UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TÊXTIL E MODA

YASMIN ALEXANDRE CÓ

A moda não institucionalizada: um estudo sobre práticas autônomas

São Paulo
2021

YASMIN ALEXANDRE CÓ

A moda não institucionalizada: um estudo sobre práticas autônomas

Versão corrigida

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestra em Ciências pelo Programa de Pós-graduação em Têxtil e Moda.

Versão corrigida contendo as alterações solicitadas pela comissão julgadora em 10 de março de 2021. A versão original encontra-se em acervo reservado na Biblioteca da EACH/USP e na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP (BDTD), de acordo com a Resolução CoPGr 6018, de 13 de outubro de 2011.

Área de concentração: Projeto de Têxtil e Moda

Orientadora: Profa. Dra. Cláudia Regina Garcia Vicentini

São Paulo
2021

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

CATALOGAÇÃO-NA-PUBLICAÇÃO

(Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Biblioteca)

CRB 8- 7012

Có, Yasmin Alexandre

A moda não institucionalizada: um estudo sobre práticas autônomas / Yasmin Alexandre Có ; orientadora, Claudia Regina Garcia Vicentini. – 2021

129 f : il

Dissertação (Mestrado em Ciências) - Programa de Pós-Graduação em Têxtil e Moda, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo
Versão corrigida

1. Moda. 2. Criatividade. I. Vicentini, Claudia Regina Garcia, orient. II. Título.

CDD 22.ed. –.391

Nome: CÓ, Yasmin Alexandre

Título: A moda não institucionalizada: um estudo sobre práticas autônomas

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestra em Ciências pelo Programa de Pós-graduação em Têxtil e Moda.

Área de concentração: Projeto de Têxtil e Moda

Aprovada em: 10/03/2021

Banca Examinadora

Profa. Dra. Rosane Preciosa Sequeira

Universidade Federal de Juiz de Fora. Instituto de Artes e Design

Prof. Dr. Alexandre Bergamo Idargo

Universidade Federal de Santa Catarina. Centro de Filosofia e Ciências Humanas

Profa. Dra. Suzana Helena de Avelar Gomes

Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades

Agradecimentos

Agradeço à minha orientadora Profa. Dra. Cláudia Regina Garcia Vicentini, por sua disponibilidade em receber à mim e ao meu tema de pesquisa de braços abertos e com grande entusiasmo.

Aos integrantes da banca de qualificação que integraram também a banca de defesa, Profa. Dra. Suzana Helena de Avelar Gomes e Prof. Dr. Alexandre Bergamo Idargo, pelas preciosas contribuições.

À Profa. Dra. Rosane Preciosa Sequeira, também integrante da banca de defesa, agradeço pelas contribuições igualmente inestimáveis.

À Profa. Dra. Suzana Helena de Avelar Gomes agradeço também pela supervisão no estágio de docência.

Aos professores da Universidade de São Paulo com os quais tive a oportunidade de conviver durante o percurso do mestrado, em especial, ao Prof. Dr. Luís Cláudio Portugal do Nascimento, grande mestre da metodologia de pesquisa, por sua total disponibilidade e contribuições.

À Nívia Maria Rodrigues Fernandes Marcello agradeço não apenas pelas incríveis aulas de inglês para escrita acadêmica mas, também, pela alegria em ter a versão do resumo em língua inglesa desta dissertação escrita por esta grande mestra.

Aos funcionários da Universidade de São Paulo, por seu empenho em garantir toda infraestrutura e funcionamento dos processos para que nós estudantes possamos seguir nossos percursos com tranquilidade.

Deixo um agradecimento especial aos funcionários da biblioteca e do serviço de Pós-graduação da Escola de Artes Ciências e Humanidades, em particular à Cristiane Pereira da Silva, técnica para assuntos administrativos responsável pelo curso de Têxtil e Moda.

Aos colegas da Pós-graduação.

Aos idealizadores dos projetos que tive o prazer de conhecer, Gabriela Mazepa, Ricardo Boni, Brendy Xavier e Vicenta Perrotta, pela abertura, gentileza e interesse. Agradeço também à Rafa Kennedy por sua acolhida e pelas fotografias cedidas.

Às pessoas que participaram das oficinas onde coletei dados para esta pesquisa, que direta ou indiretamente também contribuíram para o estudo.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pelo apoio financeiro para a realização desta pesquisa. Fundamental não apenas para o desenvolvimento desta pesquisa, mas para o desenvolvimento científico no Brasil.

Aos amigos, de longa data ou não, que em algum momento do percurso de pesquisa me tenham dedicado palavras de ânimo.

Ao meu companheiro Bruno Viani Romão faltariam palavras para agradecer, não apenas pelas diversas contribuições para a realização deste trabalho, mas também pelo incentivo infindável, apoio integral e amor à mim dedicado.

Aos meus pais, Ana Lúcia Maria Alexandre e Alberto de Oliveira Có, agradeço por terem me concedido o mais simples e ao mesmo tempo mais valioso: a oportunidade da experiência de viver.

Por fim, agradeço à vida em si mesma.

“Tenho afirmado e reafirmado o quanto realmente me alegra saber-me um ser condicionado mas capaz de ultrapassar o próprio condicionamento”.

(FREIRE, 1996. p. 126)

RESUMO

CÓ, Yasmin Alexandre. **A moda não institucionalizada**: um estudo sobre práticas autônomas. 2021. 129 p. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021. Versão corrigida.

Este estudo investigou práticas autônomas propostas e aplicadas por projetos de moda não institucionalizada, compreendendo-se por práticas autônomas aquelas que configurem-se em termos criativos, estéticos e políticos, enquanto meios de produção de vestuário e estilo destoantes daqueles instituídos pelo campo da moda como sistema institucionalizado. A pesquisa de natureza qualitativa na modalidade estudo de casos múltiplos foi empreendida junto à três projetos de moda não institucionalizada selecionados, atuantes principalmente no estado de São Paulo. Além de entrevistas com idealizadores dos projetos estudados, realizou-se observações direta e participante de suas atividades. Por meio de análise associativa de dados secundada por análise do discurso foi possível depreender aspectos de suas práticas que revelam, entre outras coisas, a apropriação do descarte material da sociedade para à partir dele operar-se a construção de novos espaços viáveis para modos de existência e produção material e simbólica fora das práticas institucionalizadas. Espera-se que os resultados desta pesquisa sejam tomados como sinais de esperança, demonstrações de que a construção de novas maneiras de produzir, dizer sua palavra, ser visto e inscrever-se no mundo é possível.

Palavras-chave: Moda não institucionalizada. Autonomia. Processo criativo. Experimentação estética. Ação política.

ABSTRACT

CÓ, Yasmin Alexandre. **Non-institutionalized fashion**: a study about autonomous practices. 2021. 129 p. Dissertation (Master of Sciences) – School of Arts, Sciences and Humanities, University of São Paulo, São Paulo, 2021. Corrected version.

Autonomous practices are featured in creative, aesthetic, and political terms as a means of clothing production and style that differ from those determined by the field of fashion as an institutionalized system. This study investigated autonomous practices proposed and applied by non-institutionalized fashion projects. A qualitative research study in the form of multiple cases was carried out with three non-institutionalized fashion projects selected, operating mainly in the state of São Paulo. Interviews with the creators of the projects studied, direct observation, and participation in their activities were performed. Through data analysis supported by discourse analysis, it was possible to understand the appropriation of society's waste material in their practices. The construction of new viable spaces from waste material takes place for modes of existence and material and symbolic production outside institutionalized practices. The results of this research are expected to be taken as signs of hope and as demonstrations that the construction of new ways of producing, saying your word, being seen and subscribing to the world are possible.

Keywords: Non-institutionalized fashion. Autonomy. Creative process. Aesthetic experimentation. Political action.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Produção do Coletivo Estileras	47
Figura 2 -	Ricardo Boni e Brendy Xavier, idealizadores do Coletivo Estileras	47
Figura 3 -	Desfile do Coletivo Estileras na 45ª edição da Casa de Criadores	48
Figura 4 -	Gabriela Mazepa, idealizadora do Re-Roupa	49
Figura 5 -	Roupas confeccionadas por participantes durante a oficina Reinventando Roupas	50
Figura 6 -	Roupas confeccionadas por participantes durante a oficina Reinventando Roupas	51
Figura 7 -	Desfile performance Transclandestina 3020 da VP Upcycling na 45ª edição da Casa de Criadores	53
Figura 8 -	Vicenta Perrotta, idealizadora da VP Upcycling	53
Figura 9 -	Participantes da oficina Resignifique! aguardando para desfilar	54
Figura 10 -	Brendy sobre as roupas que servirão como matéria prima para as produções das estileras, vestindo uma camiseta que desempenha função de saia e um capuz sob o boné.	57
Figura 11 -	Participante da oficina Resignifique! rasgando uma peça de roupa	58
Figura 12 -	Produção das estileras em que se vê uma calça e uma pequena camiseta sobrepostas ao corpo	60
Figura 13 -	Calçado de Monstro composto por partes de calçados da marca Melissa	61
Figura 14 -	Produção do Coletivo Estileras em que nota-se o aspecto de bricolagem de roupas, acessórios e objetos	64
Figura 15 -	Produção de participante da oficina Resignifique! em que é percebido o aspecto de bricolagem de roupas	64
Figura 16 -	Composição desenvolvida por Brendy durante o experimento realizado	66
Figura 17 -	Peça do Coletivo Estileras	68
Figura 18 -	Produção de participantes da oficina Reinventando Roupas em que nota-se inversão de função	69
Figura 19 -	Produção do Coletivo Estileras em que nota-se inversão de função	70

Figura 20 - Peça do Coletivo Estileras em que nota-se alteração estrutural e de função	71
Figura 21 - Produção da VP Upcycling em que nota-se alteração estrutural e de função	71
Figura 22 - Produção da VP Upcycling em que há explicitação dos rastros da matéria prima	72
Figura 23 - Produções da VP Upcycling em que há explicitação dos rastros da matéria prima	73
Figura 24 - Trecho do desfile Brasil: o país campeão mundial de travestis da VP Upcycling na 46ª Casa de Criadores	86
Figura 25 - À esquerda, trecho da performance do Coletivo Estileras na SP-Arte. À direita, Brendy vestindo roupa íntima com os dizeres “universal é o reino das bichas” em estampa que faz referência à logo e slogan de uma igreja evangélica.	87
Figura 26 - Jaqueta colaborativa do Coletivo Estileras	96

SUMÁRIO

1.	Caracterização geral da pesquisa	14
1.1.	Introdução ao estudo	14
1.2.	Justificativas	15
1.3.	Objetivos geral e específicos	16
1.4.	Delimitações	17
1.5.	Considerações sobre a estrutura da dissertação e o relato da pesquisa	18
2.	Referencial teórico	21
2.1.	As noções de poder em Michel Foucault como ponto de partida.....	21
2.2.	Sistema da moda	26
2.2.1.	<i>Sistema da moda e direito de pertença</i>	<i>26</i>
2.2.2.	<i>Ideologia da moda</i>	<i>28</i>
2.2.3.	<i>Cultura da moda, aquisição e expressão</i>	<i>32</i>
2.3.	Características das subculturas a se considerar	35
2.4.	Partilha do território da criação e as táticas como redefinição	36
2.5.	A construção da autonomia	38
3.	Método de pesquisa	40
3.1.	Considerações gerais sobre o método de pesquisa	40
3.2.	<i>Problema fundamental</i>	<i>41</i>
3.2.1.	<i>Subproblemas</i>	<i>42</i>
3.2.1.1.	<i>Subproblema 1 (aspectos criativos)</i>	<i>42</i>
3.2.1.2.	<i>Subproblema 2 (aspectos estéticos)</i>	<i>42</i>
3.2.1.3.	<i>Subproblema 3 (aspectos políticos)</i>	<i>42</i>
3.3.	Aspectos metodológicos	42
3.3.1.	<i>Fontes para obtenção de dados</i>	<i>42</i>
3.3.2.	<i>Técnicas empregadas na obtenção dos dados</i>	<i>43</i>
3.3.3.	<i>Técnicas empregadas no tratamento dos dados</i>	<i>43</i>

3.4.	<i>Quadro sinótico da estrutura metodológica da pesquisa</i>	45
4.	Resultados, apresentação e discussão	46
4.1.	<i>Apresentação dos projetos selecionados</i>	46
4.1.1.	<i>Coletivo Estileras</i>	46
4.1.2.	<i>Re-Roupa</i>	49
4.1.3.	<i>VP Upcycling</i>	51
4.2.	<i>Introdução aos resultados</i>	54
4.2.1.	<i>Resultados correspondentes ao subproblema 1 (aspectos criativos)</i>	55
4.2.1.1.	<i>Análise dos dados por categorias conceituais</i>	55
4.2.1.1.1.	Reuso, desconstrução e reconstrução	55
4.2.1.1.2.	A percepção das possibilidades	58
4.2.1.1.3.	A internet como zona editável de referências	62
4.2.1.1.4.	Bricolagem, gambiarra e espontaneidade	63
4.2.1.2.	<i>Considerações parciais sobre os resultados do subproblema 1</i>	66
4.2.2.	<i>Resultados correspondentes ao subproblema 2 (aspectos estéticos)</i>	67
4.2.2.1.	<i>Análise dos dados por categorias conceituais</i>	67
4.2.2.1.1.	Inacabado, invertido e explícito	67
4.2.2.1.2.	Experimentação das possibilidades estéticas	74
4.2.2.2.	<i>Considerações parciais sobre os resultados do subproblema 2</i>	76
4.2.3.	<i>Resultados correspondentes ao subproblema 3 (aspectos políticos)</i>	77
4.2.3.1.	<i>Análise dos dados por categorias conceituais</i>	77
4.2.3.1.1.	Lugar, espaço e território	77
4.2.3.1.2.	Direito à palavra	83
4.2.3.1.3.	O confronto	85
4.2.3.1.4.	A compreensão da prática como movimento	90
4.2.3.1.5.	O coletivo	94
4.2.3.1.6.	Transformação do estado das coisas.....	99

4.2.3.2.	<i>Considerações parciais sobre os resultados do subproblema 3</i>	100
5.	Conclusão	103
5.1.	Conclusões	103
5.2.	Considerações finais	105
5.3.	Sugestões de pesquisas complementares	107
	Referências	108
	Apêndice A – Entrevistas transcritas	113

1. Caracterização geral da pesquisa

1.1. Introdução ao estudo

A literatura que fundamenta este estudo compreende o poder não apenas como uma instância negativa de repressão, mas como uma rede que produz coisas, saberes e discursos, atravessando tanto corpo social quanto corpos individuais. O poder se exerce sobre os indivíduos por meio de processos mínimos que vão aumentando suas forças em termos econômicos de utilidade ao mesmo tempo em que as diminui em termos políticos de obediência. Embora tais processos mínimos apresentem origens diferentes e possam distinguir-se de acordo com os campos de aplicação, apoiam-se uns sobre os outros e se convergem para esboçar aos poucos a fachada de um método geral de controle.

No sistema da moda, ou, se assim se preferir, campo da moda como sistema institucionalizado, identificam-se características produtivas que o localizam como partícipe do método geral de controle mencionado acima. Sendo também composto por vários subsistemas inter-relacionados e mantido por indivíduos que compartilham a mesma crença na moda, participando juntos na produção e perpetuação da ideologia e da cultura de moda, o sistema visa converter roupa (produção material) em moda (produção simbólica). Tal conversão se dá quando o valor simbólico de moda, que não é inerente às roupas, passa a se manifestar por meio delas, sendo que, para que isso ocorra a moda precisa ser institucionalmente construída e culturalmente difundida.

Tendo em vista que a participação dos indivíduos no sistema está submetida a um processo de legitimação, observa-se que tal processo demanda a adequação dos indivíduos, que demonstram sua competência em fazer parte do sistema por meio de adesão à ideologia da moda e expressão de uma cultura de moda adquirida, o que tende a gerar uma padronização de gostos e estilos que se reflete nas produções dos profissionais da moda e recai sobre aqueles que irão vestir seus produtos. Essa padronização parece comprometer a autonomia criativa, estética e política dos indivíduos, o que favorece o domínio sobre seus corpos, sejam eles profissionais da moda ou consumidores.

Estando a moda localizada como produção simbólica, na qual participam indivíduos que demonstrem capacidade para a manutenção da ideologia e cultura vigentes na instituição, torna-se evidente a exclusão daqueles que não se adequem à tais exigências, o que conseqüentemente leva à uma produção simbólica que desconsidera quaisquer visões de mundo e modos de vida que não se enquadrem àquela tomada pelos indivíduos aptos a participarem no sistema, impondo assim uma visão de mundo única.

Entretanto, a literatura adotada traz também um olhar para a contrapartida ao poder, ou seja, para os procedimentos igualmente sutis que, por sua vez, jogam com os mecanismos da disciplina, procedimentos estes que são maneiras de fazer ou táticas por meio das quais os indivíduos se reapropriam do espaço organizado pelas técnicas de controle para formar uma rede antidisciplinar. Portanto, no presente estudo buscou-se investigar práticas propostas e aplicadas por projetos de moda não institucionalizada que configuram-se como autônomas uma vez que são maneiras de fazer insubordinadas àquelas instituídas pelo campo da produção de moda e que, por apresentarem-se também como modos de intervir em uma partilha já dada dos espaços de produção simbólica, podem ser consideradas táticas.

O estudo de tais práticas se deu por meio de uma investigação de natureza qualitativa na modalidade estudo de casos múltiplos, empreendida junto à três projetos de moda não institucionalizada, na qual buscou-se identificar aspectos relevantes e significativos em termos criativos, estéticos e políticos. Os resultados deste estudo põe luz à possibilidade de existência e modos de produção material e simbólica fora das práticas institucionalizadas e à sua potencialidade de transformação do estado das coisas.

1.2. Justificativas

Diante da concepção dominante da moda como fenômeno natural e espontâneo que emerge da sociedade, parece relevante ao campo de estudo das ciências sociais e, mais especificamente, da moda e do design de produto, a construção de conhecimento que parta de uma outra concepção: a de que a moda é o produto de um sistema institucionalizado que a desenvolve, produz e reproduz continuamente.

Nesse sentido, a presente investigação tem potencial para contribuir para o campo em termos de recorte teórico.

Além disso, o estudo de caso é uma modalidade de pesquisa bastante frequente em investigações sobre moda, já tendo sido realizados diversos estudos de caso sobre grandes marcas de moda e estilistas conceituados, o que, de certa forma e a depender da lente teórica utilizada na abordagem do tema, pode cooperar para a manutenção da ideologia e cultura de moda consolidadas no campo. Nesse sentido, ao realizar estudos de caso de projetos de moda que não se enquadram exatamente nem mesmo ao formato de marca de moda, esta pesquisa se apresenta como uma alternativa ao conhecimento comumente produzido no campo.

Têm sido realizados, também, diversos estudos em que se observa uma das práticas analisadas nesta pesquisa: a prática do reuso de materiais têxteis descartados e roupas pós-uso. Porém, tais estudos são comumente realizados pelo viés da sustentabilidade, não sendo analisada, portanto, a prática do reuso pelo viés apresentado no decorrer desta pesquisa. Assim, os resultados deste estudo podem acrescentar informações relevantes e inobservadas acerca do reuso, especialmente em termos criativos, estéticos e políticos.

Por fim, partindo-se do pressuposto de que a pedagogia do campo é parte integrante e fundamental na formação de pesquisadores e profissionais de moda, parece pertinente a realização de um estudo que possa contribuir na geração de insumos para um debate construtivo à respeito dos condicionamentos a que as atividades de pesquisa, ensino e produção de moda possam estar submetidas. Assim como, à respeito de experiências de insubmissão.

1.3. Objetivos geral e específicos

Este trabalho teve como objetivo geral identificar, por meio de uma pesquisa qualitativa na modalidade estudo de casos múltiplos empreendida junto à três projetos de moda não institucionalizada, práticas autônomas às diretrizes do sistema da moda em termos criativos, estéticos e políticos.

Os objetivos específicos desta pesquisa, em número de três, relacionam-se aos enfoques do estudo e foram os seguintes:

Primeiro: identificar aspectos relevantes em termos criativos nos processos aplicados pelos idealizadores dos projetos estudados no desenvolvimento de suas produções e em métodos propostos por eles. Tendo sido observados para tanto os processos criativos.

Segundo: identificar aspectos relevantes em termos estéticos nos produtos desenvolvidos no contexto dos projetos estudados assim como nas práticas empregadas em seu desenvolvimento. Sendo observados portanto os percursos estéticos.

Terceiro: identificar aspectos relevantes em termos políticos nas ações aplicadas por meio dos projetos estudados bem como nas motivações de seus idealizadores.

1.4. Delimitações

Na ocasião da seleção dos projetos a serem estudados teve-se a investigar projetos que desenvolvessem atividades que tivessem por objeto a moda mas que não se restringissem apenas à atividade econômica. Excluindo-se, portanto, projetos com foco em profissionalização e geração de renda. Sendo que mesmo o eventual caráter econômico de qualquer atividade realizada no contexto dos projetos já selecionados não foi observado no estudo de casos.

Do mesmo modo, teve-se à investigação de projetos que embora voltados à moda não tenham sido desenvolvidos com foco em profissionais do campo da moda. Excluem-se ainda aqueles projetos relacionados à atividade de customização de artigos do vestuário e acessórios.

Devido aos recursos disponíveis para a realização da coleta de dados e aos prazos envolvidos optou-se por definir como delimitação local o estado de São Paulo. Desta forma, na ocasião da seleção dos projetos a serem estudados também excluiu-se projetos de moda não institucionalizada propostos fora desta delimitação.

Ainda que cada um dos projetos estudados na presente investigação utilize como matéria prima artigos do vestuário descartados esta pesquisa não se propôs a abordar a temática da sustentabilidade.

1.5. Considerações sobre a estrutura da dissertação e o relato da pesquisa

A caráter informativo, esta dissertação de mestrado é composta por elementos pré-textuais, textuais e pós-textuais. Capa, página de rosto, ficha catalográfica, folha de avaliação, agradecimentos, epígrafe, resumo, abstract, lista de figuras, e sumário, compõem os elementos pré-textuais. Referências e apêndice, por sua vez, participam os elementos pós-textuais. Quanto aos elementos textuais da dissertação, optou-se pela estrutura à seguir composta por seis capítulos:

Capítulo 1. Caracterização geral da pesquisa, o presente capítulo. Onde são apresentados, dispostos em subcapítulos: Introdução ao estudo; Justificativas; Objetivos geral e específicos; Delimitações; Considerações sobre a estrutura da dissertação e o relato da pesquisa.

Capítulo 2. Referencial teórico, no qual apresentou-se o resultado da revisão da literatura, ou, em outras palavras, a fundamentação teórica para a pesquisa empreendida. Os subcapítulos que compõe o referencial teórico, são: 2.1. As noções de poder em Michel Foucault como ponto de partida; 2.2. Sistema da moda; 2.2.1. Sistema da moda e direito de pertença; 2.2.2. Ideologia da moda; 2.2.3. Cultura da moda, aquisição e expressão; 2.3. Características das subculturas a se considerar; 2.4. Partilha do território da criação e as táticas como redefinição; 2.5. A construção da autonomia.

Capítulo 3. Método de pesquisa, em que apresenta-se o percurso metodológico da pesquisa também organizado em subcapítulos, sendo eles: 3.1. Considerações gerais sobre o método de pesquisa; 3.2. Problema fundamental; 3.2.1. Subproblemas (extraídos do problema fundamental); 3.2.1.1. Subproblema 1 (aspectos criativos); 3.2.1.2. Subproblema 2 (aspectos estéticos); 3.2.1.3. Subproblema 3 (aspectos políticos); 3.3. Aspectos metodológicos; 3.3.1. Fontes para obtenção de dados; 3.3.2. Técnicas empregadas na obtenção dos dados; 3.3.3. Técnicas empregadas no tratamento dos dados; 3.4. Quadro sinótico da estrutura metodológica da pesquisa.

Neste capítulo, em especial, elegeu-se a redundância no relato, pois a pesquisadora considera indispensável prezar pela inteligibilidade, tanto do processo da pesquisa

quanto de seu relato, para potenciais leitores estudantes que estejam iniciando-se na pesquisa e escrita acadêmica ou almejem fazê-lo.

Capítulo 4. Resultados, apresentação e discussão, onde consta o relato da pesquisa propriamente dita. Este capítulo se inicia com a apresentação de cada um dos projetos selecionados para o estudo de caso, constante nos subcapítulos: 4.1. Apresentação dos projetos selecionados; 4.1.1. Coletivo Estileras; 4.1.2. Re-Roupa; 4.1.3. VP Upcycling. Posteriormente, são apresentados os resultados das análises realizadas, distribuídos entre os três subproblemas da pesquisa que, por sua vez, abrigam as categorias conceituais correspondentes, estruturando-se da seguinte forma: 4.2. Introdução aos resultados; 4.2.1. Resultados correspondentes ao subproblema 1 (aspectos criativos); 4.2.1.1. Análise dos dados por categorias conceituais; 4.2.1.1.1. Reuso, desconstrução e reconstrução; 4.2.1.1.2. A percepção das possibilidades; 4.2.1.1.3. A internet como zona editável de referências; 4.2.1.1.4. Bricolagem, gambiarra e espontaneidade; 4.2.1.2. Considerações parciais sobre os resultados do subproblema 1; 4.2.2. Resultados correspondentes ao subproblema 2 (aspectos estéticos); 4.2.2.1. Análise dos dados por categorias conceituais; 4.2.2.1.1. Inacabado, invertido e explícito; 4.2.2.1.2. Experimentação das possibilidades estéticas; 4.2.2.2. Considerações parciais sobre os resultados do subproblema 2; 4.2.3. Resultados correspondentes ao subproblema 3 (aspectos políticos); 4.2.3.1. Análise dos dados por categorias conceituais; 4.2.3.1.1. Lugar, espaço e território; 4.2.3.1.2. Direito à palavra; 4.2.3.1.3. O confronto; 4.2.3.1.4. A compreensão da prática como movimento; 4.2.3.1.5. O coletivo; 4.2.3.1.6. Transformação do estado das coisas; 4.2.3.2. Considerações parciais sobre os resultados do subproblema 3. Como pode-se observar pelos subcapítulos listados acima, para cada subproblema, após as categorias conceituais, apresentam-se as considerações parciais dos resultados correspondentes àquele subproblema.

Capítulo 5. Conclusão, que encerra os elementos textuais da dissertação e abriga os subcapítulos: 5.1. Conclusões, que traz um comentário geral que, em nível mais elevado de abstração, enfeixa as análises apresentadas ao final de cada subproblema; 5.2. Considerações finais, que contém comentários da pesquisadora à respeito da experiência de pesquisa, bem como dos resultados do estudo; 5.3. Sugestões de pesquisas complementares, com a função de abrigar sugestões que

pretendem oferecer ao campo novos desafios de pesquisa, adicionais ou complementares ao presente estudo.

Quanto ao relato da pesquisa, no capítulo 4. *Resultados, apresentação e discussão*, em que são relatados e discutidos os resultados da pesquisa empreendida. Foram sendo apresentados, comentados e analisados fragmentos de entrevistas, fotografias e observações feitas pela própria pesquisadora em campo. Eventualmente um mesmo fragmento de entrevista se repetiu em categorias conceituais distintas, mas sempre trazendo novas informações para a análise. Isto ocorreu devido a relevância que determinados dados expressaram para mais de um subproblema da pesquisa, ou mesmo, para mais de uma categoria conceitual dentro de um mesmo subproblema.

