, 226 pp. **Revista de Antropologia**, São Paulo, v. 52, n. 1, p. 377-385, jan. 2009. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/ra/article/view/27339/29111>. Acesso em: 23 ago. 2017.

AGIER Michel. **Antropologia da Cidade**. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.

ANDRADE, Mario de. O artista e o artesão. In: _____. **O baile das quatro artes**. São Paulo: Poeteiro Editor Digital, 2016. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/0B9CNZ3uU92IVcEQ3emt3WUNwckk/view>>. Acesso em: 13 set. 2017.

APPADURAI, Arjun. **A vida social das coisas**: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: EdUFF, 2009.

BARTHES, Roland. **Sistema da Moda**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1979.

BAUDRILLARD, J. Função-signo e lógica de classe. In: _____. **Para uma Crítica da Economia Política do Signo** São Paulo: Editora Martins Fontes, 1996. p. 9-49.

BERNARD, H. Russell. **Research Methods in Anthropology**. London: Sage Publications, 1994. Disponível em: <http://www.dphu.org/uploads/attachements/books/books_476_0.pdf>. Acesso em 21 jul. 2016.

BOURDIEU, Pierre; DELSAUT, Yvette. O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia. In: BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença**: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. Tradução: Guilherme F. Teixeira e Maria da Graça J. Setton. 2ª ed. São Paulo: Zouk, 2004. p. 115-190.

BRUSSI, Julia Dias Escobar. **Da “renda roubada” à renda exportada**: a produção e a comercialização da renda de bilros em dois contextos cearenses. 2009. 145f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Departamento de Antropologia da Universidade Federal de Brasília, Brasília, 2009. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/18559>>. Acesso em: 17 mai 2017.

CALANCA, Daniela. **História Social da Moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

CANEVACCI, Massimo. **A cidade polifônica**: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. São Paulo: Livros Studio Nobel, 2004.

_____. MetrÓpole comunicacional. **Revista USP**, Brasil, n. 63, p. 110-125, nov. 2004. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/13372/15190>>. Acesso em: 02 abr. 2016.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda**. São Paulo: Annablume, 2005.

_____. A moda como modo de vida. **Dobras**, São Paulo, v. 3. n. 5, p.56-61, 2009. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/309/306>. Acesso em: 27 mai. 2018.

FIRMO, Fernando. Imagens do operariado da indústria de aço no Brasil. In: FLEISCHER, Soraya; NAVA, Elena; ALENCAR, Potyguar. (Org.). **Pensando o capitalismo contemporâneo**: um festschrift a Gustavo Lins Ribeiro. 1 ed. Brasília: Letras Livres, 2016, v. 1, p. 250-274.

HANNERZ, Ulf. **Explorando a cidade**: em busca de uma antropologia urbana. Petrópolis: Editora Vozes, 2015.

HITA, Maria Gabriela. Uma comunidade periférica da cidade de Salvador: entre a requalificação urbana e a pacificação policial. In: **Disputas em torno do espaço urbano**: processos de [re]produção/construção e apropriação da cidade. Salvador: Edufba, 2017. p. 187-213.

INGOLD, Tim. Trazendo as coisas de volta à vida: emaranhados criativos num mundo de materiais. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 18, n. 37, p. 25-44, jan./jun. 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ha/v18n37/a02v18n37.pdf>>. Acesso em: 03 jul. 2016.

_____. **Estar vivo**: ensaios sobre movimento, conhecimento e descrição. Petrópolis: Editora Vozes, 2015.

KELLER, Paulo Fernandes. O trabalho imaterial do estilista. **Teoria & Sociedade**, Belo Horizonte, n. 15.2, p. 8-29. Jul.-dez., 2007.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**: uma introdução à teoria do Ator-Rede. Salvador: Edufba, 2012.

LEITÃO, Débora Krischke. Nós, os outros: construção do exótico e consumo de moda brasileira na França. **Horizontes antropológicos**, v. 13, n. 28, Porto Alegre, jul.-dez. 2007. p. 203-230. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ha/v13n28/a09v1328.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2016.

LEITÃO, Débora Krische; PINHEIRO MACHADO, Rosana. O luxo do povo e o povo do luxo: consumo e valor em diferentes esferas sociais no Brasil. In: LEITÃO, Débora Krischke; LIMA, Diana Nogueira de Oliveira; PINHEIRO MACHADO, Rosana. **Antropologia e consumo**: diálogos entre Brasil e Argentina. Porto Alegre: AGE, 2006. p. 23-46.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MACIEL, Carla. Criadora da Feira da Cidade, Carla Maciel explica porque deu uma pausa no evento. **Correio**, Salvador, 2 mar. 2015. Bazar. Entrevista realizada por Gabriela Cruz. Disponível em: <<http://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/criadora-da-feira-da-cidade-carla-maciel-explica-porque-deu-uma-pausa-no-evento/>>. Acesso em: 20 jul. 2017.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 17, n. 49, São Paulo, junho, 2002. p. 11-29. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v17n49/a02v1749.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2016.

_____. O Circuito: proposta de delimitação da categoria. *Ponto Urbe*, 15, São Paulo, 2014. p. 1-14. Disponível em: <<https://journals.openedition.org/pontourbe/2041>>.