Outro aspecto a comentar diz respeito às entrevistas realizadas e a fidedignidade dos trechos apresentados. As entrevistas com o *Coletivo Estileras* foram as primeiras a serem realizadas, em 21 de junho de 2018. Após a realização das entrevistas, mas ainda no decorrer da realização desta pesquisa, que se encerra ao final do ano de 2020, ocorreu a transição de gênero de uma das entrevistadas, Brendy Xavier. Desta forma, ainda que a entrevista tenha sido realizada antes de sua transição de gênero, no relato da pesquisa Brendy foi sempre referenciada por seu nome social e de acordo com o gênero com o qual se identifica na data de encerramento desta pesquisa. Em respeito a isto, eventuais fragmentos de entrevista citados em que Brendy ainda não era identificada por seu nome social ou não tenha sido identificada pelo gênero feminino foram adequados sem nenhum prejuízo à veracidade dos fragmentos apresentados. De qualquer maneira, a entrevista transcrita em sua totalidade e sem quaisquer alterações consta para consulta no item *Apêndice* desta dissertação, juntamente às demais entrevistas realizadas.

As entrevistas foram realizadas na seguinte ordem: Brendy Xavier do *Coletivo Estileras*, Ricardo Boni do *Coletivo Estileras*, Gabriela Mazepa do *Re-Roupa* e, por último, Vicenta Perrotta da *VP Upcycling*. O Coletivo Estileras tendo sido o primeiro a ser visitado em seu ateliê provisório. Posteriormente, a pesquisadora participou de curso ministrado por Gabriela Mazepa idealizadora do *Re-Roupa* e na sequência de curso ministrado por Vicenta Perrotta, proponente da *VP Upcycling*.

2. Referencial teórico

2.1. As noções de poder em Michel Foucault como ponto de partida

Em Michel Foucault, o poder deve ser entendido não apenas como uma instância negativa de repressão mas como uma rede produtiva que atravessa o corpo social e os corpos individuais. À partir desta breve definição tem-se já duas das características do poder que para Foucault são essenciais, isso porque afirmar que trata-se de uma rede produtiva implica primeiro a capilaridade presente na mecânica do poder, o que significa que ele permeia em rede toda a sociedade até o momento em que: “[...] encontra o nível dos indivíduos, atinge seus corpos, vem se inserir em seus gestos, suas atitudes, seus discursos, sua aprendizagem, sua vida quotidiana” (1978, p. 131) e, segundo, sua qualidade sobretudo produtiva, uma vez que não é por meio da repressão que o poder se insere no próprio ser dos indivíduos definindo: “aquilo que eles são, serão ou possam ser” (FOUCAULT, 1975, p. 20) mas, pelo contrário, ao invés de dizer não o poder se exerce de modo positivo induzindo ao prazer, produzindo coisas, saberes e discursos, é isso que faz com que ele seja aceito e se mantenha: “Pois se o poder só tivesse a função de reprimir, se agisse apenas por meio da censura, da exclusão, do impedimento, do recalcamento, à maneira de um grande super-ego, se apenas se exercesse de um modo negativo, ele seria muito frágil” (FOUCAULT, 1978, p. 148), o que evidentemente não é.

Tal característica produtiva resulta que: “[...] o indivíduo não é o dado sobre o qual se exerce e se abate o poder” (FOUCAULT, 1978, p. 161) mas seu produto mesmo, ou melhor, o produto das relações de poder que se exercem: “sobre os corpos, multiplicidades, movimentos, desejos, forças” (FOUCAULT, 1978, p. 162), ou seja, é o poder que produz os indivíduos enquanto seres fixados a si mesmos, dotados de características e identidades, isto porque a sujeição possui uma instância material que constitui os sujeitos (FOUCAULT, 1978). Portanto, para Foucault: “[...] o indivíduo não é o outro do poder: é um de seus primeiros efeitos” (1978, p. 184) e: “[...] simultaneamente, ou pelo próprio fato de ser um efeito, é seu centro de transmissão. O poder passa através do indivíduo que ele constituiu” (1978, p. 183-184), o que significa que: “[...] cada um de nós é, no fundo, titular de um certo poder e, por isso, veicula o poder (1978, p. 160)”. Eis a rede produtiva em toda sua capilaridade: “O poder funciona e se exerce em rede. Nas suas malhas os indivíduos

não só circulam mas estão sempre em posição de exercer este poder e de sofrer sua ação” (1978, p. 183).

Desta forma, um vez que em Foucault o poder é algo que só pode funcionar em cadeia, ele: “Nunca está localizado aqui ou ali, nunca está nas mãos de alguns, nunca é apropriado como riqueza ou um bem” (1978, p. 183) e, por isso mesmo: “[...] não se dá, não se troca nem se retoma, mas se exerce, só existe em ação” (1978, p. 175), é sobretudo uma relação de força que contempla ao mesmo tempo sua própria ativação e desdobramento (FOUCAULT, 1978). E se o poder não é um bem que alguém detenha então ele não parte de um ponto central e vai se expandindo pouco a pouco, o que ocorre seria mais ou menos o inverso, à partir de seus mecanismos mais infinitesimais ele vai se exercendo por meio das próprias relações de força que se dão no corpo social e que se desenvolvem em seus desdobramentos pelo surgimento de técnicas que se organizam localmente e atendem à urgências particulares até chegar ao ponto em que tais mecanismos são: “[...] investidos, colonizados, utilizados, subjugados, transformados, deslocados, desdobrados, etc., por mecanismos cada vez mais gerais e por formas de dominação global” (1978, p. 184). Isso significa que os mecanismos do poder não respondem à um plano anterior já totalmente articulado por uma estratégia de classe, mas sim, por meio de uma sequência de estratégias eles vão sendo investidos e direcionados para então participarem conjuntos bastante coerentes, mas ainda assim heterogêneos e de complexa articulação, que abrangem além das estratégias, disciplinas e dispositivos de controle, tais como, a escola, o hospital, a prisão e tantas outras instituições (FOUCAULT, 1978).

Foucault enfatiza que ainda que em determinados tipos de instituição como, por exemplo, uma oficina de fábrica ou um exército, a rede de poder possua uma forma piramidal, na qual é possível distinguir facilmente os elementos hierarquicamente superiores dos inferiores, o ápice da base da pirâmide, isso não significa que o ápice hierárquico seja a fonte de onde o poder irradia para as demais posições: “O ápice e os elementos inferiores da hierarquia estão em uma relação de apoio e de condicionamento recíprocos; eles se ‘sustentam’ (o poder, ‘chantagem’ mútua e indefinida)” (1978, p. 222), ou seja, ainda que as relações de poder expressem uma relação desigual de forças, o que implica uma diferença de potencial, um em cima e

um embaixo: “[...] para que haja um movimento de cima para baixo, é preciso que haja ao mesmo tempo uma capilaridade de baixo para cima” (1987, p. 250).

Ainda à respeito dos dispositivos, Foucault os descreve como sendo de natureza essencialmente estratégica, o que, em suas palavras: “supõe que trata-se no caso de uma certa manipulação das relações de força, de uma intervenção racional e organizada nestas relações de força” (1978, p. 246) que, conforme visto anteriormente, pode visar tanto o desenvolvimento das relações de força em determinada direção, quanto seu bloqueio, sua estabilidade ou simplesmente seu uso. Sendo assim, o dispositivo de que fala Foucault: “[...] está sempre inscrito em um jogo de poder, estando sempre, no entanto, ligado a uma ou a configurações de saber que dele nascem mas que igualmente o condicionam” (1978, p. 246). Portanto, para Foucault, o dispositivo enquanto conjunto de estratégias de relações de força sustenta saberes e é sustentado por eles, pois: “[...] O exercício do poder cria perpetuamente saber e, inversamente, o saber acarreta efeitos de poder” (1978, p. 142), mais precisamente: “[..] exercer o poder cria objetos de saber, os faz emergir, acumula informações e as utiliza” (1978, p. 141-142). E se o poder é forte é porque ao lado de produzir efeitos que induzem ao prazer, os produz também à nível do saber: “O poder, longe de impedir o saber, o produz” (1978, p. 148).

É importante mencionar ainda a produção da verdade e de seus discursos, pois, se o dispositivo relaciona-se à determinadas configurações de saber que nele surgem e ao mesmo tempo o condicionam, a verdade e os discursos de verdade possuem conexão semelhante e: “Não há possibilidade de exercício do poder sem uma certa economia dos discursos de verdade” (1978, p. 179), uma vez que as relações de poder também: “[...] não podem se dissociar, se estabelecer nem funcionar sem uma produção, uma acumulação, uma circulação e um funcionamento do discurso” (1978, p. 179) e, novamente, o poder submete os indivíduos à produção da verdade e só pode ser exercido por meio desta produção:

[...] somos obrigados ou condenados a confessar a verdade ou a encontrá-la. O poder não para de nos interrogar, de indagar, de registrar e institucionalizar a busca da verdade, profissionaliza-a e a recompensa. No fundo, temos que produzir a verdade como temos que produzir riquezas, ou melhor, temos que produzir a verdade para poder produzir riquezas. Por outro lado, estamos submetidos à verdade também no sentido em que ela é lei e produz o discurso verdadeiro que decide, transmite e reproduz, ao menos em parte,

efeitos de poder. Afinal, como julgados, condenados, classificados, obrigados a desempenhar tarefas e destinados a um certo modo de viver ou morrer em função de discursos verdadeiros que trazem consigo efeitos específicos de poder (FOUCAULT, 1978, p. 180).

É também em função da produção da verdade, ou ao menos apoiando-se no discurso verdadeiro, que opera-se o esquadramento das populações e consequentemente seu controle por meio de prescrições não apenas com relação: “[...] à doença mas às formas gerais da existência e do comportamento (a alimentação e a bebida, a sexualidade e a fecundidade, a maneira de se vestir, a disposição ideal do *habitat*)” (1978, p. 202). E nesse sentido contribuem as disciplinas: “[...] com suas hierarquias, seus enquadramentos, suas inspeções, seus exercícios, seus condicionamentos e adestramentos” (1978, p. 221) que como uma espécie de panóptico – utopia de um sistema geral que acaba por descrever mecanismos específicos que realmente existem – atuam como: “Um olhar que vigia e que cada um, sentindo-o pesar sobre si, acabará por interiorizar, a ponto de observar a si mesmo; sendo assim, cada um exercerá esta vigilância sobre e contra si mesmo” (1978, p. 218) e assim, as disciplinas: “[...] veicularão um discurso que será o da regra, não da regra jurídica derivada da soberania, mas o da regra ‘natural’, quer dizer, da norma; definirão um código que não será o da lei mas o da normalização” (1978, p. 189) operando assim seu enraizamento nos corpos individuais e no corpo social.

A esta altura, já é possível perceber que embora Foucault enfatize o funcionamento em rede e o condicionamento e apoio recíprocos que se verifica nas relações de poder, ele em nenhum momento negligencia que as relações de poder nem sempre são investidas equitativamente e que, portanto, dentro desta máquina da qual ninguém é titular mas que circunscreve tanto aqueles que exercem o poder quanto aqueles sobre quem o poder se exerce, ninguém ocupa a mesma posição. Havendo nela lugares preponderantes que permitem a produção de efeitos de supremacia que possibilitam assegurar uma dominação de classe. Em suma, o poder: “[...] sempre se exerce em determinada direção, com uns de um lado e outros do outro; não se sabe ao certo quem o detém; mas se sabe quem não o possui” (FOUCAULT, 1978, p. 75), o que não quer dizer, de modo algum, que para Foucault exista em toda a sociedade um único indivíduo ou grupo que possa ser identificado e enfrentado com vistas à combater o poder exercido como abuso, pois, o que

Foucault entende por dominação não é uma dominação global: “[...] de um sobre os outros, ou de um grupo sobre outro, mas as múltiplas formas de dominação que podem se exercer na sociedade” (1978, p. 181). Nesse sentido, segundo ele: “É preciso passar para o outro lado – o ‘lado correto’ – mas para procurar se desprender destes mecanismos que fazem aparecer dois lados, para dissolver esta falsa unidade, a ‘natureza’ ilusória deste outro lado de que tomamos partido” (1978, p. 239), ele atenta, ainda, para o fato de que os diferentes mecanismos de poder embora apoiem-se uns sobre os outros mantêm suas especificidades e, sendo assim, as diversas instâncias por meio das quais o poder se exerce não se homogeneizam, são estabelecidas entre elas: “[...] conexões, repercurssões, complementaridades, delimitações, que supõem que cada uma mantenha, até certo ponto, suas modalidades próprias” (1978, p. 222). Nesse sentido, Foucault afirma que cada luta deve se desenvolver em torno de um foco particular de poder:

E se designar os focos, denunciá-los, falar deles publicamente é uma luta, não é porque ninguém ainda tinha tido consciência disto, mas porque falar a esse respeito – forçar a rede de informação institucional, nomear, dizer quem fez, o que fez, designar o alvo – é a primeira inversão de poder, é um primeiro passo para outras lutas contra o poder (1978, p. 75-76).

Se Foucault menciona uma luta é porque da mesma forma que em sua compreensão onde há poder ele se exerce, estando ele em todos os lugares e em cada indivíduo, onde há relação de poder também há possibilidade de resistência, pois: “Jamais somos aprisionados pelo poder: podemos sempre modificar sua dominação em condições determinadas e segundo uma estratégia precisa” (1978, p. 241), pois, se a resistência é como afirma Foucault coextensiva ao poder e este: “[...] se prolonga, penetra em instituições, corporifica-se em técnicas e se mune de instrumentos de intervenção material, eventualmente violento (1978, p. 182) há também possibilidade de resistência às instituições e suas técnicas por meio de instrumentos tão materiais quanto aqueles investidos pelo poder. E ainda, se: “[...] as grandes estratégias de poder se incrustam, encontram suas condições de exercício em micro-relações de poder” (1978, p. 249), é à partir das micro-relações que a resistência deve operar, pois: “Para existir, é preciso que a resistência seja como o poder. Tão inventiva, tão móvel, tão produtiva quanto ele. Que, como ele, venha de ‘baixo’ e se distribua estrategicamente” (1978, p. 241) e: “[...] se é contra o poder que se luta, então todos aqueles sobre quem o poder se exerce como abuso, todos

aqueles que o reconhecem como intolerável, podem começar a luta onde se encontram e a partir de sua atividade (ou passividade) própria” (1978, p. 77).

2.2. Sistema da moda

2.2.1. Sistema da moda e direito de pertença

Ao utilizar revistas de moda como corpus para uma análise semântica, Barthes (1967), define o sistema da moda como sendo composto por vestuário real, vestuário imagem e vestuário escrito, ou seja, a roupa em si, a fotografia ou ilustração de moda e o texto descritivo daquele vestuário apresentado na imagem. Sendo que o objeto de seu estudo era especificamente a roupa descrita pela imprensa de moda que, segundo o autor: “Veicula imagens, estereótipos, uma enorme riqueza de elementos, não reais [...] mas de tipo utópico” (BARTHES, 1982, p. 81). Embora o termo “sistema da moda” possa remeter imediatamente à esta definição dada por Barthes, o que seria compreensível, visto que o termo intitula a obra mencionada acima, o presente estudo utiliza uma outra definição para sistema da moda.

Yuniya Kawamura (2005) é quem define sistema da moda como um sistema institucionalizado no qual indivíduos a ele relacionados compartilham a mesma crença, participando juntos na produção e perpetuação tanto da ideologia, quanto da cultura da moda, que são ambas sustentadas pela contínua produção de moda. Nesta concepção, compreende-se produção de moda por processo de converter roupa em moda: “Roupa é produção material enquanto moda é produção simbólica [...] a moda precisa ser institucionalmente construída e culturalmente difundida” (KAWAMURA, 2004, p. 1, tradução da pesquisadora), para que seu valor simbólico possa se manifestar por meio das roupas. Tal processo difere da produção de vestuário, visto que as roupas não necessariamente se convertem em moda. É a instituição como um todo, composta por várias organizações inter-relacionadas, que faz e determina o que é moda: “O sistema consiste em vários subsistemas compostos por uma rede de *designers*, fabricantes, atacadistas, profissionais de relações públicas, jornalistas e agências de publicidade” (KAWAMURA, 2005, p. 45, tradução da pesquisadora) que precisam ser reconhecidos e legitimados pelos demais atores envolvidos nas atividades de cooperação.

Além da legitimação dos indivíduos, roupas e estilos também precisam passar por um processo de filtragem seletiva que elege dentre numerosas alternativas aquelas a serem legitimadas como moda. A moda é então, produzida, consumida e difundida pela rede de cooperação em um processo de dupla legitimação que define não apenas os atores do sistema, mas também, produtos, formas, estéticas, aquilo que pode ou não tornar-se moda.

[...] moda não é apenas sobre mudança, mas uma mudança institucionalizada e sistemática que é produzida por aqueles que são autorizados a implementá-la. Sem um sistema que inclui um mecanismo de difusão qualquer estilo de vestir ficaria confinado em seu próprio sistema de vestuário (KAWAMURA, 2005. p. 51, tradução da pesquisadora).

Embora não utilize o termo sistema da moda, Bergamo (2007) depreendeu de seu estudo etnográfico sobre o campo da moda, no qual observou as dinâmicas de funcionamento de alguns dos vários subsistemas que o compõem, informações que vão de encontro a definição dada por Yuniya Kawamura. Bergamo (2007) afirma que o campo da moda é mantido por um tipo peculiar de racionalidade que atribui valores aos indivíduos que participam em uma trama de status hierarquizada, na qual o estilista, acredita-se, ocupa a posição central. Essa racionalidade: “[...] que origina as ações, regulamenta as atribuições específicas dos indivíduos e define suas formas de expressão, apreciação e criação” (BERGAMO, 2007, p. 70-71) consiste na manifestação e renovação dos símbolos de autoridade e “natural” distância social. Essa racionalidade é mantida pelo domínio das condições materiais que, por meio da designação de posições de prestígio e destaque, e pela concessão do direito de pertença a estas posições privilegiadas, possibilita o fortalecimento de um modelo de conduta a ser seguido.

O direito de pertença, de que fala Bergamo (2007), nada mais é do que uma permissão de entrada no campo da criação, é a legitimação de um “direito” que o indivíduo, por meio de suas ações, comprova ter em ocupar o espaço de criador. Porém, evidentemente: “Há regras a serem seguidas para a atividade criativa” (BERGAMO, 2007, p. 77), desta forma, a escolha de quais indivíduos podem ou não ocupar os espaços hierarquizados da criação, assim como da instituição da moda em geral, está submetida à conformidade que suas ações demonstram ter a

determinadas expectativas: “[...] de comportamento, de gostos, de juízos de valor, de espaços sociais a serem preenchidos” (BERGAMO, 2007, p. 69-70). Suas ações devem mostrar, pelo uso das diversas estratégias disponíveis, que aquele espaço está sendo ocupado pela pessoa “certa” e, ainda mais importante, não está sendo ocupado pela pessoa “errada”. Desta forma, o território da criação permanece inacessível àqueles indivíduos que não demonstrem ter as qualidades “intrínsecas” de um criador. Em outras palavras, inacessível àqueles que por algum motivo (tais como: não compartilhar de uma racionalidade específica ou não fazer parte de determinada classe social) não devem transpor as fronteiras que dão acesso a um campo onde parece ser possível expressar e renovar símbolos.

2.2.2. Ideologia da moda

Como visto, a definição para sistema da moda em que se baseia este estudo afirma que tal sistema é mantido por indivíduos que compartilham a mesma crença e juntos contribuem na produção e perpetuação da ideologia e da cultura da moda. Sendo assim, para que seja possível divisar a totalidade do sistema se faz necessário tratar um pouco mais detidamente sobre ideologia e cultura da moda.

Marilena Chauí (1980) explica que ideologia é o ocultamento da realidade social, por meio da qual, são validadas condições sociais de exploração e dominação, fazendo com que tais condições pareçam verdadeiras e justas. A ideologia obscurece a existência das contradições e dos antagonismos sociais. Coloca como origem ou causa aquilo que é efeito ou consequência. Faz com que ao invés de aparecer a dominação apareçam “ideias” como sendo verdades, o que leva a crer que estas ideias representam de fato a realidade, e mais, que tais ideias existem por si só, não tendo sido feitas por ninguém (CHAUÍ, 1980).

Esse obscurecimento de que fala Chauí, faz lembrar a analogia de Paulo Freire (1996) que compara o poder da ideologia à manhas orvalhadas de nevoeiro que ensombram as árvores na paisagem, dificultando a percepção do que há por trás da neblina: “Sabemos que há algo metido na penumbra mas não divisamos bem” (p. 123). Para Freire, mais problemática do que esta percepção imprecisa “[...] é a possibilidade que temos de docilmente aceitar que o que vemos e ouvimos é o que

na verdade é, e não a verdade distorcida” (p. 123). Ocorre que a ideologia tem caráter explicativo e prático:

[...] a ideologia é um conjunto lógico, sistemático e coerente de representações (idéias e valores) e de normas ou regras (de conduta) que indicam e prescrevem aos membros da sociedade o que devem pensar e como devem pensar, o que devem valorizar e como devem valorizar, o que devem sentir e como devem sentir, o que devem fazer e como devem fazer. Ela é, portanto, um corpo explicativo (representações) e prático (normas, regras, preceitos) de caráter prescritivo, normativo, regulador, cuja função é dar aos membros de uma sociedade dividida em classes uma explicação racional para as diferenças sociais, políticas e culturais (CHAUÍ, 1980. p. 43-44).

Chauí (1980) enfatiza que com isso não pretende dizer que os dominantes se reúnam para arquitetar uma ideologia que lhes garanta a manutenção do poder, mas sim que: “A ideologia resulta da prática social, nasce da atividade social dos homens no momento em que estes representam para si mesmos essa atividade” (p. 35). O que significa que uma situação social vivida, que é consequência da própria prática social, seja explicada (por meio de ideias, crenças, valores) de maneira a aparentar naturalidade. Como se sempre houvesse sido assim e não pudesse vir a ser diferente se diferentes fossem as práticas sociais.

Nesse sentido, cada sociedade, ou grupo dentro de uma sociedade, apresenta um conjunto de representações e normas, uma ideologia, que define seu modo de sentir, pensar e agir. O que faz com que a ideologia, além de encobrir a dominação, sirva aos dominantes em facilitar a previsão da resposta dos indivíduos à determinadas situações sociais e aos mais variados estímulos, tornando-os o mais inteligíveis possível.

Compreender a ideologia como um meio de tornar os indivíduos inteligíveis, remete a embreagem discursiva de que fala Landowski (1989) quando trata do ilogismo da crença em situações de comunicação. Enquanto em uma comunicação desembreada: “[...] o efeito de verdade do discurso resulta da produção de simulacros dos *objetos* do mundo referencial” (p. 153), ou seja, adere ao real. Na comunicação embreada o efeito de credulidade é alcançado pela construção de simulacros de caráter autoreferencial, subjetivo, que simulando a verdade do sujeito persuade o enunciatário a aderir ao discurso. A embreagem discursiva se manifesta

por um fazer-crer, um fazer persuasivo do enunciador, a exemplo das promessas eleitorais. Seu objetivo é: “[...] fazer o enunciatário aderir à *imagem* de si mesmo que lhe é proposta enquanto árbitro (‘real’ ou simulado) dos valores, isto é, enquanto *destinador construído*” (p. 157). Seus mecanismos comprometem: “[...] plenamente a competência semiótica dos sujeitos da comunicação e constituem a base de ilusões enunciativas” (p. 155) nas quais os sujeitos aderem aos simulacros que lhe são propostos e que: “[...] sob a roupagem de ‘promessas’, na realidade moldam o ‘desejo’ deles” (p. 157). Pode-se dizer que esse fazer-crer da embreagem discursiva, que possibilita ao enunciador construir seu destinador, só é possível porque os sujeitos já estão embuídos de uma mesma ideologia, por isso o enunciador sabe como operar os mecanismos de maneira a simular uma proximidade e uma identificação com o enunciatário gerando esse “engate” na comunicação.

De acordo com Kawamura (2005): “Enquanto a produção de roupas fabrica itens de vestuário, a produção de moda perpetua a crença na moda” (p. 50, tradução da pesquisadora). Kawamura menciona, ainda, a ideologia da moda e afirma que a moda é um mito:

A moda como um mito não tem substância científica e concreta. A função do mito é essencialmente cognitiva. [...] Ele incorpora experiências coletivas e representa a consciência coletiva, e é assim que o mito continua (KAWAMURA, 2005. p. 43, tradução da pesquisadora).

Em *Mitologias* Barthes (1957) explica que um mito é uma fala, esta fala é uma mensagem que opera a despolitização, portanto, um mito é uma fala despolitizada: “O mito não nega as coisas [...] a sua função é, pelo contrário, falar delas” (p.163). Esta fala purifica e inocenta, fundamenta em natureza e eternidade, oferecendo uma clareza de constatação e não de explicação. Constatação sem explicação faz com que algo, seja lá o que for, pareça normal, decorrente da natureza das coisas: “[...] a função do mito é transformar uma intenção histórica em natureza, uma contingência em eternidade” (p. 162-163), como o próprio processo da ideologia. O mito é o instrumento mais apropriado para a inversão ideológica que define a sociedade burguesa. Assim como ocorre com a ideologia, sua construção se dá pela eliminação da qualidade histórica das coisas, o mito faz com que as coisas percam a lembrança da forma como foram produzidas: “A função do mito é evacuar o real:

literalmente, o mito é um escoamento incessante, uma hemorragia, ou, se se prefere, uma evaporação [...] em suma, uma ausência sensível” (p. 163).

Do mesmo modo que cada grupo acolhe um tipo de ideologia, também acolhe certos mitos, mesmo porque, os mitos servem às ideologias, são parte de seu mecanismo. Como mostra Kawamura (2005): “Moda é sobre mudança e a ilusão de novidade. Aqueles que tomam parte na produção de moda ajudam a criar a ideologia da moda e determinar quais itens de vestuário podem ser definidos como moda ou ‘na moda” (p. 73, tradução da pesquisadora) e, como coloca Paulo Freire (1996): “O discurso ideológico nos ameaça de *anestesi*ar a mente, de confundir a curiosidade, de *distorcer* a percepção dos fatos, das coisas, dos acontecimentos” (p. 129). Sendo assim, perceber a moda como uma ideologia é compreender que sua influência: “[...] vai além do gosto individual e de nossas próprias percepções passadas de moda; molda nosso conceito do que é bonito” (KAWAMURA, 2005. p. 79, tradução da pesquisadora).

Portanto, a ideologia da moda oculta a sua produção por meio da crença na moda como fenômeno natural e espontâneo que surge na própria sociedade. Apaga, ou procura apagar, que a produção e difusão de moda decorre da atividade de um sistema institucionalizado. A moda não sendo então origem (uma moda nasce e então a instituição a acolhe e trabalha com ela), mas sim consequência, resultado de um processo que a desenvolve, produz e reproduz continuamente. Tal produção contínua: “[...] resulta em um contínuo apetite por mudança [...] o produtor oferece novidades sabendo que o consumidor provavelmente irá aceitá-las” (KAWAMURA, 2005. p. 95, tradução da pesquisadora). A ideologia da moda distorce o modo como o sistema seleciona estilos, valorizando uns e desprezando outros, os molda e os difunde e promove, ostensiva e opressivamente. Faz parecer que aquela moda surgiu naturalmente e apenas foi pressentida pelos profissionais da área que, com sua capacidade ímpar de ler o mundo, a perceberam antes dos demais. Além disso, oculta os diversos processos de conformação pelos quais passam seus profissionais capacitados até adquirirem cultura de moda.

2.2.3. Cultura da moda, aquisição e expressão

Chauí (1986) explica que, em sentido amplo, Cultura é o campo simbólico e material das atividades humanas. Já em sentido restrito, a cultura: “[...] articulada à divisão social do trabalho, tende a identificar-se com a posse de conhecimentos, habilidades e gostos específicos, com privilégios de classe, e leva a distinção entre cultos e incultos” (p. 14). Em sua análise, Chauí toma a Cultura Popular como expressão dos dominados e, a partir disto, busca as formas de aceitação, interiorização, reprodução e transformação, ou ao contrário, de recusa, negação e afastamento da cultura dominante (classificada como culta e de bom gosto) pela cultura popular.

De modo semelhante, para Certeau (1993) o termo cultura pode ser empregado de modos diversos à depender da abordagem tomada, podendo designar, entre outras coisas: “[...] os traços do homem ‘culto’, isto é, segundo o modelo elaborado nas sociedades estratificadas por uma categoria que introduziu suas normas onde ele impôs seu poder” (p. 193), e ainda: “[...] comportamentos, instituições, ideologias e mitos que compõem quadros de referência e cujo conjunto, coerente ou não, caracteriza uma sociedade como diferente das outras” (p. 194).

Nesse contexto, em que tem-se uma cultura do homem culto (com suas instituições, ideologias e mitos específicos) que é tomada não mais como uma cultura mas como a cultura e é imposta à toda a sociedade, desconsiderando assim quaisquer outras culturas ali existentes e tornando conseqüentemente aqueles que as expressem “incultos”, Paulo Freire (1968) problematiza a questão da invasão cultural que, em sua concepção, é dominação por si só, e ainda, estratégia de dominação. Visto que serve tanto à conquista quanto à manutenção da opressão. Segundo ele, a invasão cultural ocorre quando os invasores penetram no contexto social dos invadidos e impõe à eles sua visão de mundo por meio do convencimento dos invadidos de que são seres “inferiores”. Após serem convencidos de sua “inferioridade” estes acabam por reconhecer os invasores como seres “superiores” e assimilando seus valores, sua forma de vestir, falar e agir de um modo geral, tornam-se “seres para outro” acreditando que são “seres para si”.

Se Freire problematiza a imposição de uma visão de mundo dominante baseada no convencimento de uma “inferioridade”, Chauí, por sua vez, menciona a posse de conhecimentos, habilidades e gostos específicos, e Certeau cita comportamentos, instituições, ideologias e mitos, tem-se aí duas coisas: primeiro, a expressão dos conhecimentos, habilidades e gostos relacionados a uma determinada visão de mundo imposta como “superior”, expressão esta que se dá por meio de comportamentos específicos e da circulação de sua ideologia e mitos próprios; segundo, a existência de instituições nas quais se adquire tais conhecimentos, habilidades, gostos, etc., ou seja, a visão de mundo a ser expressada. Desta forma, uma cultura dominante pode ser imposta e adquirida por meio de instituições e expressa por meio de determinados comportamentos específicos.

No caso específico da moda enquanto instituição, como visto anteriormente, na concepção de Kawamura (2005) para fazer parte do sistema da moda, assumindo postos, exercendo funções, etc., o indivíduo precisa ser legitimado pelos demais envolvidos nas atividades de cooperação e, para tanto, é necessário demonstrar adesão à ideologia e à cultura da moda. Sendo assim para que um indivíduo possa expressar a cultura específica do campo com vistas à adentrar o sistema, ele antes precisa adquirir esta cultura de moda a ser expressada. Logo, a expressão de uma cultura de moda configura-se no campo como expressão de um saber específico adquirido, com todos os valores e práticas que ele contemple, e para a expressão da cultura de moda o julgamento estético tem grande valia.

Nesse sentido, Kawamura (2005) afirma que são os julgamentos estéticos dos participantes no sistema da moda que contribuem para produzir as reputações dos designers e de seus trabalhos e, uma vez que o valor de moda também surge do consenso dos atores no sistema, sua participação torna-se crucial. Portanto, no sistema da moda o julgamento estético é ferramenta extremamente útil a consagração e, segundo ela, os julgamentos estéticos que exercem maior influência são os daqueles participantes que controlam canais de acesso e distribuição: “As pessoas procuram por itens de moda porque as fazem acreditar que moda é melhor e mais estética do que fora-de-moda” (KAWAMURA, 2005. p. 80, tradução da pesquisadora). É evidente que tais participantes, incumbidos do dever de consentir em uma moda ou no talento de um dado profissional, embora mais influentes, como

todos os outros, também passam pelo julgamento dos demais personagens atuantes no sistema. Portanto, sua posição influente decorre do seu alto grau de adequação às exigências do sistema. Talvez por isso, mesmo profissionais de perfis antagônicos apontem como talentosos quase sempre os mesmos designers, como por exemplo, na situação levantada por Bergamo (2007), em que duas colunistas de moda de perfis opostos escrevem sobre o trabalho de um mesmo designer, cada uma a seu modo, de maneira que nenhuma está mais correta do que a outra. Ao observar tal situação, nota-se que, enquanto cada uma utiliza uma fala que imprime sua própria marca e, assim, assegura e reafirma a posição de quem é “legitimada a legitimar”, ambas atuam de maneira a reconhecer um mesmo profissional e o trabalho dele frente à públicos antagônicos. Validando e promovendo um mesmo estilo e, portanto, seu consumo para os públicos distintos dos canais de mídia para os quais cada uma trabalha.

Kawamura (2005) explica que a comunicação massificada de informações sobre novos estilos tende a homogeneizar e padronizar os gostos dos consumidores, já que o aumento da visibilidade de um novo estilo é a chave para o comportamento coletivo de moda. Essa padronização de gostos ocorre, primeiro porque quando um estilo dentre diversas outras alternativas competitivas é definido como moda a grande maioria dos fabricantes de vestuário desenvolvem seus produtos baseados nesse estilo, produzindo versões o mais aproximadas possível daquilo que foi definido como a nova moda. E, segundo, porque a mídia e, em particular, os editoriais de moda, conferem status e prestígio à novas modas, construindo sua conveniência social e encorajando os consumidores a aceitá-las.

Visto que o processo de produção da moda compreende a seleção de um estilo dentre muitos outros para ser definido como “na moda” e posteriormente ser fortemente difundido e promovido (seleção esta que é feita por profissionais aptos, ou seja, legitimados porque adequados às exigências do campo) o que pode implicar em uma homogeneização dos gostos. À despeito do caráter estritamente superficial com que a moda é comumente tratada, o sistema da moda se apresenta como um mecanismo de controle poderoso, sua ação exerce influência construtiva nos indivíduos, tanto naqueles que produzem a moda quanto em quem a consome, e como alerta Souza (1987) “[...] a moda tanto pode refletir as transformações

sociais como opor-se a elas através de inúmeros subterfúgios, todas as vezes que há perigo de uma aproximação excessiva entre as classes e os sexos” (p. 129).

Se autores como Thorstein Veblen (1899) e Gilda de Mello e Souza (1987) abordaram o vestuário como sendo um meio de expressão da distinção de classe. Este estudo problematiza o sistema da moda também como uma ferramenta que serve aos dominantes, porém, não no sentido de distinção pela aparência, mas sim no sentido de que a moda como sistema institucionalizado determina quem pode acessar seus espaços de produção simbólica. A distinção social, neste caso, está nos acessos (que são concedidos ou negados levando em conta o grau de adequação dos indivíduos) à um território de criação e renovação de símbolos, o que faz com que os símbolos produzidos, renovados e difundidos sejam sempre os das classes dominantes: “O opressor conserva o mundo, a sua fala é plenária, intransitiva, gestual, teatral: é o Mito [...] a linguagem do oprimido tem como objetivo a transformação, a linguagem do opressor, a eternização” (FREIRE, 1996. p. 169).

2.3. Características das subculturas a se considerar

Para Hebdige (1979), as subculturas são uma espécie de disputa e o estilo a área na qual esse confronto de definições opostas acontece de forma mais dramática, o confronto seria o processo pelo qual os objetos são moldados para significar de maneiras distintas. Segundo ele, tal processo começa com um desvio da ordem natural do uso de determinado objeto, como por exemplo, um alfinete, e termina na construção de todo um estilo que assume uma dimensão simbólica, tornando-se, nas palavras do autor “uma forma de estigma, uma ficha de exílio auto-imposta” (p. 2, tradução da pesquisadora) um gesto de desafio ou desprezo que sinaliza uma recusa, não vazia, mas com sentido e valor.

Hebdige (1979) recorre ao conceito de bricolagem de Lévi-Strauss (1908) para ilustrar a forma como indivíduos pertencentes à subculturas se apropriam de uma gama de objetos, colocando-os em um conjunto simbólico novo, de modo a apagar ou subverter seus significados originais. Utilizando-se do mesmo conceito de bricolagem, Clarke (1976) afirma que a existência de uma subcultura pode ser confirmada pela forma como determinado grupo se apropria de maneira seletiva de

objetos simbólicos e como as relações e práticas se fixam em correspondência à forma como esses fragmentos são organizados em um novo conjunto estilístico.

Para Crane (2006), os jovens apropriam-se de estilos já existentes, combinando-os de novas maneiras, misturando objetos e vestuário para definir: “[...] uma identidade que evidencie suas experiências pessoais e a situação de um grupo em particular” (p. 370).

Segundo Bollon (1993): “Sempre existiram indivíduos – nem sempre jovens e ainda menos necessariamente ‘marginais’ – que se expressassem e se afirmassem através de um estilo” (p. 11), declarando assim um modo de vida, uma atitude de ruptura com as normas vigentes, pessoas que por meio de sua aparência pretendem:

[...] contestar um estado de coisas, uma escala de valores, uma hierarquia de gostos, uma moral dos hábitos, comportamentos, uma visão de mundo ou um projeto, tais como são refletidos pelo traje dominante, pelo estilo obrigatório ou pela referência estética comum da sociedade em que vivem (p. 11).

Segundo o autor, essa afirmação e expressão por meio do estilo pode ocorrer pelo uso de:

[...] uma roupa antiga que eles ressuscitam, ou ao contrário, um novo traje que eles inventam; uma cor, uma forma ou uma linha “esquisita” porque não usada [...] um acessório habitual ou uma roupa comum com sua função distorcida, reinventados por um “vestir”, por um modo especial, personalizado, de exibi-los, de encená-los (BOLLON, 1993, p. 11-12).

2.4. Partilha do território da criação e as táticas como redefinição

Para pensar o território de criação é fundamental recorrer ao conceito de partilha do sensível, de Jacques Rancière (2009). Partilha do sensível é um sistema de evidências sensíveis que revela um comum partilhado e também a divisão das partes de um comum. Essa partilha define lugares para uns e outros, a visibilidade de uns e a invisibilidade de outros, controlando assim, o que é dito sobre aquilo que é visto. “Essa repartição das partes e dos lugares se funda numa partilha de espaços, tempos e tipos de atividade que determina propriamente a maneira como

um *comum* se presta à participação e como uns e outros tomam parte nessa partilha” (RANCIÈRE, 2009, p. 15).

Essa estética [...] como o sistema das formas *a priori* determinando o que se dá a sentir. É um recorte dos tempos e dos espaços, do visível e do invisível, da palavra e do ruído que define ao mesmo tempo o lugar e o que está em jogo na política como forma de experiência. A política ocupa-se do que se vê e do se pode dizer sobre o que é visto, de quem tem competência para ver e qualidade para dizer, das propriedades do espaço e dos possíveis do tempo (RANCIÈRE, 2009, p. 16-17).

Para Rancière (2009), a desigual partilha do sensível determina que a parte que um indivíduo toma no comum dependa do tipo de função que ele exerce. Se uma pessoa tem uma ocupação que não permite a ela ter espaço e tempo para realizar determinadas atividades, acessar ambientes e fazer-se vista e ouvida no sentido político, então ela não é dotada de uma palavra comum. Essa condição dá ao indivíduo um lugar de invisibilidade de onde, à princípio, não seria possível participar na construção do sensível. Porém, por meio do que o autor denomina por “práticas estéticas” ou “maneiras de fazer”, os indivíduos podem dar origem a uma nova partilha do sensível. Por isso, Rancière afirma que o comum é sempre uma: “distribuição polêmica das maneiras de ser e das ‘ocupações’ num espaço de possíveis” (p. 63). Nesse sentido cabe lembrar o exposto por Paulo Freire:

Em regime de dominação de consciências, em que os que mais trabalham menos podem dizer a sua palavra e em que multidões imensas nem sequer tem condições puramente de trabalhar, os dominadores mantêm o monopólio da palavra, com que mistificam, massificam e dominam. Nessa situação, os dominados, para dizerem a sua palavra, têm que lutar para tomá-la. Aprender a tomá-la dos que a detêm e a recusam aos demais (FREIRE, 1968. p. 5).

Em *A invenção do cotidiano: artes de fazer*, Michel de Certeau (1998) investiga a contrapartida da microfísica do poder de Foucault, ou seja, os procedimentos também sutis e cotidianos que, por sua vez, jogam com os mecanismos da disciplina. As “maneiras de fazer” por meio das quais os indivíduos se reapropriam do espaço organizado pelas técnicas de controle, para formar uma rede antidisciplinar. A estas “maneiras de fazer” que se opõem as estratégias do poder, Certeau dá o nome de táticas: “formas sub-reptícias que são assumidas pela criatividade dispersa, tática e bricoladora dos grupos ou dos indivíduos presos agora nas redes da ‘vigilância’” (CERTEAU, 1998, p. 41).

Enquanto a prática do tipo estratégica possui um lugar próprio de onde pode gerenciar suas relações com a exterioridade distinta, a tática só tem por lugar o do outro e não pode contar com uma fronteira que distingue o outro como totalidade visível. As estratégias “[...] escondem sob cálculos objetivos a sua relação com o poder que os sustenta, guardado pelo próprio ou pela instituição” (CERTEAU, 1998, p. 47). As táticas, por sua vez, são vitórias pontuais daqueles que possuem um não-lugar em um território que não os pertence mas do qual não podem escapar totalmente. São: “[...] pequenos sucessos, artes de dar golpes, astúcias de ‘caçadores’, mobilidades da mão-de-obra, simulações polimorfas, achados que provocam euforia, tanto poéticos quanto bélicos” (CERTEAU, 1998, p.47).

Nesta concepção, aquilo que é imposto pela ordem dominante serve como suporte para uma outra produção, de caráter antidisciplinar. Com o emprego de táticas, os sujeitos, a partir de objetos, informações, espaços e símbolos, constroem o seu próprio território, ainda que itinerante, no espaço do outro. Esse espaço sensível se constrói mais ou menos como a voluta de que trata Landowski (2015) em *Regimes de espaço*. Forma autossuficiente enrolada sobre si mesma e que se destaca do resto, emancipado-se do vínculo que as coisas possuem umas com as outras. Pela ruptura com a continuidade em uma ação de disjunção, a voluta cria um espaço novo e não-contínuo, um micro-espaço local: “[...] mais notável que o ambiente que lhe serve de fundo – uma ilha de sentido autônomo [...] ela quebra a monotonia do tecido e introduz uma zona crítica carregada de um excedente de valor” (p. 21).

2.5. A construção da autonomia

Para Paulo Freire (1996) a liberdade deve ir construindo a sua autonomia consigo mesma e em si mesma, “[...] com materiais que, embora vindos de fora de si, reelaborados por ela” (p. 91). A autonomia é uma construção do ser para si, ela vai se construindo aos poucos pelo próprio indivíduo, é algo que não se transmite ou concede a alguém. E por não ser uma concessão: “É com ela [...] penosamente construindo-se, que a liberdade vai preenchendo o ‘espaço’ antes ‘habitado’ por sua dependência” (p. 91). Esse processo de vir a ser, do ser para si, não ocorre de repente mas se dá pouco a pouco, em cada experiência e em cada decisão que vai

sendo tomada pelo indivíduo, por isso, “Ninguém é autônomo primeiro para depois decidir” (p. 105).

Se, como afirma Freire (1996), a leitura do mundo revela a inteligência do mundo que se constrói cultural e socialmente, mas além disso, revela também, o trabalho individual de cada sujeito em seu processo de assimilação dessa inteligência do mundo. Conforme o sujeito vá construindo sua autonomia, mais ele se torna consciente de que o modo como lê o mundo e o toma para si em seus usos e distorções pode, sim, traçar espaços de fuga. E quanto mais espaços de fuga forem abertos na inteligência do mundo maiores eles podem vir a ser, na medida em que passam a ser acessados por outros indivíduos que, tanto podem dilatar ou prolongar os espaços agora existentes, quanto anexar a eles outros espaços de fuga. Portanto, embora a construção da autonomia seja um processo do ser para si, esse processo de vir a ser deixa rastros para a construção da autonomia do outro.

3. Método de pesquisa

3.1. Considerações gerais sobre o método de pesquisa

Esta pesquisa foi constituída por uma investigação de natureza qualitativa, na modalidade descritivo-observacional e sub modalidade estudo de casos múltiplos, sobre práticas autônomas propostas por projetos de moda não institucionalizada, em que buscou-se, por meio do estudo de processos, percursos e motivações, acessar aspectos relevantes em termos criativos, estéticos e políticos das práticas propostas, aplicadas e difundidas pelos idealizadores dos projetos estudados.

Por práticas autônomas compreendeu-se práticas que, por oposição àquelas instituídas, executadas e perpetuadas pelo campo da moda, expressassem autonomia por apresentarem-se como modos de atuação acerca da produção de vestuário e estilo que tanto conduzissem quanto culminassem em resultados não apenas materiais, mas também simbólicos, diversos daqueles produzidos e ocasionados por meio de práticas institucionalizadas pelo campo.

A pesquisa foi empreendida junto à três projetos de moda não institucionalizada, a saber: *Coletivo Estileras*, *Re-Roupa* e *VP Upcycling*. No entanto, ao invés de optar pela divisão dos subproblemas da pesquisa com base em cada estudo de caso, ou seja, para cada projeto estudado um subproblema, optou-se por analisar as práticas dos projetos em conjunto, organizando a divisão dos subproblemas da pesquisa por seus enfoques: aspectos criativos, aspectos estéticos e aspectos políticos.

A escolha dos projetos para o estudo de caso se deu pela própria vivência e proximidade da pesquisadora com a temática da moda não institucionalizada. Visto que devido a este seu interesse de pesquisa já acompanhava o trabalho de projetos de moda não institucionalizada antes mesmo de seu ingresso no mestrado. Sendo assim, a pesquisa inicial para seleção dos projetos para o estudo de caso teve como corpus a mídia social *Instagram*. Na qual a pesquisadora buscou entre os perfis de sua própria rede de contatos aquelas iniciativas que apresentassem relevância ao estudo, respeitando-se o recorte espacial estado de São Paulo. Recorte este definido por questões meramente práticas relativas à coleta de dados. Nesse momento, o critério de seleção aplicado foi o da busca por enunciados imagéticos ou

textuais nos quais fossem questionados, direta ou indiretamente, o campo da moda, a moda em si ou suas práticas institucionalizadas.

Já que as fontes para obtenção dos dados foram os próprios projetos, atividades, métodos ou práticas selecionados, seus idealizadores e o vestuário desenvolvido por estes e pelos demais participantes em suas atividades, após a seleção dos projetos a serem estudados em profundidade, a investigação empreendida se deu principalmente no experienciar as práticas e métodos propostos por seus proponentes. Sendo assim, na etapa de coleta de dados empregou-se o método de observação participante: “[...] estratégia de campo que combina, simultaneamente, a análise de documentos, a entrevista de respondentes e informantes, a participação e a observação direta e introspecção” (Dezin apud Flick, 2009, p. 207), método de observação na qual o pesquisador mergulha no campo e a observação se dá a partir de uma perspectiva de membro. Neste ponto a pesquisadora acompanhou processos em ateliê e participou de cursos. Além de realizar entrevistas semi estruturadas em profundidade com os idealizadores dos projetos

Com o objetivo de construir arcabouço teórico e, também, contextualizar potenciais leitores, empreendeu-se uma revisão bibliográfica sobre aspectos que se aproximam da temática proposta. Nesta etapa de fundamentação teórica foram essenciais conceitos de autores como: Michel Foucault, Yuniya Kawamura, Alexandre Bergamo, Marilena Chauí, Paulo Freire, Michel de Certeau e Jacques Rancière. Em diálogo com alguns outros referenciais teóricos que foram sendo incluídos.

À seguir são apresentados o problema fundamental ou questão fundamental norteadora da pesquisa e cada um dos três subproblemas da pesquisa dele extraídos, de modo que possam ser estudados separadamente.

3.2. Problema fundamental

Que aspectos relevantes em termos criativos, estéticos e políticos podem ser identificados por uma investigação qualitativa (na modalidade estudo de casos múltiplos) sobre práticas propostas, aplicadas e difundidas por projetos de moda que configurem-se como práticas autônomas em relação àquelas instituídas pelo campo da moda?

3.2.1. Subproblemas (extraídos do problema fundamental)

3.2.1.1. Subproblema 1 (aspectos criativos)

Que aspectos relevantes em termos criativos podem ser identificados por uma investigação qualitativa (na modalidade estudo de casos múltiplos) sobre práticas propostas, aplicadas e difundidas por projetos de moda que configurem-se como práticas autônomas em relação àquelas instituídas pelo campo da moda?

3.2.1.2. Subproblema 2 (aspectos estéticos)

Que aspectos relevantes em termos estéticos podem ser identificados por uma investigação qualitativa (na modalidade estudo de casos múltiplos) sobre práticas propostas, aplicadas e difundidas por projetos de moda que configurem-se como práticas autônomas em relação àquelas instituídas pelo campo da moda?

3.2.1.3. Subproblema 3 (aspectos políticos)

Que aspectos relevantes em termos políticos podem ser identificados por uma investigação qualitativa (na modalidade estudo de casos múltiplos) sobre práticas propostas, aplicadas e difundidas por projetos de moda que configurem-se como práticas autônomas em relação àquelas instituídas pelo campo da moda?

3.3. Aspectos metodológicos

3.3.1. Fontes para obtenção de dados

As fontes para obtenção dos dados necessários a esta pesquisa foram:

Na primeira etapa, aquela de seleção dos projetos para o estudo de casos, a internet como um todo mas, em especial, as mídias sociais, com maior recorrência de uso do *Instagram*.

Após a seleção dos projetos a serem estudados, as fontes para obtenção dos dados foram as pessoas idealizadoras dos projetos, o vestuário produzido por elas ou por pessoas que houvessem aplicado seus métodos e os próprios métodos aplicados no desenvolvimento dessas produções.

Houve ainda um terceiro momento da pesquisa em que recorreu-se novamente a internet para coleta de dados complementares, em que as principais fontes foram sites e mídias sociais, em especial o *Youtube*.

3.3.2. Técnicas empregadas na obtenção dos dados

As técnicas utilizadas para coleta de dados foram:

Na etapa inicial, com vistas a seleção dos projetos para o estudo de caso, a busca por enunciados imagéticos ou textuais que apresentassem relevância ao estudo.

Na etapa seguinte à seleção dos projetos para o estudo de caso, foram realizadas entrevistas semiestruturadas em profundidade com cada um dos idealizadores dos três projetos, a saber: Brendy Xavier, Ricardo Boni, Gabriela Mazepa e Vicenta Perrotta. Foi realizado, ainda, um experimento com o *Coletivo Estileras*. As etapas foram todas registradas, mediante consentimento, com apoio de gravações em áudio, gravações em vídeo e fotografias.

Aplicou-se também as técnicas de observação direta e participante, na qual a pesquisadora integrou o grupo de alunos em oficinas ministradas por Gabriela Mazepa e Vicenta Perrota (proponentes, respectivamente, dos projetos *Re-Roupa* e *Vp Upcycling*), onde teve a oportunidade de, por meio da participação nas atividades propostas pelas idealizadoras dos projetos estudados, conhecer os métodos propostos por elas e aplicados tanto nas oficinas de difusão de suas práticas quanto em suas próprias produções. A técnica de observação foi utilizada, ainda, em visita ao espaço de trabalho do *Coletivo Estileras*. A pesquisadora assitiu também ao desfile da *VP Upcycling* no evento 45^o edição da Casa de Criadores ocorrido em Julho de 2019.

3.3.3. Técnicas empregadas no tratamento dos dados

Após o acompanhamento de cada um dos três projetos, que se deu em separado e em momentos distintos da pesquisa, foram realizados os seguintes procedimentos: Registro das observações realizadas em campo para facilitar a recuperação das informações (visto que pelo método de observação participante nem sempre é possível registrar a observação no local), transcrição das entrevistas realizadas com

os proponentes dos projetos pesquisados, triagem, separação dos dados brutos coletados, separação por pertinência, classificação e indexação.

Como técnica de tratamento de dados utilizou-se a análise associativa de dados secundada por análise do discurso, por meio da qual foram identificados, indutivamente, padrões abstratos de associação que geraram categorias conceituais para cada subproblema, que abrigam fragmentos de entrevistas e fotografias e, ainda, alguns relatos da pesquisadora. Os resultados apresentados nas categorias conceituais iluminam aspectos relevantes com relação ao processo criativo ou método utilizado pelos proponentes dos projetos (aspecto necessário a resposta do subproblema 1), aos percursos estéticos traçados pelos proponentes (necessários a resposta do subproblema 2) e às suas motivações e atuação política (aspectos necessários a resposta do subproblema 3).

A seguir é apresentado o Quadro sinótico da estrutura metodológica da pesquisa.

3.4. Quadro sinótico da estrutura metodológica da pesquisa	
Objeto de estudo	Práticas autônomas propostas por projetos de moda não institucionalizada
Natureza da pesquisa e modalidade do estudo	Pesquisa qualitativa na modalidade descritivo-observacional e sub modalidade estudo de casos múltiplos

4. Resultados, apresentação e discussão

4.1. Apresentação dos projetos selecionados

4.1.1. Coletivo Estileras

A moda quem faz são vocês!

Somos um deboche de carne, osso e tecido

Corpas, mídias & tecido

(textos extraídos do perfil do *Coletivo Estileras* na mídia social
Instagram)

O *Coletivo Estileras*, criado em 2016 por Ricardo Boni e Brendy Xavier, atua por meio da subversão de normas indumentárias e da alteração estrutural e de função de roupas, acessórios e outros objetos. Em suas composições visuais as estileras utilizam como suporte, na maioria das vezes, o próprio corpo. Vestem e combinam roupas e acessórios de maneira não usual ou “fora do lugar”. Pode ser uma camiseta que é utilizada em lugar de saia ou a construção de um *Calçado de Monstro*, feito pela junção de vários outros calçados e fragmentos destes. Em sua prática, nota-se o desvio da ordem “natural” do uso dos objetos, bricolagem e atitude de ruptura com as normas vigentes. Muito semelhante ao que ocorre nas subculturas. Porém, o *Coletivo Estileras* parece contestar diretamente a lógica de funcionamento e as regras de legitimação do campo da moda enquanto sistema institucionalizado. Tal contestação é muitas vezes expressa pelo coletivo por meio de pastiche que, como intertextualidade, ou seja, presença efetiva de um texto em outro, se dá pela imitação de estilo e sobreposição de signos¹. Sendo que as estileras parecem utilizar o pastiche como uma maneira de utilizar a “força” de reconhecimento e visibilidade de um texto ou imagem para então, sobre esta plataforma já consagrada, criar um novo sentido.