NASCIMENTO, Luana. **Antropologia e Moda**: reflexões a partir de uma designer de acessórios. 2016. 80f. Monografia (Graduação em Ciências Sociais – Bacharelado em Antropologia) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016.

NEDER, Mônica de Queiroz, VOLPINI, WILSON, Javer, SIMÃO, Larissa Maria. Processo criativo: tempo para experimentar. **IARA: Revista de Moda, Cultura e Arte**, v. 8, n. 2, jan. 2016. Disponível em: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2016/03/66_Iara_artigo_revisado.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2018.

PEIRANO, Marisa. A favor da Etnografia. In: _____. **A favor da Etnografia**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995. cap. 2, p. 31-58.

_____. Etnografia não é método. **Horizontes Antropológicos**, v. 20, n. 42, dez. 2014, Porto Alegre, p. 377-391. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ha/v20n42/15.pdf>>. Acesso em: 07 abr. 2017.

PONTES, Heloisa. Modas e modos: uma leitura enviesada de O espírito das roupas. **Cadernos Pagu** [on-line], n.22, 2004, p.13-46. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cpa/n22/n22a03.pdf>>. Acesso em: 10 dez 2017.

PRECIOSA, Rosane. Moda Brasileira, Lugar de Contaminações. In: 9º COLÓQUIO DE MODA, Fortaleza, 2013. Anais do 9º Colóquio de Moda [on-line]. Disponível em: <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/ARTIGOS-DE-GT/Artigo-GT-Moda-e-Territorios-de-Existencia-processos-de-criacao-e-subjetivacao/Moda-Brasileira-Lugar-de-Contaminacoes.pdf>>. Acesso em: 23 dez. 2017.

RIBEIRO, Djamila. Apropriação cultural é um problema do sistema, não de indivíduos. **Revista Azmina**, 05 abr. 2016. Disponível em: <<http://azmina.com.br/2016/04/apropriacao-cultural-e-um-problema-do-sistema-nao-de-individuos/>>. Acesso em: 5 ago. 2017.

RICHARDSON, Jane; KROEBER, Alfred L. Three Centuries of Women's Dress Fashions: A Quantitative Analysis". **University of California Anthropological Records**, v. 5, n. 2, 1940. p. i-iv, 111-153. Disponível em: <<http://digitalassets.lib.berkeley.edu/anthpubs/ucb/text/ucar005-003.pdf>>. Acesso em: 24 nov. 2017.

RIFIOTIS, Theophilos. Etnografia no Ciberespaço como “repovoamento” e explicação. **Revista Brasileira de Ciências Sociais** [on-line], v. 31, n. 90, 2016. p. 85-98. Disponível em:<<http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v31n90/0102-6909-rbcsoc-31-90-0085.pdf>>. Acesso em: 04 out. 2016.

ROCHEDO, Aline. **Do croqui às galerias**: a vida social de um vestido. 29ª REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA, 3 a 6 de agosto de 2014, Natal, RN. Anais 29ª Reunião Brasileira de Antropologia. Disponível em:<http://www.29rba.abant.org.br/resources/anais/1/1401230035_ARQUIVO_rba.pdf>. Acesso em: 07 fev. 2017.

SCALCO, Lucia Mury; PINHEIRO MACHADO, Rosana. Os sentidos do real e do falso: o consumo popular em perspectiva etnográfica. **Revista de Antropologia**, São Paulo, v. 53, n. 1, p. 321-359, jan. 2010. Disponível em:<<http://www.revistas.usp.br/ra/article/view/27352/29124>>. Acesso em: 28 ago. 2016.

SHAW, Linda; EMERSON, Robert M.; FRETZ, Rachel I. **Writing Ethnographic Fieldnotes**, 2 ed. Chicago: University of Chicago Press, 2011.

SILVA, Marcos. Os chinas “invadiram a praia”: Uma etnografia da Feira Hippie de Ipanema (Rio de Janeiro-Brasil) 2014. 97f. **Dissertação** (Mestrado em Antropologia) – Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal Fluminense, 2014. Orientadora: Dr.ª Ana Paula Mendes de Miranda. Disponível em:<<http://ppgantropologia.sites.uff.br/wp-content/uploads/sites/16/2016/07/Dissertação-Marcos-Vinicius-Moura-Silva.pdf>>. Acesso em: 23 abr. 2017.

SIMMEL, George. **Filosofia da Moda e Outros Escritos**. Lisboa: Texto e Grafia, 2008.

VEBLEN, Thorstein. O vestuário como expressão da cultura pecuniária. In: _____. **A teoria da classe ociosa**. São Paulo: Abril Cultural, 1980.

VEDANA, Viviane. No mercado tem tudo que a boca come: estudo antropológico da duração das práticas cotidianas de mercado de rua no mundo urbano contemporâneo. **Tese** (Doutorado em Antropologia Social) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008. Disponível em:<<http://hdl.handle.net/10183/13383>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

WEBER, Florence. A entrevista, a pesquisa e o íntimo, ou por que censurar seu diário de campo? **Horizontes Antropológicos**, ano 15, n. 32, p. 157- 170, jul/dez. 2009. Disponível em:<<http://www.scielo.br/pdf/ha/v15n32/v15n32a07.pdf>>. Acesso em: 15 jul. 2017.