¹ No pastiche se subverte o sentido de um texto ou imagem o unindo a outras referências, essa ação dá origem a um novo discurso que produz um terceiro sentido. Embora o pastiche remeta claramente a algo anterior, que necessariamente precisa ser facilmente reconhecível, não tem intenção de confirmar o sentido original daquilo a que remete.

Figura 1 - Produção do *Coletivo Estileras*.

Fonte: *Coletivo Estileras*.

Figura 2 - Ricardo Boni e Brendy Xavier, idealizadores do *Coletivo Estileras*.

Fonte: *Coletivo Estileras*.

Além de sua habitual atuação na internet, com publicações de enunciados imagéticos e textuais contestadores ou propositivos na mídia social *Instagram* e a realização de videoperformances transmitidas ao vivo na mídia social *Youtube*, o *Coletivo Estileras* realizou também diversas performances. Sendo duas delas em shows das cantoras *Mc Dellacroix* e *Laysa* (2019), e uma terceira para um documentário denominado *Image Makers* (2018). Tendo performado, ainda, em eventos como *SP-Arte* (2018), 44ª Casa de Criadores (2018), com o desfile performance *Clube Estileras de Moda Experimental* ocorrido no intervalo do evento. E, posteriormente, também nas edições 45 e 46 do mesmo evento (2019), onde foram realizadas, respectivamente, a performance colaborativa duracional denominada *Estilera Fudidamente Inserta: Manuais Estileras* e a performance colaborativa interativa denominada *Estilera Fudidamente Inserta: A Continuação*. Ambas realizadas em colaboração com outros dois coletivos, a saber: *Inserto* e *FudidaSilk*. Além da produção de figurino para o videoclipe *Coytada* da cantora *Linn da Quebrada* (2018) e de editoriais para as revistas *Vtrends* da Vicunha têxtil, *Coeval Magazine* e *Dazed Magazine* (2018).

Figura 3 - Desfile do *Coletivo Estileras* na 45ª edição da *Casa de Criadores*.

Fonte: Casa de Criadores.

4.1.2. Re-Roupa

O Re-Roupa é um laboratório de produção de roupas e ideias que preza pelo ambiente criativo e pela criação de cultura com a finalidade de intervir na lógica do sistema produtivo da moda. Partindo do princípio de que moda e roupa são muito mais do que a camada de superfície que recobre um corpo – são produção de subjetividade e indicativo do contemporâneo – o Re-Roupa promove a investigação e disseminação de novos modos de existir (Texto extraído da página web do *Re-Roupa*).

O projeto *Re-Roupa*, idealizado e mantido por Gabriela Mazepa há cerca de dez anos, atua no desenvolvimento de “roupas feitas de roupas” e na disseminação não apenas de um método de “fazer roupas de roupas” específico, elaborado e aperfeiçoado por Gabriela ao longo dos anos, mas também das discussões e reflexões acerca da produção de moda que esse método abarca. Intimamente relacionado à produção coletiva, apenas nos últimos cinco anos o método *Re-Roupa* foi compartilhado por todo o Brasil em ao menos cem oficinas. Entre as atividades do *Re-Roupa* incluem-se ainda aquelas mais relacionadas ao formato marca de moda, como a manutenção de uma loja onde peças produzidas pela equipe do projeto são comercializadas. E, além da produção de coleções em parceria com marcas como *Farm*, *Duas* e *Fábula*, e o trabalho realizado com a *Rede Asta*, uma plataforma de formação e aperfeiçoamento de artesãos. Em 2019 *Re-Roupa* participou da 45ª edição da *Casa de Criadores*.

Figura 4 - Gabriela Mazepa, idealizadora do *Re-Roupa*.

Fonte: *Re-Roupa*.

Entre as oficinas realizadas pelo *Re-Roupa* está a oficina *Reinventando Roupas*, na qual a pesquisadora participou com vistas a coleta de dados. A oficina teve início em 08 de Agosto de 2018 e término em 24 de Outubro de 2018, tendo sido ministrada por Gabriela Mazepa, em encontros semanais realizados no *Sesc Santana* em São Paulo. A proposta da oficina era o desenvolvimento de uma coleção de vestuário tendo como matéria prima roupas em desuso. Ao final da oficina foi realizado um editorial fotográfico com as roupas produzidas pelos participantes durante os encontros. A confecção das peças da coleção teve caráter coletivo, onde cada participante realizava atividades de acordo com sua habilidade, seja ela costura, bordado ou outra. Desta forma, as roupas não eram produzidas individualmente por cada participante, mas sim, um pouco por cada um. Para o desenvolvimento da coleção trabalhou-se com uma temática que foi definida também em grupo, a saber: amamentação. A matéria prima disponibilizada não era abundante, tratava-se de cerca de vinte peças de vestuário, distribuídas entre blusas, camisas, saias e calças. Fator que, intencionalmente ou não, parece ter contribuído para que houvesse desdobramentos criativos capazes de dar origem a oito peças de vestuário que formaram quatro composições.

Figura 5 - Roupas confeccionadas por participantes durante a oficina *Reinventando Roupas*.

Fonte: *Re-Roupa*.

Figura 6 - Roupas confeccionadas por participantes durante a oficina *Reinventando Roupas*.

Fonte: *Re-Roupa*.

4.1.3. VP Upcycling

Transmutando lixo em estética de vida!

(Texto extraído da página do perfil da *VP Upcycling* na mídia social *Instagram*).

A *Vp Upcycling*, idealizada por Vicenta Perrotta, é uma marca de moda que desde 2009 se propõe a produzir roupas sem gênero e sem numeração, feitas por meio da técnica de supraciclagem² à partir de peças descartadas. A matéria prima é coletada principalmente em um ponto de descarte, doação ou troca de roupas usadas localizado na moradia da Universidade Estadual de Campinas, onde fica o ateliê. O processo de confecção das roupas não compreende o emprego de modelagem ou o uso de tabela de medidas. O produto final deste processo são roupas passíveis de serem vestidas por diversos corpos e muitas vezes também de modos diversos e

² Tradução para a língua portuguesa do termo *upcycle* (comumente tido como sem tradução equivalente) apresentada na edição brasileira do livro *"Cradle-to-Cradle"* de Michael Braungart e William McDonough traduzido por Frederico Bonaldo.

que apresentam propositalmente um acabamento visível que torna identificáveis as roupas que serviram como matéria prima.

Para além dos procedimentos técnicos, o trabalho realizado no contexto da *Vp Upcycling* está intimamente relacionado à discussões acerca das questões de gênero, descolonização, corpos e consumo. Pautadas sempre pela ótica de pessoas transvestigeneres. Não apenas porque a própria idealizadora da marca identifica-se como travesti não-binária, mas também porque atualmente é impossível desvincular a *VP Upcycling* do *Ateliê TRANSmoras*, um espaço cultural localizado em uma ocupação na Universidade Estadual de Campinas. Espaço este também idealizado e mantido por Vicenta Perrotta e que é, acima de tudo, um ambiente de acolhida à pessoas transvestigeneres.

É nesse contexto que as peças da marca são produzidas. Entre as atividades desenvolvidas está ainda a difusão do método, práticas e discussões por meio de cursos e oficinas ministradas dentro e fora do espaço do ateliê. Sendo assim, embora possa-se denominar a *VP Upcycling* por marca de moda, esta ultrapassa as fronteiras daquilo que para o campo da moda se compreende como marca. Sendo declaradamente um meio de atuação política com vistas à conquista de espaços de visibilidade e possibilidades de existência plena fora dos padrões de corpos, vida e consumo.

Além de participações em feiras como a *Mundo Mix* e festas como a *Calefação Tropicaos*. A *Vp Upcycling* participou de eventos como *Brasil Eco Fashion Week*, em 2017, e *Casa de Criadores*, em 2018 e 2019. Neste último com os desfiles performance *Travesti no Poder*, *Transcladestina 3020* e *Brasil: O País Campeão Mundial de Travestis*.

Figura 7 - Desfile performance *Transclandestina 3020* da *VP Upcycling* na 45ª edição da *Casa de Criadores*.

Fonte: *Casa de Criadores*.

Figura 8 - Vicenta Perrotta, idealizadora da *VP Upcycling*.

Fonte: *VP Upcycling*.

A oficina *Ressignifique!*, na qual a pesquisadora participou com vistas a coleta de dados, foi ministrada por Vicenta Perrota e ocorreu nos dias 19, 20, 21 e 22 de Março de 2019, no *Sesc Bom Retiro*, tendo sido antecedida por uma roda de conversa que ocorreu no dia 15 de Março, a saber: *Moda, corpos e a ressignificação do consumo*. O objetivo da oficina era ensinar técnicas de costura, *upcycle*, montagem e desfile, tendo como matéria prima roupas descartadas ou em desuso apresentadas pelos próprios participantes ou fornecidas pela proponente e, também, retalhos de tecidos disponibilizados pela proponente e pelo espaço que abrigou a oficina. Cada participante confeccionou uma ou mais peças de vestuário e ao final da oficina participou em um desfile onde vestiu suas próprias roupas.

Figura 9 - Participantes da oficina *Ressignifique!* aguardando para desfilarem.

Fonte: Rafa Kennedy (*Ateliê TRANSMoras*).

4.2. Introdução aos resultados

Os subproblemas 1, 2 e 3, extraídos do problema fundamental da pesquisa, se constituem pela sistematização e análise de dados coletados junto aos projetos, já

apresentados no subcapítulo precedente, que propõem e aplicam práticas autônomas em termos criativos, estéticos e políticos com relação àquelas instituídas pelo campo da moda. Conforme descrito no capítulo 3 deste trabalho, denominado *Método de pesquisa*. Buscou-se identificar indutivamente padrões abstratos de associação nos dados coletados por intermédio de entrevistas semiestruturadas, experimentos e observações direta e participante, com apoio de registros fotográficos e audiovisuais. Essa identificação indutiva de padrões abstratos se deu por meio de análise associativa de dados secundada por análise do discurso. Os padrões abstratos de associação identificados deram origem às categorias conceituais apresentadas a seguir, que contém fragmentos de entrevistas, fotografias e anotações, e que complementados por algumas considerações buscam iluminar aspectos relevantes ao problema da pesquisa. Conforme já mencionado no capítulo 3. *Método de pesquisa* deste trabalho, por expressarem mais de um aspecto pertinente ou apresentarem relevância para mais de um subproblema, um mesmo fragmento pode eventualmente ser apresentado em categorias distintas, se repetindo, mas sempre exprimindo novas informações.

4.2.1. Resultados correspondentes ao subproblema 1 (aspectos criativos)

4.2.1.1. Análise dos dados por categorias conceituais

4.2.1.1.1. Reuso, desconstrução e reconstrução

O reuso se apresenta como o mais evidente aspecto comum a todos os projetos analisados neste estudo. Tal prática foi mencionada por cada um dos proponentes durante as entrevistas, conforme os fragmentos: "[...] *todas as peças que eu tenho em casa, que eu compro em brechó*" (Brendy Xavier, Coletivo Estileras) e "*como a gente vai no brechó [...] eu garimpo pra mim, garimpo pro trabalho e vai assim*" (Ricardo Boni, Coletivo Estileras), em que os entrevistados identificam os brechós como os locais preferenciais para compra de roupas. E, também, nos trechos: "[...] *tinha inconsciente na nossa prática a questão da reciclagem do lixo, do reaproveitamento*" (Gabriela Mazepa, Re-Roupa) e "[...] *eu só uso roupa que eu acho no lixo, né? Todo material que tá aqui*" (Vicenta Perrotta, Vp Upcycling), que sinalizam materiais descartados como tendo potencial para reaproveitamento.

Observe-se que no contexto dos projetos pesquisados, roupas e acessórios em desuso ou descartados são, declaradamente, tomados não como um produto acabado, completo e pronto para uso, mas sim como matéria prima para uma outra produção. Como visto nos enunciados: *"Roupa feita de Roupa"* (localizado em página web do projeto *Re-Roupa*) e *"Somos uma 'marca' de roupas que olha para o que já está em circulação"* (encontrado em página web do *Coletivo Estileras*), ou, ainda *"Arte em reciclagem. Upcyqueer³"* (visto no perfil de Vicenta Perrotta na mídia social *Instagram*). E, especialmente, no fragmento de entrevista a seguir:

Eu acho que já tem muita coisa que já tá dada, a gente não precisa ficar buscando essa, esse comportamento de consumo, né. Que o capitalismo impõe e que o empreendedorismo também coloca a gente nessa questão de comprar matéria prima, saca? Eu acho que fazer roupa, a matéria [...] já tá demais no mundo. Então, pra mim é só pegar de novo e fazer (Vicenta Perrotta, VP Upcycling).

Chama atenção o fato de que o ato de reaproveitar aqui não se limita ao simples reuso de roupas, compradas em brechós ou coletadas em pontos de descarte, tal qual se encontravam (em que se preservaria seu estado formal, estético e funcional). Trata-se de "pegar e fazer de novo", ou seja, contém em si, necessariamente, um fazer. Uma construção que antecede o uso. Essa construção, por sua vez, envolve um processo de desconstrução:

Geralmente eu olho no guarda-roupas quando eu vou me vestir [...] Aí as vezes eu não quero a peça inteira, acabo cortando, assim, eu quero um shorts daí não tem um shorts, então vou cortando, ou tipo, eu quero um cropped amarelo, mas eu não tenho, então eu vou fazer a calça de cropped. Tipo que nem hoje [...] eu estava com algumas peças lá, aí eu não queria vir de calça, não tinha nenhum shorts pra eu usar, aí eu falei: então eu vou colocar a camiseta de saia (Brendy Xavier, Coletivo Estileras).

O processo de desconstrução e reconstrução descrito acima envolve cortar, atividade em que se exclui a parte indesejada da roupa, e também inverter, prática que, por sua vez, altera a função da peça de vestuário: uma calça se transforma em blusa ou uma camiseta é convertida em saia (figura 10). Essa combinação sugere

³ *upcyqueer* é uma aglutinação das palavras *upcycle* e *queer*. *Upcycle* é o processo de dar nova e melhor utilidade a materiais que estão no fim de sua vida útil sem que estes precisem passar pelo processo de reciclagem. Conforme mencionado anteriormente, embora a palavra seja comumente tida como intraduzível para o português, foi traduzida por Frederico Bonaldo para supraciclagem no livro "Cradle-to-Cradle" de Michael Braungart e William McDonough. *Queer* é um termo "guarda-chuva" proveniente do inglês utilizado para designar pessoas que não seguem o modelo de binarismo de gênero. No Brasil o termo transvestigenero se aplicaria à mesma função.

não apenas adaptação de acordo com a necessidade mas, também, o desejo de inversão ou eliminação dos marcadores sociais expressos pela roupa, que pode ter por objetivo tanto causar um ruído na leitura da roupa, dificultando ou inviabilizando a leitura desses marcadores, quanto em um ato de apropriação simbólica da roupa construir efetivamente uma nova fala por meio dela, que pode até mesmo expressar uma crítica a fala anterior.

Figura 10 - Brendy sobre as roupas que servirão como matéria prima para as produções das estileras, vestindo uma camiseta que desempenha função de saia e um capuz sob o boné.

Fonte: Acervo da autora.

Este outro processo de desconstrução: *"Pego todas aquelas peças que são peças de punho, separo, guardo os punhos [...]* Geralmente as jaquetas de moletom eu tiro os zíperes, tiro os capuz, daí eu vou remontando tudo" (Vicenta Perrotta, Vp Upcycling) que compreende separar, tirar e cortar, demonstra uma seleção criteriosa e objetiva das partes que irão compor uma nova produção em que se reorganizam as partes. Desta forma, a prática do reuso se configura em uma maneira de utilizar roupas descartadas como ferramenta para um outro descarte, não mais material, mas de caráter simbólico. O ato de desconstruir uma roupa pronta tem para Vicenta um objetivo bastante definido e consciente: *"[...] quando eu rasgo uma roupa eu*

acabo tirando aquela opressão da roupa, né? Eu acabo pegando aquele corpo padrão e desconstruindo ele. E aí, eu construo um outro corpo sem padrão, né?" (Vicenta Perrotta, Vp Upcycling). A figura 11 abaixo ilustra parte do processo aplicado na oficina *Ressignifique!*:

Figura 11 - Participante da oficina *Ressignifique!* rasgando uma peça de roupa.

Fonte: Rafa Kennedy (Atelie TRANSmoras).

Portanto, a prática do reuso que aparece nos processos dos projetos pesquisados não se esgota no reuso, implica uma desconstrução e uma construção que se entrecruzam em um fazer de ordem prática que parece contribuir efetivamente para que o sujeito, de alguma maneira, vá também se construindo a medida que se desprenda de normas vestimentares, hábitos de consumo determinados pelo sistema da moda e, até mesmo, dos marcadores sociais que as roupas em sua forma original carregavam.

4.2.1.1.2. A percepção das possibilidades

Identificou-se na análise das transcrições das entrevistas realizadas com os proponentes dos projetos estudados a reincidência dos aspectos percepção e

possibilidade. Que na maioria das vezes aparecem juntos, como nos fragmentos: *"[...] eu comecei a ver outros modos de ver as roupas assim, e aí eu comecei a brisar nisso assim, hoje em dia eu não parei [...] eu percebi que as roupas são muito mais tecidos e coisas que você pode fazer tudo o que você quiser"* (Ricardo Boni, Coletivo Estileras) ou:

[...] a gente começou a perceber que era possível de vários formatos também, que também tinha essa brisa que sei lá, tinha os formatos que parecia que a gente queria seguir assim de linguagem, até de conceito que talvez não combinasse com a gente (Ricardo Boni, Coletivo Estileras).

E, ainda: *"[...] eu sempre digo que (Re-Roupa) não é uma marca. Eu acho que é um, é tipo um movimento assim, um conceito, e dentro desse conceito tem mil possibilidades, inclusive ser uma marca"* (Gabriela Mazepa, Re-Roupa), em que a ideia de percepção das possibilidades fica evidente, seja para dizer que percebeu-se a roupa não mais como produto pronto para vestir, mas sim como material para muitas outras produções possíveis, ou para dizer que percebeu-se que projetos relacionados à roupa não necessariamente precisariam seguir o formato de marca de moda, ou mesmo, linguagens estéticas pré-estabelecidas.

Até mesmo quando os aspectos percepção e possibilidade aparecem isolados, como ocorre no fragmento:

É uma coisa minha assim, é uma pira que talvez eu acho que nem sei explicar mesmo, assim de criar outro corpo, mas é só uma possibilidade assim, que eu possa vestir uma peça menor e acaba, na visão fotográfica, você acaba olhando outro corpo (Brendy Xavier, Coletivo Estileras).

Levam a ideia de percepção das possibilidades. Visto que, para que Brendy se utilize de uma possibilidade que aumenta o leque de modalidades da prática cotidiana do vestir, inserindo um modo em que a roupa pode ser vestida em formato bidimensional — colocada sobre o corpo — mesmo que tenha sido projetada para vestir uma plataforma tridimensional. Antes precisou perceber que a impossibilidade de vestir uma roupa porque é menor do que seu corpo, o que é uma situação dada, poderia ser recusada e subvertida. O que leva ainda a uma percepção anterior, a percepção da situação dada que, neste caso, é o fato de que uma roupa não serve, o que isoladamente não significa coisa alguma (até porque essa roupa pode ter sido projetada para vestir uma criança, ou mesmo, um bicho de pelúcia como a camiseta amarela na figura 12).

Figura 12 - Produção das estileras em que se vê uma calça e uma pequena camiseta sobrepostas ao corpo.

Fonte: Coletivo Estileras.

Porém, quando observado em conjunto com os discursos de marcas de moda, o não servir pode ser a chave para a percepção de uma incoerência entre discurso e prática que, por meio de reflexão, dá origem a percepção das possibilidades. Como visto neste fragmento de entrevista:

[...] a Melissa apesar de jogar todos os discursos de que sou desconstruída e sou agênero [...] a gente reparou que era um bagulho que não me vestia, eu não consigo vestir uma Melissa até hoje sem rasgar ela, então, e aí, a Melissa criou pra gente também essa discussão dos calçados, de criar o Calçado de Monstro (figura 13) (Ricardo Boni, Coletivo Estileras).

Figura 13: *Calçado de Monstro* composto por partes de calçados da marca *Melissa*.

Fonte: *Coletivo Estileras*.

O trecho:

[...] essa visão assim de como se vestir pode se expandir, assim, as pessoas podem talvez não ser tão 'exagerado' tipo tudo fora do lugar, mas alguma coisa ela pode aderir pra ela [...] Então eu acho que onde eu quero chegar é que as pessoas realmente percebam, assim tipo, eu mostrar pras pessoas que tem possibilidades, e sei lá, eu me vejo talvez criando coisa sempre tipo pra mim, sempre tipo no meu eu, mas se expandir, ir pra outros lugares, vestir várias pessoas, tipo várias pessoas, que estão nesse caminho ou também não (Brandy Xavier, Coletivo Estileras).

Sugere o objetivo de que outras pessoas despertem também a sua percepção das possibilidades, ou seja, não se esgota no perceber, envolve ainda o ato de comunicar. Portanto, trata-se de um processo que compreende: 1º a consciência de uma situação dada, que é uma situação produzida ou ocasionada pelo campo da moda enquanto sistema institucionalizado; 2º a percepção das possibilidades de fuga

sejam elas modos de vestir, produzir ou outro; 3º a comunicação dessas possibilidades percebidas com o objetivo de se criar uma ponte de acesso para que outros indivíduos iniciem seu próprio processo de percepção.

4.2.1.1.3. A internet como zona editável de referências

A internet demonstrou ser a fonte principal da qual os proponentes dos projetos extraem referências para suas produções, sendo a mídia social *Instagram* a plataforma preferencial. Tal informação ficou evidente pela observação participante das oficinas *Reinventando Roupas* e *Ressignifique!*, nas quais as proponentes apresentavam referências por meio do envio de *links* que direcionavam para publicações do *Instagram* em grupos na mídia social *Whats app* com os participantes da oficina, ou mesmo, presencialmente em sua própria conta do *Instagram* onde estavam salvas publicações de outros perfis. As entrevistas levam a essa mesma informação: "[...] aí na internet mesmo eu comecei a ver essas refs de coisas 'fora do lugar' [...] aí me bateu aquele plim" (Ricardo Boni, Coletivo Estileras) e: "Ah, hoje em dia tem bastante referência na internet [...] hoje em dia no *Instagram* tem muita coisa" (Brandy Xavier, Coletivo Estileras).

O seguinte trecho sugere que a coleta de referências no *Instagram* é uma situação de passividade: "[...] eu pego referência do que eu vejo mesmo passando, eu nunca fico procurando assim, vou procurar, vou procurar" (Brandy Xavier, Coletivo Estileras). Porém, embora Brandy considere que não procura referências no *Instagram* mas apenas mantém os olhos abertos para aquilo que chega até ela, pode-se afirmar que anteriormente foi realizada uma edição daquilo que ela considera interessante, visto que o usuário do *Instagram* segue perfis que lhe interessam para que suas postagens apareçam na sua linha do tempo. Desta forma, mesmo que não se atente em procurar referências elas chegam até o indivíduo porque este já realizou uma pré-seleção do tipo de imagens que gostaria de ver, como evidencia a passagem a seguir: "[...] eu sigo um universo de gente que está muito conversando com isso" (Ricardo Boni, Coletivo Estileras).

O que chama atenção na atividade de coletar referências no *Instagram* é exatamente essa possibilidade de edição até certo ponto autônoma. Isto porque,

embora seja sabido, obviamente, que os profissionais da moda se utilizam desta mídia social na qual são veiculados anúncios maquiados ou não. Ainda assim, por meio dela o indivíduo tem a oportunidade de se desprender, na medida do possível, de tendências selecionadas, editadas e dirigidas pelo campo que dão origem a uma padronização de gostos e produções. Portanto, não se trata de pensar a internet, ou mais especificamente o *Instagram*, como zona livre, o que de fato não é, mas sim de pelo uso de táticas operar sua potencialidade de edição para criar dentro dela, digamos, cadernos de referências personalizados que podem até mesmo ser subversivos, a despeito do caráter proprietário da plataforma.

4.2.1.1.4. Bricolagem, gambiarra e espontaneidade

A análise dos dados trouxe a tona o aspecto bricolagem, que pode ser uma bricolagem de roupas, como visto nas figuras 14 e 15, e nos fragmentos: “[...] se eu quiser usar peças de criança aí não cabe, aí montar no corpo. É que eu acho muito visualmente lindo assim, eu ver uma camisetinha e uma calça assim em cima de outra roupa, sei lá [...] uma colagem. Eu acho isso bafo” (Brendy Xavier, Coletivo Estileras) e:

[...] eu vou montando roupas [...] aí eu vou colocando três camisetas, cinco camisas. Aí eu ligo camisa com calça jeans, aí vira um macacão. Entendeu? [...] às vezes, também tenho vários retalhos maravilhosos aí eu ligo saia em camisa. E aí eu pego a manga de outra e ponho, aí eu ligo cinco blazer ou eu faço um blazer virar um vestido ou um top (Vicenta Perrotta, Vp Upcycling).

Ou ainda, uma bricolagem de estilos, como se observa no trecho:

[...] eu venho da periferia, assim, tem vários estilos, tipo, e eu nunca me encaixei em nenhum padrão assim, tipo, nunca fiz parte [...] de nenhum grupo. Mas tipo, todos eram meus amigos [...] E eu acabo meio que misturando tudo (Brendy Xavier, Coletivo Estileras).

Figura 14: À esquerda, produção do *Coletivo Estileras* em que nota-se o aspecto de bricolagem de roupas, acessórios e objetos.

Fonte: *Coletivo Estileras*.

Figura 15 - Produção de participante da oficina *Ressignifique!* em que é percebido o aspecto de bricolagem de roupas.

Fonte: Rafa Kennedy (*Coletivo TRANSmoras*).

Outro aspecto notável é a gambiarra: "[...] *tem muita gente que talvez não faça no trash, na agulha ou no alfinete, uma coisa que é mais uma proposta nossa, desse fazer agora, fazer meio que correndo e aceitar as adversidades*" (Ricardo Boni, Coletivo Estileras) e "*Estilizar é você improvisar, você fazer uma gambiarra [...] é você fazer na hora, você tipo estilizar pro seu momento assim sabe*" (Brendy Xavier, Coletivo Estileras). Tal processo, que foi descrito pelas estileras durante as entrevistas, foi confirmado por experimento em que se inseriu no processo criativo das estileras, peças de roupas, acessórios e outros objetos diferentes daqueles que o coletivo habitualmente utiliza como matéria-prima para suas composições. Para isso, foi elaborado um *kit* com onze itens⁴ e solicitou-se o desenvolvimento de uma produção a partir desses itens⁵. A atividade foi concluída em menos de cinco minutos. Rapidamente Brendy selecionou algumas peças dentre as disponíveis, as cortou e vestiu colocando alfinetes. Sem qualquer planejamento, com uso de improviso e gambiarras. Resultando na produção apresentada na figura 16 abaixo:

⁴ Os itens que compuseram o *kit* foram: peça decorativa em crochê na cor bege; cachecol em lã mesclada de tons terrosos e verde; vestido nula manga em malha vermelha; blusa em renda de malha cor de rosa; saia longa com quatro fendas frontais em tecido fluído e com transparência na cor cobre; dois shorts idênticos em tecido leve acetinado marrom claro com padronagem quadriculada; zíper vermelho de 50 cm; renda com elástico na cor preta; cinto marrom e cobre com taxas douradas; fio elétrico na cor branca. A seleção dos itens para composição do *kit* levou em consideração materiais, texturas e formas que não foram encontradas nas composições criadas pelas estileras. O corpus para a análise das peças do coletivo foi seu perfil na mídia social *Instagram*, onde foi possível identificar que as matérias primas mais utilizadas pelas estileras são as mais robustas e de caimento estruturado, tal como o tecido jeans. Na análise realizada em junho de 2018 não foram encontrados lã, tecidos fluídos ou aviamentos, seja de estrutura, fechamento ou decorativos.

⁵ Os itens que foram selecionados e de fato utilizados por Brendy foram: peça decorativa em crochê na cor bege; saia longa com quatro fendas frontais em tecido fluído e com transparência na cor cobre; dois shorts idênticos em tecido leve acetinado marrom claro com padronagem quadriculada. Além dos itens do *kit*, Brendy utilizou uma tesoura para cortar os shorts, alfinetes para junção das roupas, um capuz de moletom, um par de tênis e um par de meias (sendo que Brendy já vestia os três últimos itens ao iniciar o experimento).

Figura 16: Composição desenvolvida por Brendy durante o experimento realizado.

Fonte: Acervo da autora.

A observação participante dos projetos possibilitou ainda a apreensão de um terceiro aspecto que se relaciona aos anteriores, a espontaneidade, que pode ser exemplificado pelas seguintes situações: A proponente da oficina *Reinventando roupas*, Gabriela Mazepa, leva uma camisa da oficina para vestir durante o final de semana e traz de volta na semana seguinte; a estilera Brendy pega uma peça da pilha de roupas do chão do ateliê e veste para ir até a rua.

4.2.1.2. Considerações parciais sobre os resultados do subproblema 1

Os resultados apresentados nas categorias conceituais correspondentes ao subproblema 1 indicam que no contexto dos projetos investigados a prática do reuso implica uma desconstrução e uma construção de caráter prático e simbólico. A percepção das possibilidades, por sua vez, implica a consciência de uma situação dada — produzida ou ocasionada pelo sistema da moda — seguida pela percepção das possibilidades de fuga e, por fim, a comunicação destas possibilidades percebidas. Além disso, a mídia social *Instagram* parece ser utilizada pelos proponentes como uma espécie de caderno de referências editável e, por isso, personalizado. Por último, os aspectos de bricolagem, gambiarra e espontaneidade também se fizeram notar, seja no fazer ou nas produções dos idealizadores e de pessoas que aplicaram os métodos propostos por eles.

4.2.2. Resultados correspondentes ao subproblema 2 (aspectos estéticos)

4.2.2.1. Análise dos dados por categorias conceituais

4.2.2.1.1. Inacabado, invertido e explícito

O acabamento de uma peça de vestuário costuma ser um fator de grande importância em seu processo de produção. Diferentemente, nos projetos pesquisados o aspecto inacabado é que se faz notar, como no trecho: *“Se o tecido for escuro (vamos) utilizar uma linha clara e vice-versa, é pra aparecer a costura”* (Vicenta Perrotta, VP Upcycling), em que a proponente orienta os participantes da oficina *Ressignifique!* a trabalhar o contraste de cor entre tecido e a linha a ser utilizada na costura com vistas a evidenciá-la, gerando assim uma aparência de falta de atenção ao acabamento na peça de vestuário. Tal aspecto aparece também nas produções dos proponentes entrevistados como, por exemplo, a peça do *Coletivo Estileras* na figura 17 construída à partir de retalhos que são unidos algumas vezes pelo uso de alfinetes de segurança e noutras por costura, mas não ligando as faces direitas dos tecidos e mantendo a costura no avesso da roupa e sim em sobreposição evidenciando o desfiado dos tecidos utilizados. Na peça em questão, nota-se também os volumes criados nos punhos por um aglomerado de retalhos, assim como uma pintura localizada que dá a impressão de ter borrado parcialmente uma das mangas e seu punho. Identifica-se ainda no lado esquerdo um grande rasgo e o tecido que cai da parte rasgada, semelhante ao narrado por Boni: *“[...] eu botei e rasgou um pouco já faz outra coisa, pega outras peças e monta”* (Ricardo Boni, Coletivo Estileras). Observe-se que essa construção, ao contrário do que a fala de Boni possa sugerir, não é o efeito de uma sequência de acasos, mas sim a opção por uma estética do inacabado que resulta de um processo de fazer bastante consciente, embora seja diferente daquele ensinado como sendo o processo de fazer roupas. Não se trata de um acidente mas sim de uma estética acidentada que é fruto de um processo rápido que engole, passa por cima de detalhes e etapas, que não vê e acaba atropelando. Mas que não se pode dizer de maneira alguma impensado. Tanto que toda inversão e todo inacabamento presente nas produções analisadas é, como ver-se-á mais adiante, explicitado.

Figura 17 - Peça do Coletivo Estileras.

Fonte: Acervo da autora.

Outro aspecto bastante evidente e comum a todos os projetos pesquisados é a inversão. Pode ser o simples uso de roupas invertidas, no sentido de sua posição no corpo: uma camisa que é utilizada como saia com as mangas servindo de cinto, como na produção dos participantes da oficina *Reinventando Roupas* ministrada pela idealizadora do projeto *Re-Roupa* (figura 18). Ou, muito semelhante, uma camiseta que é utilizada como saia, conforme relatado por Brendy: “[...] não tinha nenhum shorts pra eu usar, aí eu falei então eu vou colocar a camiseta de saia” (Brendy Xavier, Coletivo Estileras). Inversões menos elaboradas que não interferem na estrutura da roupa que é invertida e não necessariamente causam grande impacto visual, mas evidentemente podem fazê-lo, como é o caso da produção das estileras na figura 19, em que um top é triplamente invertido, sendo utilizado em lugar de shorts, de ponta cabeça e com a parte da frente virada para trás. É possível que o impacto visual, neste caso, se dê por conta desse acúmulo de inversões ou

simplesmente do próprio desenho que o top branco invertido com a logo de uma marca de açúcar que, conseqüentemente, também é invertida, cria na sobreposição a um shorts azul. Mas independentemente do grau de impacto visual ou das camadas acumuladas de inversões, todos os exemplos mencionados até aqui podem ser denominados por inversões simples porque operam apenas a alteração de função da roupa.

Figura 18 - Produção de participantes da oficina *Reinventando Roupas* em que nota-se inversão de função.

Fonte: *Re-Roupa*.

Figura 19 - Produção do *Coletivo Estileras* em que nota-se inversão de função.

Fonte: *Coletivo Estileras*.

A inversão também é encontrada na forma de inversão das roupas ou parte destas no processo de construção de uma nova roupa. Nessa situação a roupa não é apenas invertida no uso (inversão que pode ser revertida), ela sofre, de fato, uma alteração estrutural ao servir como matéria prima, sendo parcialmente desconstruída ou fragmentada. Porém, os fragmentos conservados permitem que o interlocutor perceba a inversão e é isso o que chama a atenção. Nesses casos também há diferentes graus de inversão, produções em que uma única peça de roupa é alterada estruturalmente por meio da inversão em conjunto com pequenos cortes ou costuras, como o colete novamente na figura 18 ou a blusa feita a partir de uma calça de moletom na figura 20. E, ainda, produções em que vários fragmentos de roupas são utilizados com o artifício da inversão na confecção de uma nova peça de roupa como, por exemplo, na produção da *VP Upcycling* na figura 21, em que fragmentos de diversas camisetas são utilizados para criar um vestido. Na saia do vestido há partes laterais de camisetas posicionadas de cabeça para baixo que ainda conservam as mangas.

Figura 20 - Peça do *Coletivo Estileras* em que nota-se alteração estrutural e de função.

Fonte: Acervo da autora.

Figura 21 - Produção da *VP Upcycling* em que nota-se alteração estrutural e de função.

Fonte: *VP Upcycling*.

Tanto inacabamento, quanto inversão não transmitiriam qualquer informação de emancipação estética se não fossem explicitados. A inversão da roupa que é utilizada “em lugar de outra peça” não é dissimulada, pelo contrário, é visível, explicitada mesmo. Assim como são explícitos os rastros das roupas que serviram como matéria prima para a produção das novas peças, aquelas são acentuadas propositalmente por meio da valorização de elementos que de alguma maneira assegurem a sua percepção. Nesse sentido, busca-se evidenciar na nova produção partes como golas, cós, punhos e mangas, que embora reconhecíveis aparecem invertidas, parciais e/ou fora do lugar comum, desempenhando o papel de ruído na leitura da roupa. Ou, para além disso, como nas produções da *Vp Upcycling*, podem ser reconhecidos tapetes e cortinas, além de calças completas (mas não utilizadas como calças) e fragmentos destas (figura 22), ou ainda, mochilas e pequenos vestidos em crochê que certamente um dia adornaram panos de prato (figura 23).

Figura 22 - Produção da *VP Upcycling* em que há explicitação dos rastros da matéria prima.

Fonte: *VP Upcycling*.

Figura 23 - Produções da VP Upcycling em que há explicitação dos rastros da matéria prima.

Fonte: VP Upcycling.

Todas essas produções deixam claro um ponto bastante importante: não é que no desenvolvimento das peças não se preocupe em dissimular o reuso e acabe "dando para perceber" que a roupa ficou inacabada ou foi feita de partes de outras roupas (e até mesmo materiais para além do vestuário), na maioria das vezes também invertidas. Pelo contrário, deseja-se explicitar todas essas características. Como indica o trecho: “[...] a Brendy fazia isso [...] refazia um retalho, ou ela aceitava os rasgos dela [...] e criava a estética dela em cima disso” (Ricardo Boni, Coletivo Estileras), em que se percebe não apenas a aceitação de rasgos, mas a valorização das marcas de uso das roupas na criação de uma estética que ao fazer: “[...] no trash, na agulha ou no alfinete [...] fazer meio que correndo e aceitar as adversidades” (Ricardo Boni, Coletivo Estileras) se constroi no explícito. E o explícito não é aceitação, mas sim proposição. Ele nega a resignação e se nesse processo houver precaridade ele a valoriza: “[...] montar nossas coisas na frente de todo mundo e montar várias coisas rápido e várias vezes e sair andando e usando e caiu e volta e remonta” (Ricardo Boni, Coletivo Estileras).

4.2.2.1.2. Experimentação das possibilidades estéticas

A experimentação das possibilidades estéticas apresenta-se como um aspecto não apenas comum a todos os projetos analisados mas de igual importância para cada um deles, ao que tudo indica trata-se do alicerce das produções.

Tal aspecto pode surgir da relação entre indivíduo e roupa no momento do vestir, situação encontrada no modo de produção do *Coletivo Estileras* e expressa nos seguintes relatos: “[...] a Brendy fazia isso, de pouco em pouco assim, tipo ela botava só uma perna de calça, refazia um retalho, ou ela aceitava os rasgos dela e fazia sabe e criava a estética dela em cima disso” (Ricardo Boni, *Coletivo Estileras*) e “[...] eu botei e rasgou um pouco já faz outra coisa, pega outras peças e monta, então é meio aleatório” (Ricardo Boni, *Coletivo Estileras*). Em que o indivíduo se permite, por meio de consecutivas explorações, experimentar um leque de possibilidades de vestir as roupas, para além da camada mais visível, e vai se apropriando do acaso — ou melhor, do resultado estético muitas vezes inesperado em que o próprio ato do vestir na interação entre corpo e roupa pode resultar — e ali inserindo suas proposições, desvelando assim outras camadas de modos de vestir viáveis.

Indício de que no caso do *Coletivo Estileras* essa experimentação das possibilidades estéticas ocorre na relação corpo e roupa é a recorrência expressa na fala dos proponentes de uma associação dessa experimentação com o aspecto conforto, como no trecho: “[...] fazer para mim e me sentir confortável e poder entender mais o meu mundo” (Ricardo Boni, *Coletivo Estileras*) e na passagem a seguir:

*[...] se eu for sair eu quero estar confortável [...] E pra mim tudo fica meio bonito assim, nada que, quando fica estranho, assim que eu não gosto, eu mudo. Mas acaba sendo, eu não tenho essa de escolher tecido [...] geralmente é tipo confortável, pra mim tudo é confortável no meu corpo, assim até colocado de outro jeito [...] pra mim está confortável porque é uma peça confortável ou é tipo, sei lá, só com o boné estava estranho, eu estava me sentido estranha, então eu vou colocar a touca (por baixo do boné) pra cobrir essa parte assim (lateral do rosto) (Brendy Xavier, *Coletivo Estileras*).*

Que demonstra uma percepção de conforto que se dá no corpo a despeito da roupa estar com sua estrutura e função invertida ou desconstruída. Percepção que advém

de um processo pessoal de experimentação, que é um experienciar possibilidades de construções.

O aspecto experimentação das possibilidades estéticas também foi identificado como sendo etapa primária de um método a ser compartilhado, como é o caso daquele proposto na oficina *Reinventando Roupas* do *Re-Roupa*, cuja proposta é “fazer roupas de roupas”. Por não dispor de tecidos (que podem ser selecionados de acordo com as necessidades de um projeto) como matéria prima, tal método se funda em um exercício de investigação das possibilidades estéticas das roupas que ali já estão dispostas e que, sendo assim, antecede qualquer projeto. A proposta do exercício em questão era que antes de proceder algo irreversível, como cortar ou descosturar as peças de roupas que viriam a servir como matéria prima, se fizesse uma exploração por meio de dobraduras, franzidos, ocultação das partes, etc. Em suma, uma variedade de simulações do que poderia vir a ser essa roupa que seria objeto de um refazer. Aqui não se trata mais, como ocorre no caso do *Coletivo Estileras*, de uma experimentação que se dá dentro da relação corpo e roupa no vestir-se, mas sim de investigar as possibilidades de construção da roupa em si mesma, se apropriando de *suas* formas, partes isoladas e texturas, assim como da união com outras roupas, seus fragmentos e assim por diante. Neste caso, a experimentação das possibilidades visa o projeto de um produto a ser concluído, acabado mesmo, costurado e arrematado. Inaugura o fazer de uma roupa pronta. Já naquele caso, o das estileras, é a base de uma composição inconclusa, que se mantém em aberto e, quase sempre, irá se converter em outro arranjo no próximo uso. Inicia o fazer de um estilo. Mas em ambos casos a experimentação das possibilidades expressa a mesma característica de fundação do fazer.

Essa característica é expressa também no caso da oficina *Ressignifique!*, em que o aspecto experimentação das possibilidades estéticas se expressa tanto enquanto método a ser compartilhado quanto na relação corpo e roupa no vestir-se. Assim como a oficina *Reinventando roupas*, aqui também objetiva-se o desenvolvimento de um produto final conclusivo: uma roupa. No entanto, a experimentação das possibilidades estéticas não ocorre na atividade de projetá-la mas, mais semelhante ao que ocorre no *Coletivo Estileras*, durante a prática da confecção. Enquanto na oficina *Reiventando roupas* a experimentação ocorre antes de cortar ou descosturar

as peças de roupas, na oficina *Ressignifique!* a primeira atividade proposta é exatamente a de desmanchar algumas calças e extrair delas fragmentos que serão utilizados em um exercício de costura. Assim, com o pretexto de um exercício de caráter técnico, vão sendo introduzidos vários pequenos procedimentos experimentais de caráter desconstrutivo (o movimento de rasgar as pernas das calças é um exemplo), que indicam aos participantes um método que não requer a conservação da matéria prima enquanto são testadas as possibilidades estéticas. E, uma vez que a oficina *Ressignifique!* objetiva que cada participante desenvolva roupas para si mesmo, as experimentações das possibilidades estéticas acabam por ocorrer intuitivamente em seus próprios corpos a medida que se vá confeccionando as peças. Sendo assim, o aspecto experimentação das possibilidades estéticas, neste caso, estaria no projetar e no vestir simultaneamente. Aqui ela também inaugura o fazer de uma roupa pronta mas um pouco com os meios do fazer de um estilo. Se dá, pouco a pouco, no olhar em parte para a roupa em si mesma e em parte para corpo e roupa em relação.

Esse sentido fundador que a experimentação das possibilidades estéticas demonstra ter nos projetos pesquisados localiza a estética não como um atributo da roupa enquanto produto final de um processo, mas sim como uma ação que é etapa básica desse processo de fazer. E, ao que parece, cada processo de experimentação estética resulta em uma estética particular, aí sim no sentido de atributo de um produto, porque provém da estesia experienciada por cada indivíduo durante o processo de experimentação.

4.2.2.2. Considerações parciais sobre os resultados do subproblema 2

Os resultados apresentados nas categorias conceituais correspondentes ao subproblema 2 indicam o inacabamento não como simples efeito de uma sequência de acasos, mas sim como traço da opção consciente por um processo que se constrói no próprio inacabado. Já a inversão, é expressa em modos e níveis distintos, indo desde inversões simples que operam apenas a alteração de função da roupa, até inversões mais complexas de roupas ou fragmentos destas no processo de construção de novas peças, em que se opera alteração estrutural. Além disso, ao invés de se dissimular o reuso, tanto inversões quanto rastros das roupas

que serviram como matéria prima são propositalmente explicitados. Sendo, portanto, a estética acidentada que provém do inacabado e invertido construída graças ao explícito que, por sua vez, não deve ser entendido como mera assimilação das adversidades mas sim como forma de proposição sensível.

Os resultados indicam ainda a experimentação das possibilidades estéticas como alicerce das produções, podendo ser identificada enquanto processo pessoal de experimentação que é um experienciar possibilidades de construções que se dá na relação entre corpo e roupa ou, como etapa primária de um método de desenvolvimento de vestuário a ser compartilhado que se funda no exercício de investigação das possibilidades de construções das roupas em si mesmas. E ainda, esses dois processos unidos em um único, em que identifica-se o projeto de um produto a ser concluído mas com os meios de fazer de um estilo. Em ambos casos a experimentação das possibilidades estéticas expressa a mesma característica de fundação do fazer, o que localiza a estética não como um atributo da roupa enquanto produto final de um processo, mas sim como uma ação que é etapa básica no processo desse fazer que conta com a estesia experienciada por cada indivíduo.

4.2.3. Resultados correspondentes ao subproblema 3 (aspectos políticos)

4.2.3.1. Análise dos dados por categorias conceituais

4.2.3.1.1. Lugar, espaço e território

O aspecto lugar é recorrente na fala dos entrevistados. Em um mesmo relato identifica-se tal elemento com sentido de lugar de origem: “[...] no meu caso, eu venho da periferia” (Brendy Xavier, Coletivo Estileras). Ou, mais especificamente, como um lugar entre pertencimento e não-pertencimento dentro dos diversos grupos que coabitam aquele lugar de origem: “tem vários estilos, tipo, e eu nunca me encaixei em nenhum padrão assim, nunca fiz parte [...] de nenhum grupo. Mas tipo, todos eram meus amigos” (Brendy Xavier, Coletivo Estileras). E ainda, não paralelamente mas em correlação, o lugar com sentido de entorno: “E eu acabo meio que misturando tudo porque tipo, são minhas referências, tudo o que tá ao meu redor” (Brendy Xavier, Coletivo Estileras). Em que o entorno influencia a construção do indivíduo e também suas criações, visto que, aquilo que está próximo pode ser

apropriado materialmente mesmo que para desenvolver algo baseado em elementos externos, distantes ou inacessíveis: *"eu não vou conseguir aquela peça porque é muito cara ou está muito longe de mim, então eu vou criar [...] você consegue encontrar vários caminhos [...] vou pegar o que eu tenho"* (Brendy Xavier, Coletivo Estileras).

O lugar com sentido de entorno aparece também nos seguintes trechos: *"[...] eu sigo um universo de gente que está muito conversando com isso assim"* (Ricardo Boni, Coletivo Estileras) em que Boni se refere a acompanhar em uma rede social perfis de pessoas relacionadas a um mesmo universo que, segundo ele, conversa com a estética das produções do Coletivo Estileras. Universo este que, como visto anteriormente no subcapítulo 4.1.1.3. *A internet como zona editável de referências* deste trabalho, é até certo ponto criado pelo próprio indivíduo dentro do espaço editável de referências no qual pode se converter a rede social. E neste outro trecho: *"[...] tem um ponto de ônibus aqui na moradia [...] onde eu pego essas roupas. Geralmente ali tem bastante camiseta de malha que eu amo, então eu já seleciono"* (Vicenta Perrotta, VP Upcycling) que evidencia novamente o entorno como local de onde se extrai algo. No caso de Vicenta, o que se extrai é matéria prima para suas produções.

Outro ponto recorrente nas entrevistas é o espaço que, na maioria das vezes, expressa noção de acesso como na seguinte passagem:

[...] as pessoas são muito surpreendentes mesmo elas só precisam ter um espaço pra elas mostrarem isso [...] o ser humano, eu acho que quando ele tá armado do espaço e da criatividade, assim, ele é muito surpreendente, positivamente (Gabriela Mazepa, Re-Roupa).

Em que tal aspecto é entendido como um espaço a ser acessado e de onde seria possível mostrar-se, ou seja, alcançar visibilidade. No segundo momento na fala de Gabriela em que o termo é mencionado fica evidente a ideia de que o espaço ao lado da criatividade seria um meio de se obter alguma coisa. Sendo que a criatividade seria inerente ao indivíduo e o espaço algo como uma oportunidade. O que sugere que para que a criatividade do indivíduo possa ser notada ele precisa de acesso a esse ponto de visibilidade. Muito semelhante a noção de que os espaços de visibilidade são hierarquizados (não acessíveis a toda e qualquer pessoa), expressa na fala de Brendy a seguir:

[...] são sempre pessoas sei lá, é que já tão naquele patamar e quer tipo mostrar algo diferente. Tá eu vou pesquisar, fez a pesquisa, e vou mostrar algo diferente, mas tipo ela não vai me dar possibilidade de tipo criar um calçado pra mim vender lá dentro da Melissa (Brency Xavier, Coletivo Estileras).

O trecho acima transmite ainda a ideia de que aqueles que ocupam posições de destaque seriam uma espécie de proprietários da visibilidade (bastando querer para mostrar). E, portanto, detentores do poder em consentir ou não a alguém o direito ao acesso e a possibilidade de realizar algo dentro daquele espaço que os pertence. E que, mesmo ao permitir algum acesso: “*[...] a gente estava entrando nesse mundo e a gente reparou que era restrito [...]*” (Brency Xavier, Coletivo Estileras) impõe limites ao fazer: “*Na Vicunha [...] eles deram a tal liberdade mas tiraram também [...] eles acharam que não era pra tá ali*” (Brency Xavier, Coletivo Estileras). Inviabilizando assim qualquer transposição real de fronteiras: “*[...] eles visualizaram várias coisas que a gente tipo ultrapassou. Tanto que eles vetaram*” (Brency Xavier, Coletivo Estileras). Ainda que possam se utilizar do diferente como meio de auto promoção: “*[...] eles mostram o diferente, mas tudo volta pro padrão. Tudo sempre vai voltar pra visão deles*” (Brency Xavier, Coletivo Estileras), buscam garantir que sua visão de mundo se sobreponha a outras visões de mundo possíveis, mesmo nas produções “diferentes” as quais eventualmente possam consentir visibilizar.

A noção de espaço demarcado de acesso restrito encontrada nos trechos anteriores começa a sugerir a ideia de território que será fixada mais adiante. Como corrobora o relato de Boni sobre a experiência do *Coletivo Estileras* em sua participação no projeto *Meio-fio* da marca *Melissa* e o desdobramento com a criação do *Calçado de Monstro* a partir desta vivência:

[...] a Melissa criou pra gente também essa discussão dos calçados, de criar o Calçado de Monstro [...] a gente criticou a marca dentro da marca [...] conseguimos Melissas o suficiente pra fazer esses calçados que a gente conseguiu expor e trazer essa ideia de monstruosidade e, de quebra, do que a gente está pensando que tem que ser vestido (Ricardo Boni, Coletivo Estileras).

Que revela, ainda, uma percepção de que o lugar de projeção onde o coletivo estava não era dele mas da marca mencionada. Percepção esta que se repete e torna-se ainda mais evidente na sequência do relato a seguir, em que Boni discorre sobre a participação do *Coletivo Estileras* na *SP-Arte*, onde expuseram seu trabalho com o

Calçado de Monstro: “[...] usa esse espaço porque é esse espaço que a gente tem que estar pra sei lá, a gente tem que estar, foda-se, a gente tem que estar de alguma forma assim sabe, porque restringiram demais essas coisas” (Ricardo Boni, *Coletivo Estileras*). Que manifesta intenção em ultrapassar as delimitações espaciais e ocupar o território que em seu entendimento não os pertence. Essa intenção fica explícita também no relato de Brendy a respeito das mesmas experiências, acrescidas da participação do coletivo em um editorial para a revista *VTrends* da empresa *Vicunha Têxtil* em 2019:

*[...] mas é interessante também ocupar esses lugares porque assim, eu nunca me vi numa revista antes. Nunca me vi trabalhando pra Melissa. Então tipo, é legal ocupar, porque se você for olhar o patamar de vida meu e deles é tipo aqui assim sabe (gesto de baixo e alto com as mãos), só que eu tô lá assim (as mãos no mesmo nível) e se eu pensar eu tô assim ainda (uma mão acima da outra ultrapassando o nível anterior e invertendo a posição inicial) [...] porque o meu criativo pra mim é muito mais do que o criativo deles assim. Então eu acho que eles acabam aprendendo mais comigo do que eles me ensinando assim. Porque às vezes. Entrando já na Sp-Arte, na performance ali eu tava num lugar completamente opressor (Brendy Xavier, *Coletivo Estileras*).*

Neste ponto, além da informação da disposição em ocupar territórios, tanto com presença quanto com ideias, depreende-se o elemento da desigualdade social. Que remete a desigual partilha do sensível de que fala Jacques Rancière, em que a função que o indivíduo exerce na sociedade determina seu não acesso a atividades que o possibilitem ser visto e ouvido no sentido político, dando a este um lugar de invisibilidade de onde não seria possível participar na construção do sensível. Retomando o relato acima, aqueles que não têm lugar próprio precisariam ocupá-lo, e para tal empreitada poderiam utilizar como arma a criatividade, semelhante ao estar “armado do espaço e da criatividade” levantado por Gabriela em passagem já citada. Na fala de Brendy, estar no mesmo espaço de visibilidade que aqueles que possuem um patamar de qualidade de vida superior ao seu os coloca em posição de igualdade e a partir daí, naquele espaço tempo, é possível confrontá-los e então, tendo sua criatividade como arma torna-se viável ultrapassá-los e alcançar uma posição superior a deles naquele momento, ao menos em termos de produção criativa. Invertendo assim, em um golpe de tática que aproveita a possibilidade apresentada pela circunstância, a ordem “comum” da visibilidade e destacando-se. Mas a fala de Brendy instaura, ainda, um outro ponto de tensão: o espaço a ser ocupado é um lugar opressor onde se ensina mais do que aprende, ou seja, território

que se acessa mas de onde não se leva nada ou quase nada. Isso sugere reação da outra parte. Tópico que será retomado no subcapítulo 4.3.1.3. *O confronto* deste trabalho, mas há ainda uma passagem narrada por Brendy a respeito do que chamou de inserção do *Coletivo Estileras* no campo das artes (com a participação no *SP-Arte* e o convite para expor no *Espaço Viva Projects*), que corrobora essa ideia de tensão relacionada ao território:

[...] tá entrando agora o mundo da arte, tá começando agora assim. Por isso que a gente não tá vendendo peça como loja, a gente agora, a galeria assim que a gente tá tipo entrando no mundo da arte [...] Mas a gente sabe também que não é só arte assim tipo, não precisa ser comprado só pra ser exposto, não precisa ser comprado só pra ter, não precisa ser comprado tipo pra guardar uma peça de arte tipo, é muito mais, uma peça que você pode usar, uma peça que você pode tipo procurar entender o porquê [...] não ia fazer tanto sentido pra elas. Elas iam ver como arte ali, como performance, não ia ver como uma crítica social (Brendy Xavier, Coletivo Estileras).

Em que o trabalho do coletivo é caracterizado como arte, independentemente de como seus membros percebiam sua própria prática. Como há uma busca do coletivo por espaço, acabam por transitar onde o espaço for sendo disponibilizado, como forasteiros que procuram aproveitar as oportunidades de acesso aqui e ali. O que tanto denota um poder externo que se exerce sobre o coletivo interferindo na organização de sua prática e produções, dificultando assim uma estruturação profissional, quanto enfatiza o seu não-lugar.

Lugar, espaço e território são encontrados também de modo mais subjetivo em diversas passagens de entrevistas com os idealizadores dos projetos estudados, como no trecho em que Brendy descreve a prática de estileragem: *"você usar uma peça fora do lugar ou dentro do lugar mas de um jeito que as pessoas talvez achem que não é necessário, mas pode ser que seja"* (Brendy Xavier, Coletivo Estileras). Em que "fora do lugar" e "dentro do lugar mas de um jeito diferente" podem ser lidos como fora do campo da moda, do território de criação deste campo ou dentro dele mas atuando de outros modos. Ou no seguinte fragmento em que fala sobre participar como performer em uma feira de arte ao invés de vender obras: *"[...] sei lá se eu tivesse talvez recebendo muito dinheiro pra tá ali [...] eu taria no mesmo lugar dos outros artistas que tavam vendendo, mas tipo eu não tava, eu tava ali só como, me expondo assim"* (Brendy Xavier, Coletivo Estileras). Onde aparece novamente a percepção de que o lugar onde se está pertence a outros artistas, fazendo com que o *Coletivo Estileras* seja na verdade o outro dentro daquele espaço onde se está em

termos de visibilidade mas não em termos concretos de pertencimento efetivo ou mesmo de ganho financeiro.

Neste outro fragmento de entrevista nota-se um sentido de expansão territorial:

[...] essa visão assim de como se vestir pode se expandir, assim, as pessoas podem talvez não ser tão 'exagerado' tipo tudo fora do lugar, mas alguma coisa ela pode aderir pra ela assim sabe. Então eu acho que onde eu quero chegar [...] sei lá, eu me vejo talvez criando coisa sempre tipo pra mim, sempre tipo no meu eu, mas se expandir, ir pra outros lugares, vestir várias pessoas, tipo várias pessoas, que estão nesse caminho ou também não (Brendy Xavier, Coletivo Estileras).

Porém, esse sentido de expansão territorial não parece cabível, visto que não haveria um território próprio de onde iniciar tal expansão. Sendo assim, pode-se dizer que o sentido de constituição de um território próprio seria mais apropriado. Ou melhor, a fundação de um território por meio da expansão da adesão à prática de estileragem, inclusive entre indivíduos que não estejam localizados totalmente “fora do lugar”, ou seja, no exterior dos territórios de produção simbólica já constituídos e dominantes. Pode-se depreender esse mesmo sentido de externo ao lugar do seguinte trecho: *"tipo não é sempre que eu estou tudo fora do lugar, tem momentos que eu tipo tá tranquilo, mas é algo que eu posso alterar também se eu quiser fazer alguma coisa"* (Brendy Xavier, Coletivo Estileras). Em que nota-se ainda uma aceção de intenção de mobilidade do exterior do território de produção simbólica dominante para seu interior, com vistas a dentro daquele espaço realizar alguma coisa, que poderia ser uma produção simbólica distinta da produzida ali, ainda que sob tal domínio territorial. Bastante semelhante ao encontrado também nesta outra passagem:

[...] tem esse lugar assim de já que eu gosto de fazer [...] eu vou continuar fazendo pra expressar também [...] mostrar no mercado que o mercado [...] que as pessoas veem não é todo o mercado, poder estar inserido nesses espaços para afrontar de outros modos (Ricardo Boni, Coletivo Estileras).

Em que há um “gostar de fazer” que é entendido por Boni como um lugar onde se pode estar e de onde seria factível expressar, dizer, e quem sabe, fazer ver no mercado as produções que esses espaços de visibilidade não mostram. Em suma, mesmo que não se tenha legitimidade do campo continuar criando e nele se inserindo, ainda que só de passagem, para ali dizer a sua palavra.

4.2.3.1.2. Direito à palavra

Em alguns dos trechos de entrevistas já comentados na categoria conceitual precedente identifica-se também a recorrência de um outro tópico que, embora bastante relacionado aos aspectos lugar, espaço e território, requer uma categoria conceitual própria, trata-se da questão do direito à palavra. Que parece estar associada às ideias de espaço enquanto visibilidade e de território como salvaguarda das zonas de visibilidade.

Identifica-se o sentido de direito à palavra na seguinte passagem:

Eu fico fascinada com a potência da criatividade humana assim, cada vez mais. Eu acho muito louco, porque nunca teve uma oficina que foi medíocre assim sabe. Nunca teve, as pessoas são muito surpreendentes mesmo elas só precisam ter um espaço pra elas mostrarem isso (Gabriela Mazepa, Re-Roupa).

Em que Gabriela avalia que as pessoas precisam ter espaço para mostrar sua potência criativa, ou seja, precisam ter acesso a pontos de visibilidade para expressar algo. Essa necessidade de abertura de espaços para que os indivíduos possam se expressar criativamente pode ser compreendida como a urgência da aquisição por parte destes indivíduos do direito de dizer a sua palavra, tomar uma justa parte na partilha do sensível de que fala Jacques Rancière e fazer-se ouvir politicamente no sentido de participar naquilo que é dito sobre o que é visto, ou seja, na criação do sensível partilhado.

Depreende-se algo semelhante do seguinte trecho de entrevista, em que Brendy demonstra seu descontentamento pela impossibilidade de desenvolver um produto vinculado a marca no contexto de sua participação no projeto *Melissa Meio-Fio*: “[...] *ela não vai me dar possibilidade de criar um calçado pra eu vender lá dentro da Melissa*” (Brendy Xavier, *Coletivo Estileras*). Isolando-se da fala em questão o óbvio sentido financeiro relacionado a venda de um produto, torna-se perceptível a aspiração de Brendy em criar algo que não tivesse o caráter passageiro do projeto no qual participou. Sendo assim, criar um calçado para a marca seria para ela um modo de ter uma criação sua produzida, comercializada e, talvez, até mesmo difundida. Um meio de desenvolver algo mais tangível e permanente, no sentido de ter um produto de sua expressão criativa como parte do histórico de artigos

produzidos pela marca em questão. Portanto, trata-se de um querer ter a sua palavra, em certa medida, fixada. Como que inscrita ou armazenada mais consistentemente.

Na seguinte passagem, em que Boni procura descrever sua prática com o *Coletivo Estileras*, nota-se um desejo de expressão: “[...] é essa coisa de contar minhas histórias ou contar minhas sensações, expressar elas” (Ricardo Boni, *Coletivo Estileras*). Que explicita vontade de falar sobre suas histórias e, o que mais interessa a esta análise, contar suas sensações. É do “contar as sensações” que se depreende o sentido de direito à palavra, visto que, poder contar as sensações é poder falar sobre aquilo que se vê. Em suma, é expressar sua leitura do mundo que, como afirma Paulo Freire, revela o trabalho individual de cada sujeito em seu processo de assimilação da inteligência do mundo que se constrói cultural e socialmente. Nota-se esse mesmo sentido neste outro fragmento da fala de Boni: “[...] o valor da vida, de você viver a sua arte, de você viver as coisas”, em que o “viver as coisas” sugere essa atividade de leitura do mundo. Já na sequência: “[...] as pessoas te verem pelo que você se expressa”, observa-se o sentido de possibilidade de inserção da leitura de mundo individual na inteligência do mundo, construída cultural e socialmente, por meio de sua expressão. Além disso, do trecho analisado em sua totalidade:

*[...] o valor da vida, de você viver a sua arte, de você viver as coisas, as pessoas te verem pelo que você se expressa foi gerando muito assunto, pano pra manga e pessoas que não eram "estileras" assim no sentido de trocar as peças de lugar elas também sofriam essas coisas, elas percebiam essas coisas, esses discursos da roupa, do poder da roupa (Ricardo Boni, *Coletivo Estileras*).*

É possível depreender não apenas a informação “desejo de expressar-se”, no sentido de comunicar aquilo que se vive, sua leitura do mundo, por meio do vestir. Mas, também, a percepção de um poder que atinge não apenas pessoas adeptas a prática de *estileragem* mas as pessoas de modo geral. Poder este que se exerce sobre os indivíduos também por meio das roupas que vestem e que contém em si um discurso que, embora se manifeste por meio de seus próprios corpos, expressa valores extrínsecos. Nesse sentido, o discurso implícito na roupa carrega em si uma palavra externa e esta palavra que vem de fora é falada nos corpos individuais, tanto conformando-os quanto utilizando-os como suporte para a conformação também dos

outros. Sendo assim, a intenção de expressão da leitura do mundo e de inserção desta leitura individual na inteligência do mundo associa-se a determinação em conquistar o direito, talvez utópico mas bastante legítimo, de dizer em seu próprio corpo não mais a palavra externa, mas a sua. Tornando-o então o suporte mesmo de autêntica comunicação do indivíduo com o mundo.

4.2.3.1.3. O confronto

Existem duas definições para o termo confronto no dicionário brasileiro da língua portuguesa úteis a análise apresentada na presente categoria conceitual. A primeira é a de ato ou efeito de confrontar-se; confrontação (confrontação tanto pode ser o ato ou efeito de se posicionar à frente de outro, quanto uma disputa armada; briga, combate, confronto, guerra). A segunda é a de oposição violenta; choque, conflito, enfrentamento.

Identifica-se o confronto com sentido de ato de posicionar-se à frente de outro no desfile manifesto “*Brasil: o país campeão mundial de travestis*” da *VP Upcycling* (figura 24) onde uma centena de pessoas transvestigeneres acessaram a passarela da *Casa de Criadores* e estiveram frente a frente não apenas com as demais pessoas na platéia mas com a indústria da moda e a sociedade como um todo.

Figura 24 - Trecho do desfile *Brasil: o país campeão mundial de travestis* da VP Upcycling na 46ª Casa de Criadores.

Fonte: Casa de Criadores.

Depreende-se esse mesmo sentido de ação de se posicionar diante do outro do fragmento de entrevista a seguir, em que Gabriela relata algo ocorrido em um de seus cursos para ilustrar seu parecer a respeito de aspectos que considera comuns entre todas as oficinas que ministra: “[...] uma coisa em comum é que elas não tem vergonha de falar [...] uma oficina que eu dei esse ano lá no Ceará, as mais velhas [...] pediram pra foto delas ser com peito de fora” (Gabriela Mazepa, *Re-Roupa*). E também neste outro trecho de entrevista em que Boni discorre sobre sua apresentação na *SP-Arte*:

[...] no sábado a gente fez esse dia meio que dos monstros mesmo, porque apesar de todos os dias [...] pro público que estava vendo todo mundo era monstro. O sábado era mais monstro mesmo. Assim, essa coisa do cair, essa coisa da máscara, da coisa da maquiagem e desse monstro que brinca com a religião lá, que teve uma performance disso [...] foi a primeira vez que a gente fez isso mesmo de montar nossas coisas na frente de todo mundo e montar várias coisas rápido e várias vezes, e sair andando e usando, e caiu, e volta e remonta (Ricardo Boni, Coletivo Estileras).

Na fala de Boni, assim como na narrativa de Gabriela, nota-se o sentido de estar diante do outro, seja em produzir na frente de todo mundo ou em não ter vergonha de falar e, mais do que isso, solicitar a oportunidade para tal ato. Observe-se que nos dois casos aquilo que se expõe no confronto com o outro é algo que

compreende-se potencialmente combativo porque questionador de valores e modelos de comportamento estabelecidos: mulheres idosas fotografadas com seios à mostra e monstros que brincam com religião (figura 25). Sendo que tal ação de estar diante de alguém implica lidar com seu julgamento, como já sugere Boni ao dizer que o público da *SP-Arte* os percebia como monstros não apenas quando de fato performaram monstrosidade, mas durante todo o evento.

Figura 25 - À esquerda, trecho da performance do *Coletivo Estileras* na *SP-Arte*. Fonte: *Coletivo Estileras*. À direita, Brendy vestindo roupa íntima com os dizeres “universal é o reino das bichas” em estampa que faz referência à logo e slogan de uma igreja evangélica⁶.

Fonte: Acervo da autora.

Percepção semelhante àquela que se depreende do desabafo de Brendy sobre o desconforto experimentado no confronto com os olhares das pessoas:

“O desconforto seria muito dos olhares das pessoas que não entenderam porque eu estou me vestindo desse jeito [...] sei lá, só com o boné estava

⁶ A estampa na roupa íntima em questão é parte da performance *O Reino é das Bixas* (2017) de Ventura Profana e Jhonatta Vicente. Segundo os artistas, trata-se de uma sátira religiosa direcionada ao projeto de moralização do poder público que se instaurava na cidade do Rio de Janeiro com a eleição de Marcelo Crivella para o cargo de prefeito. Crivella é bispo da instituição religiosa Igreja Universal do Reino de Deus.

estranho, eu estava me sentido estranha, então eu vou colocar a touca [por baixo do boné] pra cobrir essa parte assim [lateral do rosto]. Sabe as pessoas não entendem porque eu coloquei o capuz assim, mas sei lá, eu só não quero mostrar essa parte do meu rosto então eu vou colocar o capuz (Brandy Xavier, Coletivo Estileras).

Note-se que segundo seu próprio relato ao sentir-se estranha, ou seja, desconfortável com o modo como aparentava apenas com o boné na cabeça, Brandy decide inserir um capuz por baixo do boné e defronte ao espelho sente-se bem desta forma. No entanto, quando confronta pessoas em ambientes compartilhados experimenta novamente a sensação de desconforto pelo modo como se veste. Mas, desta vez ela se dá por consequência da reação do outro que, segundo a percepção de Brandy, não consegue compreender seu modo de vestir. Porém, apesar da sensação vivenciada a desconfortar, parece fazer parte da natureza crítica de sua prática suscitar o embate com aqueles que estejam em consonância com os valores que se está criticando. Como pode-se depreender do seguinte fragmento do relato de sua experiência na *SP-Arte*, que já sugere aquela segunda acepção de confronto, que é a de enfrentamento:

[...] na Sp-Arte [...] as pessoas pedissem pra explicar porque eu tava fazendo Calçado de Monstro, sei lá, não ia fazer tanto sentido pra elas. Elas [...] não iam ver como uma crítica social. Porque elas não iam usar, elas não iam aderir pra vida delas. Então eu fiz uma plaquinha tipo: 'não falem comigo' (Brandy Xavier, Coletivo Estileras).

Tal sentido de enfrentamento aparece também em diversas outras passagens das entrevistas realizadas com os idealizadores dos projetos estudados. Tanto quando exprime questionamento e objeção àquilo que está estabelecido, o que se depreende em quantidade da fala de Brandy: “[...] é moda porque pessoas que tem o privilégio de tá lá vendendo fez [...] E é sempre o padrão que as pessoas tipo, criam pro bonito”; “Eu tava lá como performance, porque performer? Só porque tipo, é a diferentona?”; “[...] sempre tem uma divisão assim sabe, tipo, eles nunca realmente procuram quem consome eles assim tipo, eles vão procurar só o padrão sabe”. Quanto quando firma uma intenção de combate propriamente dito. Informação esta que se revela por ocasião do convite aos entrevistados para que discorressem sobre a motivação relacionada à sua prática. Como ocorre nesta declaração de Boni:

Afrontar, mostrar essas outras possibilidades, mostrar outras possibilidades de que não é só isso ou é isso e mais dez coisas e o grande talvez, sabe? Colocar esse talvez nas coisas [...] eu vou continuar fazendo [...] pra criar essa birra, mostrar no mercado que o mercado não é tudo isso [...] poder estar inserido nesses espaços para afrontar de outros modos (Ricardo Boni, Coletivo Estileras).

No trecho acima é nítida a ideia de enfrentamento e até mesmo de recusa e desafio a uma espécie de autoridade profissional que o mercado represente, assim como, das maneiras de atuação a ele relacionadas. Já no fragmento apresentado a seguir, extraído de entrevista realizada com Vicenta, observa-se a intenção de combate não apenas ao mercado, mas ao consumo que o sustenta e que, ultrapassa os limites de mercado para ser tanto formulador de valores sociais quanto formulado à partir destes:

[...] reformular essa questão de como a gente enxerga a nossa vida através do consumo né, porque ela é atravessada, a nossa vida, é atravessada pelo consumo e o que constrói o consumo são opressões [...] Então isso é muito complicado, a gente viver presa nesse molde [...] É de destruir esse valores mesmo, saca? (Vicenta Perrotta, VP Upcycling).

Nesse sentido, o consumo seria construído por opressões sociais que compelem adequação por parte do indivíduo. O que alude a característica produtiva do poder, tema já abordado no capítulo 2. *Referencial teórico* deste trabalho, que conforme explanado por Foucault age não sobre as infrações dos indivíduos mas sobre os próprios indivíduos, definindo aquilo que eles são, serão ou possam ser. A ideia de docilização dos corpos operada pelo poder faz-se ainda mais evidente nesta outra passagem:

E aí, eu construo um outro corpo sem padrão, né? Uma roupa que vai vestir um corpo que é, não vai precisar se moldar pra roupa, né, não vai precisar se oprimir pra roupa, não vai precisar se colocar de uma maneira padronizada pra usar aquilo, pra se sentir bonita, eu vou quebrar esse paradigma que a roupa né, industrializada carrega. Então isso pra mim também é um ponto muito importante, de vestir corpos que não são padrão, de libertar o corpo desse sistema europeu né, colonizado. É de descolonizar mesmo, de verdade (Vicenta Perrotta, VP Upcycling).

Em que Vicenta manifesta o propósito de produzir roupas que não operem a conformação dos corpos. Sendo assim, pode-se dizer que Vicenta estaria se propondo a combater o poder que é exercido sobre os corpos, não apenas, mas também por meio das roupas. Afinal, quando se fala em restrição: “*E a gente estava entrando nesse mundo e a gente reparou que era restrito*” (Ricardo Boni, Coletivo

Estileras). Privação de liberdade: “[...] eles deram a tal liberdade mas tiraram também” (Breindy Xavier, *Coletivo Estileras*). Imposição de padrões: “[...] tudo volta pro padrão. Tudo sempre vai voltar pra visão deles” (Breindy Xavier, *Coletivo Estileras*). Veto: “Tanto que eles vetaram” (Breindy Xavier, *Coletivo Estileras*). E opressão: “[...] eu tava num lugar completamente opressor” (Breindy Xavier, *Coletivo Estileras*). Esta-se sugerindo a atuação de um poder que se exerce sobre os indivíduos. E quando se fala em crítica: “[...] essa crítica dentro do nosso trabalho”. Em ocupação: “[...] é legal ocupar” (Breindy Xavier, *Coletivo Estileras*). Em armar-se: “[...] armado do espaço e da criatividade” (Gabriela Mazepa, *Re-Roupa*). Em inimigo e luta: “[...] uma luta no terreno do inimigo” (Ricardo Boni, *Coletivo Estileras*). E em ser mais do que eles: “meu criativo pra mim é muito mais do que o criativo deles” (Breindy Xavier, *Coletivo Estileras*). Está se sugerindo combate àquele poder.

Retomando a definição de “oposição violenta” para o termo confronto. Durante a oficina *Ressignifique!* observou-se uma situação que convida à reflexão. Ocorre que em dado momento uma participante da oficina faz um comentário no qual qualifica a estética das peças da *VP Upcycling* como agressiva ao que Vicenta responde que, em sua opinião, agressivo é o sistema. Nesse sentido, “opor-se violentamente” parece não ser a definição mais adequada para um confronto ao poder. Uma vez que o sistema não abrange a multiplicidade das singularidades e o poder opera sua conformação.

4.2.3.1.4. A compreensão da prática como movimento

A compreensão da própria prática como movimento, enquanto conjunto de ações de um grupo de pessoas mobilizadas por um mesmo fim, é algo que se depreende das entrevistas realizadas com os idealizadores dos projetos estudados. De fato, nenhum dos projetos estudados pode ser definido pura e simplesmente como uma marca de moda, visto que sua prática não se restringe (e em determinados momentos até mesmo não contempla) a produção e comercialização de artigos de vestuário. Mas abrange diversas atividades relacionadas à difusão da prática. Como depreende-se do trecho de entrevista a seguir, em que Gabriela expõe sua avaliação a respeito do *Re-Roupa*:

[...] eu sempre digo que [Re-Roupa] não é uma marca. Eu acho que é um, é tipo um movimento assim, um conceito. E dentro desse conceito tem mil possibilidades, inclusive ser uma marca [...] eu fazia na minha casa as oficinas de transformação. Eu falava: traga sua roupa. Vamos mudar essa roupa juntos. Aí eu ia sendo chamada pra projetos, assim tipo freela, negócio social, figurino, e isso era também uma forma do Re-Roupa se manifestar. Então hoje eu entendo que ele é realmente essa guarda-chuva de coisas assim sabe (Gabriela Mazepa, Re-Roupa).

Na passagem acima Gabriela define seu projeto também como marca, mas não somente. Além de declarar considerar *Re-Roupa* um movimento, o designa também como conceito. Enumera ainda algumas atividades relacionadas a negócio social e figurino para as quais ela própria foi sendo convidada. Observe-se que Gabriela era convidada, não o projeto *Re-Roupa*. No entanto, ela inclui essas atividades no guarda-chuva de coisas que considera ser o *Re-Roupa*. Isso sugere a percepção de *Re-Roupa* como uma prática que é aplicada nas atividades mencionadas e que, portanto, pode ser difundida por meio delas. Como sugere este outro fragmento: *“[...] as pessoas já faziam ‘Re-Roupa’ tipo [...] você claramente já era uma pessoa que já fazia [Re-Roupa], foi lá, arrasou, fez. Então que você continue fazendo isso em outros lugares também. Isso que eu espero” (Gabriela Mazepa, Re-Roupa).* Em que, além da ideia de difusão da prática, depreende-se também a informação de que a prática que Gabriela denomina por “fazer re-roupa”, que é a ação de fazer roupa de roupa, é algo que antecede a criação de seu projeto *Re-Roupa*. Muito semelhante ao “fazer estileragem” encontrado no *Coletivo Estileras*, que Brendy define na passagem a seguir:

Estileragem. Estilar é você improvisar, você fazer uma gambiarra, você se vestir do jeito que você quer [...] é você fazer na hora, você tipo estilizar pro seu momento assim sabe, então estileras é cortar, estileras é tipo costurar, estileras é você improvisar, você usar uma peça fora do lugar ou dentro do lugar mas de um jeito que as pessoas talvez achem que não é necessário, mas pode ser que seja (Brendy Xavier, Coletivo Estileras).

Portanto, estileragem seria para Brendy, assim como *Re-Roupa* é para Gabriela, um fazer. E da mesma forma que ocorre com o “fazer re-roupa”, o “fazer estileragem” também antecede o próprio *Coletivo Estileras*, como explica Brendy:

“[...] Boni teve a ideia desse nome e de criar um coletivo quando ela percebeu que a gente fazia estileragem [...] aí a gente pensou em aderir a isso e expandir sabe, tipo, mostrar isso além, pras pessoas, que dá pra fazer moda,

dá pra fazer um look de qualquer jeito assim estilerando, a moda quem faz é você (Brendy Xavier, Coletivo Estileras).

Note-se que Boni primeiro percebe a prática de estileragem já presente em suas ações e então tem a ideia de criar um coletivo cujo nome qualifica a ele próprio e a sua companheira de atividade como “estileras”. Observe-se ainda que novamente surge a intenção de adesão à prática e expansão desta por meio de sua comunicação a outras pessoas. Neste outro trecho, Brendy fala novamente em adesão: *“Porque é o que a gente veste assim, é o que a gente aderiu pra gente [...] a gente quer você usando, quer você aderindo”*. E fica evidente o sentido de que as estileras aderiram a estileragem e este é o modo como se vestem. Nesta outra passagem Brendy enfatiza seu ponto de vista de que estilar é algo que participa um estilo de vida: *“[...] Pô meu, você não percebeu que é um estilo de vida, você não percebeu que tipo, a pessoa aderiu àquilo”*. Já no fragmento a seguir trata sobre outras pessoas aderirem ao que ela chama de visão de como se vestir: *“[...] essa visão assim de como se vestir pode se expandir. Assim, as pessoas podem talvez não ser tão ‘exageradas’ tipo tudo fora do lugar, mas alguma coisa ela pode aderir pra ela”* (Brendy Xavier, Coletivo Estileras).

A adesão à estileragem como modo de vestir e a tomada desta visão de como se vestir enquanto estilo de vida, assim como, a expressão do desejo de que outras pessoas venham a aderir também a tal perspectiva, sugerem a compreensão da prática de estileragem como movimento. Não à toa para Boni quem faz estileragem é estilera e quem não faz não é: *“[...] pessoas que não eram ‘estileras’ assim no sentido de trocar as peças de lugar”* (Ricardo Boni, Coletivo Estileras). Compreende-se fazer parte de um movimento aquele que adere a prática, a visão e ao estilo de vida concernentes a ele. E no caso das estileras, estas parecem compreender sua prática como um movimento de contracultura, como indica este fragmento da fala de Boni: *“[...] Pra mim eu faço os meus looks [...] eu acho que estileras pra mim é uma coisa muito afronte”* (Ricardo Boni, Coletivo Estileras) e também este outro trecho de entrevista com Brendy: *“Por mais que as pessoas olhem estranho, mas você tem que ter aquilo porque você gostou no seu corpo, você gostou tipo de vestir aquilo, você acha bonito”*, que expressam posição de contestação social.

Tanto a ideia de contestação social quanto de movimento no qual participam apenas pessoas que aderem a um tipo de visão de mundo e estilo de vida são encontradas também nesta passagem de entrevista com Brendy:

Elas [as pessoas] [...] não iam ver como uma crítica social. Porque elas não iam usar, elas não iam aderir pra vida delas. [...] E tipo eu não olhava na cara de ninguém assim, que tava assim [ao redor], só meus amigos. Porque meus amigos estavam ali tipo pra me ver, eles me entendiam, eles sabiam o 'concepts'. Então quando meus amigos chegavam eu ia lá, eu cumprimentava, tipo, fazia questão de cumprimentar, mas tipo as outras pessoas (Brendy Xavier, Coletivo Estileras).

Em que quem adere à prática compreende sua qualidade de crítica social e para aderir, ao que parece, é necessário entender o conceito por trás da prática. Observe-se ainda que para Brendy pessoas externas ao movimento não compreendem seus valores, apenas seus amigos conhecem os conceitos implícitos em sua prática. O seguinte trecho de entrevista com Boni, que trata do mesmo momento de que tratava Brendy na passagem acima, reforça o sentido que se atribui a um movimento, o de ação conjunta de um grupo de pessoas mobilizadas por um mesmo fim:

[...] uns amigos nossos vieram e começaram a vestir do nada e começaram a estar no mesmo rolê que a gente, eles estavam fazendo os mesmos calçados que a gente, estavam fazendo styling e a gente tipo convidou eles para estarem lá e eles só começaram a entrar junto sabe (Ricardo Boni, Coletivo Estileras).

Embora o trecho acima relate uma experiência de performance e não trate de uma situação cotidiana, dele é possível depreender um ponto interessante. Quando os amigos começam a se vestir, fazendo a mesma coisa, fazendo *Calçado de Monstro* e *styling*, ou seja, fazendo estileragem. Passam a estar no mesmo rolê e a entrar junto com as estileras. O que também expressa um forte sentido de movimento.

O conceito de movimento aparece também na fala de Vicenta durante a roda de conversa *Moda, corpos e a ressignificação do consumo*:

[...] hoje eu penso num "mood" assim, eu vou montar o meu movimento. O movimeto transvestigenero, por exemplo. Que aí eu fui agregando pessoas que tinham a mesma problemática que a minha, de consumo, de vivência, de corpo, de corpo político, de potência (Vicenta Perrotta, VP Upcycling).

Além do uso que Vicenta faz do termo movimento, o trecho acima expressa também o sentido de grupo de pessoas mobilizadas por um objetivo comum. No entanto, diferente do que ocorre com o *Re-Roupa* e o *Coletivo Estileras*, parece não ser a prática em si compreendida como movimento. A prática seria mais uma entre tantas outras formas de organização e mobilização de pessoas que atuem politicamente em favor de demandas específicas. Sendo que neste caso em particular trata-se de demandas das pessoas transvestigeneres. Neste sentido, a prática favoreceria ou possibilitaria o encontro de pessoas com interesses comuns servindo como uma espécie de ponto facilitador de um movimento já existente.

Em outro ponto da conversa, Vicenta menciona mais um movimento, o de ocupação:

[...] acabei parando onde eu tô hoje, que é o Ateliê TRANSmoras, que é uma ocupação, eu ocupei um espaço público porque meu trabalho já vinha falando de ocupação [...] E esse movimento veio, não veio só de mim, esse movimento veio forte nessa geração (Vicenta Perrotta, VP Upcycling).

Movimento este com o qual sua prática também está relacionada, não apenas em razão do *Ateliê TRANSmoras* estar localizado em um espaço ocupado, mas também porque a prática proposta por Vicenta preconiza a ocupação dos espaços sociais pelos corpos trans e, até mesmo, em sentido mais abstrato, a ocupação dos próprios corpos pelos indivíduos. Sendo assim, ao que parece, no caso de Vicenta, ser ativista em favor dos movimentos mencionados é que molda sua prática, e esta por sua vez acaba por desempenhar papel de difusora dos ideais daqueles movimentos, como sugere também este outro fragmento da conversa: *“E aí, como eu fui me transformando também através do meu trabalho, eu vou fazendo isso com as outras pessoas também [...] e não sou só eu, tipo assim, a gente se atravessa né, os nossos corpos uns vão agregando aos outros” (Vicenta Perrotta, VP UPcycling).*

4.2.3.1.5. O coletivo

A análise dos dados trouxe à tona o coletivo com um forte sentido de trabalho conjunto. Este elemento pôde ser observado no método aplicado na oficina *Reinventando Roupas* que tem como processo de desenvolvimento das peças, como diria sua idealizadora Gabriela Mazepa, o fazer “à várias mãos”, em que cada participante de acordo com suas habilidades individuais contribui um pouco em todas as roupas que vão sendo desenvolvidas. Quem sabe costurar costura, quem sabe

bordar borda e assim por diante. Ao final do processo cada peça de roupa é um pouco criação de todos os participantes.

Outro exemplo de produção coletiva é a *Jaqueta Colaborativa* proposta pelo *Coletivo Estileras*, uma jaqueta simples confeccionada em algodão cru na qual o coletivo deveria trabalhar para que a peça fosse utilizada em seu editorial para a revista *VTrends*⁷ da empresa *Vicunha Têxtil*⁸. O coletivo optou por realizar tal intervenção durante uma festa onde as pessoas foram convidadas a interferir na peça como desejassem. Assim como ocorre no exemplo anterior, a jaqueta colaborativa é produto da ação de diversas pessoas, mas neste caso, sem que haja um projeto prévio comum. Cada participante intervém separadamente da maneira como desejar. Há o contato tão somente com a produção das pessoas que já trabalharam na peça, mas esse contato não deve ser subestimado, pois pode-se dizer que a produção anterior serve como ponto de partida para aquilo que o próximo participante irá operar. Desta forma, desenvolve-se uma espécie de diálogo entre os participantes ainda que estes não trabalhem propriamente juntos na peça. Nesse sentido, o trabalho individual de cada sujeito em seu próprio processo de assimilação da proposta de interferir em uma jaqueta insere caminhos que podem ser acessados, dilatados, prolongados ou mesmo desviados pelos próximos participantes. Imagine-se que uma pessoa utilize caneta para escrever algo na jaqueta, o próximo participante poderia, partindo da escrita inserir o bordado, daquela escrita bordada um próximo interveniente poderia bordar um desenho, inserindo então o desenho, partindo do desenho bordado a próxima pessoa poderia desenhar utilizando tinta, inserindo portanto a tinta. Alguém poderia decidir cortar a jaqueta desviando o caminho e inserindo uma outra possibilidade que abriria caminhos diferentes. Note-se que esses são exemplos de caráter mais prático que

⁷ A revista tem como foco clientes da empresa *Vicunha Têxtil* e, segundo informações contidas na página *web* da *Vtrends*, se propõe a trazer: “Informação sobre tendências, moda e arte em um guia completo com os principais lançamentos da Vicunha para a temporada”.

⁸ A *Jaqueta Colaborativa* não chegou a entrar no editorial fotográfico em questão. Pois, segundo relato de Boni e Brendy, o uso da peça foi vetado pelos responsáveis pela revista. Devido a este veto o coletivo chegou a denominar internamente a *Jaqueta Colaborativa* como “a jaqueta proibida para revistas impressas”. Além de alguns desenhos e dos nomes das pessoas que assinaram a jaqueta (muitas vezes seu nome de usuário na mídia social *Instagram*). A jaqueta trazia dizeres como: “favela vive”, “bixa preta”, “passarão todos os meus irmãos”, “nem melhor nem pior, apenas diferente”, “eu odeio”, “você já comeu damasco?”, “da quebrada”, “duelo de pêssego”, “pretas patrícias”, “riqueza”, entre outros. Após a não utilização da peça no editorial o coletivo pretendia realizar uma espécie de rodízio com a jaqueta, onde cada pessoa interessada em trabalhar na peça poderia ficar com ela durante uma semana antes que esta passasse ao próximo interessado. Porém, tal proposta não chegou a ser posta em prática.

dizem respeito a técnicas que poderiam ser utilizadas, mas pode-se aplicar essa mesma lógica pensando na temática ou em qualquer outro aspecto das intervenções.

Figura 26: Jaqueta colaborativa do *Coletivo Estileras*.

Fonte: Acervo da autora.

O trabalho conjunto é bastante notável também na performance-desfile “Brasil: o país campeão mundial de travestis” da *Vp Upcycling* de Vicenta Perrotta que ocorreu em 30 de novembro de 2019 no evento *46ª Casa de Criadores*. Conforme relatório de impacto de 2019 do *Ateliê TRANSmoras*, o desfile foi custeado por meio de financiamento coletivo e mais de cem modelos desfilaram peças de doze estilistas. Na produção, além do *Ateliê TRANSmoras* contribuíram ainda outros artistas e coletivos. Neste caso, chama a atenção o fato de que todo o processo esteve

apoiado no coletivo: financiamento, concepção e desenvolvimento das peças que compuseram a coleção, produção do desfile e o desfile em si. Em uma situação como esta a figura central do estilista se dilui e o coletivo ganha força se sobrepondo a própria marca e, dentro do contexto criado, deixa de ser possível identificar uma ordem hierárquica. A marca passa a ser um pretexto para a organização política de pessoas com uma pauta em comum. E a passarela, espaço de visibilidade, deixa de exibir produtos para fazer ver pessoas marginalizadas por um tipo de descarte social, que em seu potencial criativo se utiliza do descarte material desta mesma sociedade.

Identificou-se a noção de trabalho conjunto também na fala da idealizadora do *Re-Roupa*, seja ao se referir ao trabalho coletivo no sentido prático, como visto nos exemplos anteriores, onde várias pessoas põem efetivamente as mãos na produção: “[...] eu fazia na minha casa as oficinas de transformação. Eu falava: traga sua roupa. Vamos mudar essa roupa junto” (Gabriela Mazepa, *Re-Roupa*). Ou ainda, no sentido conceitual ou subjetivo, em que as pessoas fornecem não apenas matéria prima, mas também histórias para a produção que Gabriela propõe operar e informar:

Eu pedia a roupa das pessoas [...] e pedia pra elas contarem uma história dessa roupa, falarem alguma coisa sobre o porque elas tinham aquela peça e porque elas dariam pro (meu) projeto final (trabalho de conclusão de curso). Daí eu transformava e mostrava o antes e o depois, o que tava acontecendo ali naquela transformação (Gabriela Mazepa, *Re-Roupa*).

Esse sentido de criação coletiva conceitual ou subjetiva manifesta-se também nos dados coletados junto ao *Coletivo Estileras*, como no relato: “[...] Pra mim eu faço os meus looks [...] se a gente bota na internet a gente já está espalhando, a gente já está fazendo essa coisa de, esse copyleft assim sabe [...]” (Ricardo Boni, *Coletivo Estileras*). Em que a internet é compreendida não apenas enquanto espaço de divulgação de ideias mas, mais do que isso, enquanto zona onde estaria subentendida uma licença de uso *copyleft*⁹ para as ideias que ali são publicadas. Isso sugere um tipo de relação a qual caberia denominar por reciprocidade referencial, em que uns tem acesso às criações dos outros simultaneamente e as tomam como referência para suas próprias criações. Relação esta que parece

⁹ licença que visa defender o estado livre (normalmente de um *software*) para todos os usuários, buscando garantir liberdade de uso individual e coletiva.

horizontalizar as posições de onde provém referências gerando de certa forma uma desierarquização, como pode-se depreender do seguinte fragmento: “[...] *não sei se é uma coisa que você repara assim, começou a fazer um. Já tem muita gente fazendo o que a gente faz [...] a galera faz moldes parecidos, então eu sigo um universo de gente que está muito conversando com isso*” (Ricardo Boni, Coletivo Estileras). Em que não é possível identificar onde surge a referência, e as ideias para as criações são percebidas como sendo extraídas e ao mesmo tempo inseridas no todo, que é alimentado por um universo de gente. Tudo isso revela uma rede de colaboração coletiva que se faz notar também no trecho a seguir:

[...] foi meio que a noite de São Paulo que trouxe a gente junto e continua mantendo a gente assim [...] Ah mostra seu look. Ah gostaria de fazer seu look. Aí aparece fulaninho com uma roupa igual mas que não era pra debater era só pra sabe? [...] E aí isso foi, dava vontade de sair de casa montando um look sabe? Pra acontecer uma coisa sabe? E aconteceu (Ricardo Boni, Coletivo Estileras).

O relato acima indica que a relação de reciprocidade referencial que se dá na internet acontece também fora dela, no ambiente das festas. Onde vão ocorrendo proposições estéticas que vão sendo tomadas e imediatamente restituídas, uma vez que ali parece ter-se desenvolvido uma cultura de que os indivíduos expõe suas ideias de vestir não de modo hostil, mas sim com uma postura colaborativa. Sendo assim, ainda que o grupo não crie uma mesma peça de roupa efetivamente em conjunto, no sentido prático propriamente dito, colabora coletivamente nas criações, uma vez que as pessoas vão inspirando-se mutuamente.

No entanto, talvez mais importante seja o que esse tipo de colaboração reflete. Trata-se de uma consciência coletiva expressa na compreensão de que se é parte de um todo que vive problemas comuns: “[...] *peessoas que não eram ‘estileras’ assim no sentido de trocar as peças de lugar elas também sofriam essas coisas, elas percebiam essas coisas, esses discursos da roupa, do poder da roupa*” (Ricardo Boni, Coletivo Estileras). Portanto, toda atividade que aponta para o coletivo mencionada até aqui pode ser lida como anseio por alteração das situações vividas por todos. E tratando-se da moda, essa postura pode significar a recusa da produção simbólica proprietária que não compartilha mas impõe, da hierarquia das ideias que subjuga todas as outras, da hostilidade no ato de olhar a aparência do outro que, além de excluir pessoas, promove rivalidade e nada constroi. Assim, por

meio do coletivo valoriza-se o indivíduo: “[...] *fazer para mim e me sentir confortável e poder entender mais o meu mundo é essa coisa de contar minhas histórias ou contar minhas sensações, expressar elas assim*” (Ricardo Boni, Coletivo Estileras). Em suma, trata-se da proposição de uma mudança de paradigma.

4.2.3.1.6. Transformação do estado das coisas

A transformação do estado das coisas é a última categoria conceitual a ser apresentada neste trabalho e origina-se pela observação dos resultados das ações empreendidas pelos idealizadores dos projetos estudados.

A transformação do estado das coisas é observada já na superfície do trabalho realizado no interior dos projetos estudados. Apresenta-se na roupa que é vestida com sua função alterada e nos rastros da roupa que se converteu em outra pelo processo de alteração estrutural. Está também na própria prática de transformação das roupas que servem como matéria prima para a produção de outras roupas. E no fato mesmo de se transformar um produto pronto, acabado e muitas vezes descartado, em matéria prima. Mas não se encerra como transformação estritamente material. Por meio das alterações estruturais e de função das roupas opera-se também uma transformação de caráter simbólico. Não apenas porque tais alterações podem resultar na dissimulação de marcadores sociais, sejam eles de classe, gênero ou outro, códigos estes que são compartilhados e que fazem ver o sentido já existente nas coisas. Mas também porque no próprio ato do fazer, na interação dos indivíduos entre si e destes com as roupas que lhes servem como matéria prima, e que são também sujeitos da interação pois se mostram com suas potencialidades, criam-se novos sentidos. Não se tratando mais, portanto, de dissimular o sentido codificado que as coisas já tem mas sim de fazer um novo sentido mesmo.

É por meio da percepção das possibilidades que se transforma um produto pronto para vestir em material para muitas outras produções possíveis, entre as quais, a transformação pura e simples do modo de vestir uma peça de roupa projetada para ser utilizada em determinada parte do corpo. É também a percepção das possibilidades que permite a emancipação de projetos relacionados a roupa do formato de marca de moda, assim como, de linguagens estéticas pré-estabelecidas.

Pelo uso da internet, ou mais especificamente da mídia social, como zona editável de referências converte-se um espaço de imposição da estética dominante e de incitação ao consumo em uma ferramenta que, por meio desse modo particular de uso, passa a estimular o indivíduo não mais ao consumo mas sim à criação.

As práticas de bricolagem, espontaneidade e gambiarra transformam precariedade em oportunidade. A valorização do inacabado, invertido e explícito transforma o rejeitado em desejado. A experimentação das possibilidades estéticas, por sua vez, transforma aquilo que para o campo é um atributo da roupa enquanto produto final de um processo em uma ação que é etapa fundamental no processo de fazer roupas. A compreensão da prática como movimento e a perspectiva de criação coletiva que inviabiliza o reconhecimento de um único indivíduo como detentor de uma posição criativa central, por sua vez, converte hierarquização em horizontalidade.

4.2.3.2. Considerações parciais sobre os resultados do subproblema 3

Os resultados apresentados nas categorias conceituais correspondentes ao subproblema 3 indicam a percepção de lugar enquanto o lugar de origem e também com sentido de entorno. De espaço enquanto ponto de visibilidade pertencente a outrem e que, portanto, é um espaço demarcado de acesso restrito: território. Indicam ainda intenção em ultrapassar as delimitações espaciais e ocupar o território de visibilidade, ou ainda, de se constituir um território próprio por meio da expansão da adesão à suas práticas. E ainda, intenção de mobilidade do exterior do território de produção simbólica dominante para seu interior, com vistas a dentro daquele espaço realizar algo, que poderia ser até mesmo uma produção simbólica distinta da produzida ali, ainda que sob tal domínio territorial. O que poderia ser realizado por meio de táticas que aproveitem eventuais oportunidades apresentadas pelas circunstâncias.

O direito à palavra relaciona-se às noções de espaço enquanto visibilidade e de território como salvaguarda das zonas de visibilidade. Nesse sentido todo e cada indivíduo requer acesso aos pontos de visibilidade para exercer seu direito à palavra. Fazendo-se ouvir politicamente, no sentido de falar sobre aquilo que vê, tomando parte na partilha do sensível e contribuindo assim na criação do sensível

partilhado. Em outras palavras, expressando sua própria leitura do mundo, que é fruto de um processo individual de assimilação da inteligência do mundo construída cultural e socialmente, cada indivíduo a insere na inteligência do mundo mesma.

Identificou-se o confronto com sentido de ato de posicionar-se à frente do outro. Sendo aquilo que se expõe no confronto com o outro algo que compreende-se potencialmente combativo porque questionador de valores e modelos de comportamento estabelecidos. O que, por sua vez, suscita o embate com aqueles que estejam em consonância com os valores criticados nas e pelas práticas propostas. Nesse sentido, o confronto já passa a expressar aceitação de enfrentamento.

A compreensão da própria prática como movimento, enquanto conjunto de ações de um grupo de pessoas mobilizadas por um mesmo fim é algo comum aos projetos estudados. Sua prática é percebida como anterior a existência dos próprios projetos que não podem ser definidos pura e simplesmente como marcas de moda uma vez que as atividades desenvolvidas vão além da produção e comercialização de artigos do vestuário e, além de ultrapassá-las, parece priorizar atividades relacionadas à adesão, expressão e difusão da prática. A prática aparece ainda como uma forma de organização e mobilização de pessoas que participem de um movimento já existente. E, neste sentido, desempenharia o papel de facilitadora de tal mobilização.

O coletivo aparece com um forte sentido de trabalho conjunto. Sendo observado tanto nos métodos aplicados e difundidos pelos idealizadores dos projetos estudados. Quanto na concepção e desenvolvimento de peças ou desfiles. Em que o coletivo participa não apenas da criação material mas também daquela mais conceitual ou subjetiva. Mesmo quando não participa da criação material objetivamente, sendo um referencial recíproco como ocorre em espaços como a internet e as festas, espaços possíveis para a construção de uma rede de colaboração coletiva de proposições estéticas, revela uma consciência coletiva expressa na compreensão dos problemas comuns, sendo que as práticas coletivas demonstram o anseio pela alteração das situações compartilhadas.

A transformação do estado das coisas é encontrada em níveis diversos junto aos projetos estudados. Desde a própria prática de transformação das roupas que, além da transformação material evidente nas produções que dela resultam, opera também uma transformação simbólica. Passando pela conversão da mídia social, que serve como ferramenta de imposição estética e incitação ao consumo, em um espaço de zona editável de referências que passa a estimular a criação. Pela transformação da precariedade em oportunidade por meio de bricolagem, espontaneidade e gambiarra. Da mesma forma que pela valorização do inacabado, invertido e explícito converte-se rejeitado em desejado. E ainda, por meio da experimentação das possibilidades estéticas, a transformação da estética (que no campo da moda é entendida como atributo final de um produto) em etapa fundadora no processo de fazer roupas. Até a compreensão da prática como movimento e a criação coletiva em que transforma-se a perspectiva da atividade criativa de uma visão hierarquizada para uma mais horizontalizada.

5. Conclusão

5.1. Conclusões

No Brasil quase um terço da renda total do país concentra-se entre os mais ricos, uma minoria de 1% que concentra 28,3% da renda, já os 10% mais ricos concentram 41,9%¹⁰. Neste contexto de desigualdade social, de excesso para poucos e falta para muitos, onde o acesso até mesmo ao básico necessário à subsistência muitas vezes não é garantido, pode-se deduzir as diversas outras restrições de acesso existentes. Nesta sociedade da contrariedade excesso-falta, uma parcela da população, tão habituada ao seu excesso à custa da falta para os demais, parece habituar-se cada vez mais ao descarte, não apenas de objetos, mas também de seres humanos.

Normalizou-se o extermínio cotidiano de pessoas, por meio de vírus, truculência policial, queimadas, miséria, falta de moradia, saneamento básico, emprego, acesso à educação e oportunidades. O Brasil segue sem demarcação de terras indígenas nem reforma agrária, mas com muito preconceito (social, racial, de gênero, etc.) e segregação. Falta internet, energia elétrica e até água, mas não na torneira de todos, é na periferia que não cai uma só gota. Para a burguesia sempre tem — água, energia elétrica, internet, alimento orgânico (plantado por sem terras), lugar no hospital, vaga na universidade, intercâmbio, acesso à cultura (e à produção da cultura), espaço no mercado de trabalho, na passarela, na galeria, na mídia. Tem tanto, mas tanto, que até sobra roupa para descartar — por isso não fica lugar para mais ninguém acessar, produzir, ser visto e ouvido. Também não resta espaço para considerar a desigualdade social um problema.

A incitação ao consumo, mais democrática em comparação à distribuição de renda, atinge também àqueles que não possuem meios financeiros para obter grande parte dos bens de consumo disponíveis. De qualquer maneira, estes mesmos bens são também incapazes de saciar anseios estéticos plurais, operando o contrário: a conformação do que é tomado como diverso por aqueles que ocupam posições de poder. Sendo assim, ao mesmo tempo em que incita-se os indivíduos ao consumo

¹⁰ Dados do Relatório de Desenvolvimento Humano (RDH) da Organização das Nações Unidas (ONU) de 2019.

os desconsidera uma vez mais. É neste setor que o campo da moda enquanto sistema institucionalizado desempenha seu papel social, ao restringir não apenas acessos à espaços de visibilidade dentro do campo, mas também possibilidades estéticas.

É do descarte material dessa sociedade — as roupas, aquelas que ocupavam espaço, sobraram, tornaram-se inadequadas — que os projetos de moda não institucionalizada estudados nesta pesquisa se apropriam para ao mesmo tempo rejeitá-la, e com isso, recusam também o descarte simbólico que esta mesma sociedade empreende. Descarte simbólico este que é também um meio de descartar pessoas, pois quando se fala em partilha do sensível esta-se falando em uma partilha de espaços, de acessos mesmo. E se uma pessoa não tem acesso aos meios para se fazer ouvir então ela está sendo mais uma vez descartada, desconsiderada, apagada, excluída mesmo. Embora sujeitada a viver em um mundo no qual não pode reconhecer a si mesma, mas que permanece impondo a ela todo o tipo de misérias. Sendo assim, os projetos estudados posicionam-se frente à tal situação não de modo fatalista, mas sim propositivo.

Com os resultados desta pesquisa não pretende-se afirmar que os projetos estudados sejam completamente autônomos ao campo da moda enquanto sistema institucionalizado, mas sim, que algumas de suas práticas certamente o são. Pois, desconformes àquilo que o campo institui, são modos de fazer roupa, vestuário e estilo bastante diversos daqueles tomados como corretos e, por isso mesmo, comumente ensinados, aprendidos, praticados, validados, reiterados, novamente ensinados e assim por diante, repetidamente e sem maiores questionamentos. E que tais práticas autônomas, por sua vez, favorecem também produções simbólicas distintas daquela produzida e ocasionada pelos processos institucionalizados que espelham os “valores” da sociedade.

Por meio das práticas aqui estudadas cria-se em ato novos sentidos, que tanto podem ser tomados para si por quem com eles se identifique, quanto podem servir como uma espécie de ponte para a construção de outros novos sentidos. Visto que, conforme mostram os resultados da pesquisa, uma vez que as práticas se fundam na experiência estética de cada indivíduo, por mais que este se baseie em um

método proposto o caminho que ele venha a trilhar será diferente e culminará potencialmente em resultados também diversos.

A ação dos projetos de moda não institucionalizada estudados constrói novos espaços para modos de existência e produção material e simbólica, que potencialmente constroem outros sentidos além daquele estabelecido e fixado, e que, com isso, chamam atenção para a possibilidade de existência fora das práticas institucionalizadas. Espaços e modos de existência e produção de sentido estes que não devem ser tomados como modelos prontos a serem replicados de modo mecânico e conseqüentemente esvaziados, mas sim como sinais de esperança, como demonstrações de que a construção de novas maneiras de produzir, dizer sua palavra, ser visto e se inscrever no mundo são possíveis. De que, se o espaço não está dado, e ele não está, é possível e necessário criá-lo para que as possibilidades possam emergir.

5.2. Considerações finais

À princípio esta investigação pretendia ser um estudo de reconhecimento de projetos ou práticas autônomas às diretrizes e influências do campo da moda como sistema institucionalizado, ou seja, pretendia-se identificar em quantidade todo o tipo de manifestação que apresentasse algum grau de autonomia com relação ao instituído pelo campo e, a partir disso, empreender uma taxonomia dessas manifestações. Porém, durante o percurso da pesquisa foi ocorrendo um aprofundamento muito natural da investigação junto aos três projetos e pareceu equivocado deixar de lado o aprofundamento para favorecer uma maior abrangência com a inclusão de outros projetos na pesquisa. Desta forma, a modalidade do estudo passou de estudo de reconhecimento para estudo de casos múltiplos.

Ao início da pesquisa, havia um interesse especial pela potencial interferência das propostas dos projetos estudados no favorecimento de uma elevação no grau de autonomia dos indivíduos em geral, de toda e qualquer pessoa que utilize roupas, com respeito às influências da moda enquanto produto de um sistema institucionalizado. Contudo, durante o percurso da pesquisa, o foco direcionou-se à autonomia na perspectiva daqueles que desenvolvem atividade criativa relacionada à roupas e estilo.

Os dados coletados junto aos projetos selecionados para o estudo mostraram-se de tal modo pertinentes para a análise que, embora não tenha havido tempo hábil para tanto, haveria interesse na ampliação do capítulo de referencial teórico desta dissertação, para inclusão de mais alguns conceitos pertinentes ao estudo. Dentre os mais fundamentais estaria a teoria sociosemiótica de Eric Landowski, que propõe que o sentido se constrói em ato no momento mesmo da interação.

Ao finalizar a pesquisa é possível também perceber que teria sido pertinente entrevistar alguns participantes das oficinas ministradas por Gabriela Mazepa e Vicenta Perrotta, assim como pessoas que apliquem métodos semelhantes àqueles propostos por elas, e também, alguns dos seguidores do *Coletivo Estileras* nas mídias sociais, preferencialmente aqueles que pratiquem estileragem inspirados pelo coletivo. Dada a impossibilidade de desassociação da *VP Upcycling* de Vicenta Perrotta ao *Atelie TRANSmoras*, teria sido significativo entrevistar também pessoas atuantes nesse contexto, em especial figuras como Rafa Kennedy e Manauara Clandestina, cuja atuação é de grande expressividade. Porém, devido ao tempo que se dispõe para uma pesquisa de mestrado tal coleta complementar de dados não foi possível.

Espera-se que os resultados deste estudo possam contribuir ao campo na formação de novos profissionais e teóricos mais críticos, no sentido de servir como alerta para a necessidade de abertura para o desenvolvimento de uma pluralidade de práticas tanto quanto necessárias para cada realidade e contexto de produção, assim como, de olhares e perspectivas criativas e estéticas mais abrangentes e pertinentes à sociedade formada por óticas plurais que precisa urgentemente ser construída com vistas a não exclusão da maioria em prol da soberania de uma minoria que impõe a todos sua visão de mundo. Esta pesquisa se situa também como um alerta ao protecionismo vigente no campo. Nesse sentido, vale ressaltar que para que novas possibilidades sensíveis existam não é compulsório que outras deixem de existir.

Além disso, os resultados do estudo demonstram que os projetos estudados, por meio de suas práticas, tem muito a contribuir ao campo da moda em diversos sentidos, até mesmo em termos culturais, ao demonstrar postura de cooperação ao invés de hostilidade, generosidade ao invés de apropriação, renúncia da hierarquização em prol do coletivo, tomada daquilo que está no entorno ao contrário

do descarte do aqui para exaltar o além e, ainda mais importante, em experienciar a estética ao invés de utilizá-la como meio de dominação e conformação. Ao mostrar que é possível existir uma “moda” não impositiva, impeditiva e conformadora, mas sim, propositiva, desobstruente e libertadora, na qual o vestuário e sua produção configurem-se, de fato, como autênticos veículos de expressão criativa, estética e política tanto individual quanto coletiva.

5.3. Sugestões de pesquisas complementares

Dentre as sugestões para pesquisas complementares está a expansão da pesquisa com a inclusão de estudos de casos de novos projetos, assim como, de coleta de dados complementar junto aos projetos já analisados para inclusão de novas entrevistas, conforme já mencionado.

Sugere-se também a repetição do mesmo tipo de estudo, ainda na modalidade estudo de casos múltiplos, porém com abrangência nacional, para análise também de projetos de moda não institucionalizada localizados fora do estado de São Paulo.

E ainda, a realização de estudo de reconhecimento para identificação de projetos de moda não institucionalizada de acentuado caráter experimental. Bem como, a realização de estudo sobre práticas relacionadas ao vestuário e também de acentuado caráter experimental, porém aplicadas de forma individual e para uso próprio.

Outra sugestão é que realize-se um estudo de casos múltiplos em que se investigue redes de coletivos de moda não institucionalizada inter-relacionados com foco nos modos de produção e parcerias realizados por eles.

Propõe-se ainda o estudo dos métodos desenvolvidos e aplicados por indivíduos na confecção de roupas produzidas à partir do reuso de roupas descartadas ou em desuso. Com vistas a compreender de que maneira cada indivíduo aplica o reuso de tais materiais.

Por fim, sugere-se o estudo dos modos de apropriação e conversão da internet e, mais especificamente, das mídias sociais em meios úteis à produção, organização, estruturação e visibilização de projetos de moda não institucionalizada.

REFERÊNCIAS

Relação bibliográfica citada

BARTHES, Roland. **Mitologias**. 4. ed. Rio de Janeiro: Difel, 2009. 258 p. Tradução: Rita Buongiorno.

BARTHES, Roland. **O Grão da voz: entrevistas 1962-1980**. Lisboa: Edições 70, 1982. 365 p.

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: Wmf Martins Fontes, 2009. 476 p. Tradução: Ivone Castilho Benedetti.

BERGAMO, Alexandre. **A experiência do status: roupa e moda na trama social**. São Paulo: Editora Unesp, 2007. 226 p.

BOLLON, Patrice. **A moral da máscara: Merveilleux, Zazous, Dândis, Punks, etc..** Rio de Janeiro: Rocco, 1993. 236 p. Tradução de: Ana Maria Scherer.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: Artes de fazer**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1998. 351 p. Tradução de Ephraim Ferreira Alves.

CHAUÍ, Marilena. **Conformismo e resistência: aspectos da cultura popular no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1986. 179 p.

CHAUÍ, Marilena. **O que é ideologia**. São Paulo: Brasiliense, 1980. 150 p. (Coleção primeiros passos).

CLARKE, John. **Style**. In: HALL, Stuart; JEFFERSON, Tony. Resistance through rituals. Birmingham: Routledge, 1976. p. 175-191.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: Classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Senac São Paulo, 2006. 499 p. Tradução: Cristiana Coimbra.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 23. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2007. 295 p. Primeira publicação em 1978.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. 20. ed. Petrópolis: Vozes, 1987. 288 p. Tradução de Raquel Ramallete.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. 43. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996/2011. 143 p.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GENETTE, Gérard. **Palimpsestos: a literatura de segunda mão**. Belo Horizonte: Viva Voz, 2010. 166 p. Primeira publicação do original em 1982.

HEBDIGE, Dick. **Subculture: the meaning of style**. London: Routledge, 2002 [1979]. 195 p.

KAWAMURA, Yuniya. **Fashion-ology: an introduction to fashion studies**. Nova York: Berg, 2005. 124 p.

KAWAMURA, Yuniya. **The japanese revolution in paris fashion**. New York: Berg, 2004. 198 p.

KRISTEVA, Julia. **Introdução à semanálise**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1941. 209 p. (Coleção Debates). Tradução de: Lucia Helena França Ferraz.

LANDOWSKI, Eric. **A sociedade refletida: ensaios de sociossemiótica**. São Paulo: Educ/ Pontes, 1989 [1992]. 213 p. Tradução de Eduardo Brandão.

LANDOWSKI, Eric. **Regimes de espaço**. Galáxia (São Paulo), [s.l.], n. 29, p.10-27, jun. 2015.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível: estética e política**. 2. ed. São Paulo: Exo, 2009. 69 p. Tradução de Mônica Costa Netto.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas: a moda no século dezenove**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

VEBLEN, Thorstein Bunde. **A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições**. São Paulo: Abril Cultural, 1983. Tradução: Olívia Krahenbuhl.

Relação bibliográfica complementar

BUSCH, Otto von. **FASHION-able: Hacktivism and engaged fashion design**. 2008. 271 f. Tese (Doutorado) - School of Design and Crafts, Faculty of Fine, Applied and Performing Arts, University of Gothenburg, Gotemburgo (Suécia), 2008.

CHAUÍ, Marilena. **Brasil: Mito fundador e sociedade autoritária**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2000. 103 p. (Histórias do povo brasileiro).

CROCI, Paula; VITALE, Alejandra. **Los cuerpos dóciles: hácia un tratado sobre la moda**. Buenos Aires: La Marca, 2000. 201 p. (Colección cuardenillos de géneros).

DEZIN, N.K. **The Research Act** (3rd. Edn). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hill, 1989.

ECO, Umberto. **Modas culturales**. In: CROCI, Paula; VITALE, Alejandra. **Los cuerpos dóciles: hácia un tratado sobre la moda**. Buenos Aires: La Marca, 2000. Cap. 2. p. 94-96. (Colección cuardenillos de géneros).

GREIMAS, Algirdas Julien. **Da imperfeição**. São Paulo: Hacker Editores, 2002 [1987]. 155 p. Tradução de Ana Claudia de Oliveira.

GREIMAS, Algirdas Julien; LANDOWSKI, Eric. **Análise do discurso em ciências sociais**. São Paulo: Global, 1979. 283 p. (Global Universitária). Tradução e prefácio: Cidmar Teodoro Pais.

LANDOWSKI, Eric. **Sociossemiótica: uma teoria geral do sentido**. Galáxia (São Paulo), [s.l.], v. 14, n. 27, p.10-20, jun. 2014.

OLIVEIRA, Ana Cláudia de. **Nas interações corpo e moda, os simulacros**. In: COLÓQUIO DO CENTRO DE PESQUISAS SOCIOSEMIÓTICAS, XIII, 2007, São Paulo. Anais do XIII Colóquio do CPS. São Paulo: Cps, 2007. p. 1 - 34.

RIVIÈRE, Margarita. **Los agentes de la moda**. In: CROCI, Paula; VITALE, Alejandra. Los cuerpos dóciles: hácia un tratado sobre la moda. Buenos Aires: La Marca, 2000. Cap. 3. p. 116-120. (Colección cuardenillos de géneros).

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001 [1994]. 205 p. Tradução de: Daniel Grassi.

Relação webgráfica

CRIADORES, Casa de. **Página web da Casa de Criadores**. Disponível em: <https://casadecriadores.com.br/>. Acesso em: 11 dez. 2020.

ESTILERAS, Coletivo. **Página web do Coletivo Estileras**. Disponível em: <https://www.estileras.com.br/>. Acesso em: 11 dez. 2020.

ESTILERAS, Coletivo. **Perfil do Coletivo Estileras na rede social Instagram**. 2020. Instagram: estileras. Disponível em: <https://www.instagram.com/estileras/>. Acesso em: 16 jun. 2020.

ESTILERAS, Coletivo. **Portfolio do Coletivo Estileras**. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1x9psFMst_IJ6e3vCvh0zgejHSyxrhdP/view. Acesso em: 11 dez. 2020.

RE-ROUPA. **Página web do Re-Roupa**. Disponível em: <https://reroupa.com.br/>. Acesso em: 11 dez. 2020.

RE-ROUPA. **Perfil do Re-Roupa na rede social Instagram**. 2020. Instagram: reroupa. Disponível em: <https://www.instagram.com/reroupa/>. Acesso em: 11 dez. 2020.

SP-ARTE. **Página web da Sp-Arte**. Disponível em: <https://www.sp-arte.com/>. Acesso em: 11 dez. 2020.

TÊXTIL, Vicunha. **Revista Vtrends**. 2018. Disponível em: https://www.vipreview.com.br/data/files/AA/41/50/E2/335CF510571A4CF5B318F9C2/vtrends_FINAL_ENG_WEB_simples.pdf. Acesso em: 24 jun. 2020.

TRANSMORAS, Ateliê. **Perfil do Ateliê TRANSmoras na rede social Instagram.** 2020. Instagram: atelietransmoras. Disponível em: <https://www.instagram.com/atelietransmoras/>. Acesso em: 11 dez. 2020.

TRANSMORAS, Ateliê. (São Paulo). **Relatório de impacto Ateliê TRANSmoras ano de 2019.** 2019. Disponível em: <https://mailchi.mp/aaed6bbebb82/relatrio-de-impacto>. Acesso em: 12 jun. 2020.

UPCYCLING, Vp. **Perfil da VP Upcycling na rede social Instagram.** 2020. Instagram: use_vp. Disponível em: https://www.instagram.com/use_vp/. Acesso em: 11 dez. 2020.

APÊNDICE A: ENTREVISTAS TRANSCRITAS

Entrevista 1 - Concedida por Ricardo Boni Gattai Sifert, no ateliê provisório Estileras Talvez dentro do espaço Viva Projects (Rua Cristiano Viana, 201 - Cerqueira César, São Paulo – SP), em 21 de junho de 2018.

— Vamos começar então falando um pouco sobre você.

— Tipo geral?

— É, o que vier a mente.

— Tá, olho pra você olho pra câmera?

— Pra mim, pode olhar pra mim.

— Meu nome é Ricardo Boni Gattai Sifert, não sei se precisa ser inteiro, tenho 21 anos, eu nasci em Mairiporã, na verdade eu nasci em São Paulo, mas morei em Mairiporã minha vida inteira. Ámm que abragente, ámm já que é sobre moda, eu não sei, eu sempre tive a brisa da moda depois de muito tempo eu reparei que era verdade isso, mas tipo, eu fui revisitar desenhos meus, era um monte de croqui, passado!, mas era real assim na escola, arte livre assim, e eu sempre tive essa brisa da moda, mas eu sempre fui a pessoa de imaginar eu nunca fui a brisa do fazer, então eu preferia ficar imaginando meus looks, minhas ideias, aí eu vivia pá tudo bem, até que depois de um tempo eu comecei a testar assim, a falar vamos lá, vamos começar a usar as coisas, vamos tentar se vestir, porque minha mãe sempre me vestia e não era um problema, era tipo eu realmente era preguiçoso pra isso, eu queria que ela comprasse eu só escolhia as cores. E aí depois de um tempo eu comecei a vestir, assim meio que refs mesmo me deram essa vontade assim, aí comecei a usar vestido, a saia que é a primeira coisa assim que me bateu, e aí depois de um tempo eu comecei a sair no rolê, eu comecei a conhecer a Brendon, eu comecei a ver outros modos de ver as roupas assim, e aí eu comecei a brisar nisso assim, hoje em dia eu não parei, eu não. Eu percebi que as roupas são muito mais tecidos e coisas que você pode fazer tudo o que você quiser assim (interrupção da campanha do espaço onde estava o atelier provisório).

— Me conta então como tudo começou com a estileras.

— É, a gente, quando eu comecei a vir pra São Paulo, eu comecei a vir por causa que eu conheci uma pessoa da internet, famosinha na internet e eu quis muito conhecê-la e aí eu acabei indo no rolê com ela, e aí tinha umas outras pessoas que eu adicionei no facebook, aí começaram a marcar presença em uns eventos que era muito uma vibe que eu procurava na época assim, um lugar que eu queria estar, e aí foi muito por acaso assim, eu falei: aí porque não vamos nesse evento?! Aí fui, levei uma amiga minha da minha cidade, e aí a partir daí a gente foi meio que tipo amando o rolê e foi tipo ficando ficando, conhecendo as pessoas, interagindo, e aí eu conheci a Brendon, e aí nessa época eu meio que tipo usava todas as peças no lugar, tentava fazer styling assim mais pela cor assim sei lá sabe.

— Sim ahã rs

— E aí eu comecei, ah e aí na internet mesmo eu comecei a ver essas refs de coisas “fora do lugar” assim, e aí me bateu aquele plim, tipo porra era, né é isso, tipo não precisa ser isso sempre, mas é isso, também tá aí. E aí eu comecei a reparar que a Brendon fazia isso, de pouco em pouco assim, tipo ela botava só uma perna de calça, refazia um retalho, ou ela aceitava os rasgos dela e fazia sabe, e criava a estética dela em cima disso. E aí eu falei porra é muito isso e aí eu comecei a testar e comecei a ver que eu gostava e comecei a ver que mesmo eu começando a fazer também ainda era só nós duas assim, e aí depois de um

tempo eu comecei a trabalhar no brechó replay e nessas idas e vindas de trabalho, de fazer as coisas pa-pa-pa pa-pa-pa, a gente, realmente não lembro o exato ponto ou a ideia que surgiu assim, mas é meio que a gente, eu comecei a brisar que eu queria botar as minhas ideias pra fora assim de um jeito menos só rolê sabe, que é uma coisa que na real eu continuo fazendo até hoje, aí eu falei pra Brendon: porque a gente não tenta fazer uma “marca” meio que só pra gente expor nossas ideias mesmo, vamos ver o que isso rola e aí o brechó replay estava com, tinha contato já de fotógrafo, a gente já tinha um networking bom assim, e aí a gente falo, vamos fazer. Aí a gente fez o editorial com o Pedro, com a Linn da Quebrada, foi tipo muito bom esse momento assim e a gente lançou. E a partir daí a gente foi começando a sei lá, a construir essa ideia melhor assim, mas foi muito aos poucos na real assim, a gente tá com isso há dois anos, mas a gente tem tipo pouco material ainda assim, a gente foi galgando, fazendo algumas coisas, aí trabalhava muito com o brechó replay, a Brendon tinha tipo muitas coisas dela e aí a gente acabava, ainda mais pelo fato de não ter um atelier e bla-bla-bla a gente ficava muito nessa brisa de tipo é isso, é uma coisa de rolê, vamos tirar foto, vamos viver, pa-pa-pa pa-pa-pa, e aí por incrível que pareça foi tipo assim, nesse ano que sei lá, bateu mais vontade, apesar de já ter feito projetos grandes assim com outras marcas que envolviam nosso nome tal, pareceu que agora a gente sei lá, deu uma maturidade, a gente começou a perceber que era possível de vários formatos também, que também tinha essa brisa que sei lá, tinha os formatos que parecia que a gente queria seguir assim de linguagem, até de conceito que talvez não combinasse com a gente ou não combinava na época, não sei, mas aí isso evoluiu assim e aí o valor da vida, de você viver a sua arte, de você viver as coisas, as pessoas te verem pelo que você se expressa foi gerando muito assunto, pano pra manga e pessoas que não eram “estileras” assim no sentido de trocar as peças de lugar elas também sofriam essas coisas, elas percebiam essas coisas, esses discursos da roupa, do poder da roupa e aí agora a gente está maturando mais, está tudo mais concentrado e a gente está, aí teve essa oportunidade que só melhorou porque o espaço ajuda muito. Mas é meio que isso assim, foi meio que a noite de São Paulo que trouxe a gente junto e continua mantendo a gente assim.

— Então era uma coisa mais de vocês se montarem pras festas, pra ir pras festas e era tipo você se montando pra ir.

— Era exatamente, porque a festa em si, que é a Tormentor que era de um tempo atrás ela tinha um cunho moda assim sabe, essa sei lá, pra mim ainda era muito essa ideia de festa de São Paulo com pessoas montadas e drinks e sei lá música pesada e aí quando eu vi isso eu falei não! Vamos lá! Vamos se joga! E aí a gente começou a fazer e aí começou a transformar assim, de talvez um pouco até dessa vibe do close do não sei o que, e a galera começou a só se vestir e tipo assim, mostra seu look ah mostra seu look, ah gostaria de fazer seu look, aí aparece fulaninho com uma roupa igual mas que não era pra debater era só pra sabe, e aí as pessoas, todo mundo fala da moda assim sabe, e aí isso foi, dava vontade de sair de casa montando um look sabe pra acontecer uma coisa sabe e aconteceu, então foi muito isso.

— E assim, como você definiria o que você faz?

— Caramba! É porque é muito difícil rótulos nesse sentido mas, ain eu não sei.

— Talvez por eliminação, o que você acha, que rótulo, vamos supor né, não queria ter.

— É que eu não sei se não é querer, é uma ideia de tipo, o porque eu tava pensando é meio que tipo, é percepção né, sua percepção é uma coisa a percepção de muitas outras pessoas é outra, então é tipo não que esses rótulos eu não queira mas é que de vez em quando se falar deles sem um contexto muda a palavra assim sabe, tipo a coisa da arte, do fazer artístico, essa coisa artesanal, eu acredito que é mas é que eu acho que tem tantos

caminhos para se interpretar esses rótulos que eu fico meio apreensivo assim de usar mas eu não sei. Pra mim eu faço os meus looks, sabe, eu faço os meus looks e aprendi por coisas da minha família mesmo, dos meus pais e coisa da faculdade que me ajudou também a conectar uns pontos que eu queria conectar sei lá assim, de que é isso assim, se a gente bota na internet a gente já está espalhando, a gente já está fazendo essa coisa de, esse copyleft assim sabe, então sei lá, eu faço meus looks e o que eu quero assim, por enquanto eu faço muito os meus looks e ideias que batem assim muito por tipo ah fulaninho queria uma peça ou ah tem esse momento, esse contexto mas eu queria, uma coisa que eu tento fazer com os looks e estou tentando fazer mais e mais assim, é além de fazer para mim e me sentir confortável e poder entender mais o meu mundo é essa coisa de contar minhas histórias ou contar minhas sensações, expressar elas assim, e ah cheguei num ponto: eu acho que o que a gente faz é muito... tem uma palavra boa, tipo afronte, é muito isso na real, acho que se você, acho que de todas as interpretações, de todos os rótulos possíveis eu acho que o afronte cabe em todas, porque mesmo que eu esteja fazendo só para mim ainda é roupa e você não tem como sair de casa sem roupa. Então se você vai sair e você já está querendo usar essas roupas você vai trazer o afronte, eu acho que a estileras pra mim é uma coisa muito afronte, porque por enquanto é muito moda, mas eu queria que expandisse, queria que viesse outras coisas, mas acho que é por aí, é uma boa conclusão.

— Então assim, o que você está buscando ao fazer isso?

— Afrontar, mostrar essas outras possibilidades, mostrar outras possibilidades de que não é só isso ou é isso e mais dez coisas e o grande talvez, sabe colocar esse talvez nas coisas. E porque também, bom, a gente vive no mercado, a gente tem que tipo, se você não vai se encaixar em um trabalho normativo cai muito assim, então vai fazer sua arte ou vai fazer suas ideias, então também tem esse lugar assim de já que eu gosto de fazer isso e de algum modo está dando certo eu vou continuar fazendo pra expressar também, para criar essa birra, mostrar no mercado que o mercado não é tudo isso, tipo o mercado que as pessoas veem não é todo o mercado, poder estar inserido nesses espaços para afrontar de outros modos, então é meio que isso assim, e porque é gostoso compartilhar as ideias assim, depois de um tempo você vê que as pessoas, elas respondem muito, elas conversam, é uma troca gostosa assim com as pessoas, você fala ha nunca imaginei que você iria falar isso sabe, ou que fulaninho ia falar tal coisa ou que eu iria estar fazendo uma entrevista em um ateliê provisório, sabe essas coisas, então acho que é muito isso.

— Você fez faculdade de? Artes?

— Não eu fiz um ano de faculdade de comunicação e multimeios na PUC e fiz um ano e meio de comunicação e artes do corpo na PUC, mas aí eu parei por causa do trabalho que estava dando muito mais frutos assim, eu preferi meio que parar a faculdade assim e seguir o meu trabalho, que está virando outras coisas assim, mas eu sinto falta da faculdade, um pouco.

— Vamos mudar um pouquinho aqui, como você escolhe as roupas que você vai usar para as composições?

— Bom, como a maioria das vezes é pro rolê é literalmente gosto, tipo eu olho meu guarda-roupas e aí naquele momento é essa polo, mas no outro momento podia ter sido a blusinha e é meio que uma peça assim que meio que me leva, tipo nossa gostaria de usar isso agora! ou tipo, eu gostaria desse detalhe agora, e aí eu falo bom, sei lá, já que eu ainda sou muito viciado em rebater cor (rs) então acaba sendo isso, tipo ai é top preto então vamos lá, vamos compor isso, e aí vai, aí vai de tudo de, sei lá, eu botei e rasgou um pouco já faz outra coisa, pega outras peças e monta, então é meio aleatório, é bem de gosto assim.

— Mas assim, e quando você vai comprar as roupas você nunca compra as roupas já pra produzir alguma coisa assim?

— Sim, aí sim, por exemplo os editoriais a gente, por exemplo o nosso primeiro era jeans, então era jeans, nada mais que jeans, a gente no máximo escolhia, sei lá, uma coisa que tinha um bordado interessante, aí também era muito do gosto de você olhar e falar, ah, porque como a gente vai no brechó a gente não está indo numa C&A meio que sabendo as peças que eu vou encontrar, então quando você chega e vê um monte de jeans a gente seleciona meio que o que é interessante na hora, mas sim a gente, eu pelo menos, essa semana eu fui no brechó e eu só queria gola alta colorida eu fui pra isso, gola alta colorida, vamos lá, vu-vu-vu vu-vu-vu, e aí no meio do caminho eu achei tipo uma blusa que eu gostei. Foram coisas que eu gostava pra outras ideias já assim sabe. E aí como está tendo bastante movimentação na minha cabeça, no meu produzir, eu fui lá peguei umas golas altas, achei umas blusas altas assim, mas acabou que eu estou usando tudo para o trabalho, mas o trabalho também é minha vida então eu garimpo pra mim, garimpo pro trabalho e vai assim. Mas normalmente é muito por cor pra mim, não sei porque, vou quero achar peças X e essa cor, vou lá e vou garimpando.

— Eu ia perguntar do processo criativo, mas é mais ou menos o que você falou do guarda-roupas né então?

— Sim.

— Você falou de ter visto algumas imagens né, eu ia te perguntar, não para reproduzir exatamente aquilo, (sim, mas pra saber que é possível) mas que te deu a ideia. Então eu ia perguntar se você se inspira em alguma referência seja pra fazer a composição ou seja pra fazer as poses que vocês fazem nas fotos.

— Então é assim, apesar da gente, quando a gente faz o nosso a gente é a nossa equipe criativa, tipo assim, a gente está pensando na pose junto com o fotógrafo, a gente está meio que fazendo tudo, a gente não só chega faz o styling e vai embora, é sei lá, eu sou muito do styling mais, então quando eu vou fazer as coisas eu meio que eu já chamei o fotógrafo porque eu sabia que ele ia pensar certas coisas, então eu não sei te dizer se nessa situação de pose ou de composição de uma imagem eu tenho tanta referência, é uma coisa que eu estou tentando fazer agora assim, listar minhas referências pra também poder passar pra quem trabalha comigo. Tipo ai eu gostaria dessa luz, gostaria desse... Mas eu vou muito mais pro styling e eu não sei dizer uma referência específica porque eu sigo muita gente e eu não sei se é uma coisa que você repara assim, começou a fazer um já tem muita gente fazendo o que a gente faz assim sabe, e tem muita gente que talvez não faça no trash, na agulha ou no alfinete, uma coisa que é mais uma proposta nossa, desse fazer agora, fazer meio que correndo e aceitar as adversidades, a galera faz moldes parecidos, então eu sigo um universo de gente que está muito conversando com isso assim. E acontece que muitas coisas, depois de um tempo eu descobri que muita coisa eu não sei fazer, porque eu não sei processo de moda, então tipo assim, eu não sei fazer uma estrutura longa, tipo sei lá uma estrutura arqueada, eu não sei fazer coisas que demandariam truques de costura, então por mais que eu veja uma ref e fale porra é exatamente isso, quando eu vou reproduzir já não é isso, e aí eu já percebo na frente do espelho que talvez para o meu corpo também realmente já que eu não vou conseguir se eu pegar um alfinete e jogar lá atrás é isso sabe. Então apesar da referência, a referência talvez me leve para o primeiro momento, para a primeira coisa, para a primeira moda que eu coloco na roupa, mas vai ser a partir daí que eu vou inventar um look na real.

— Até porque você resolve de outra forma né.

— É, porque também não dá pra fazer e nem é muito o meu interesse assim, mas do momento que eu quis reproduzir coisas realmente, falei não seria interessante essas mesmas texturas, essas mesmas coisas, eu reparei que era muito difícil, porque você teria que ficar garimpando muito, é um trabalho de pesquisa que demanda tempo e dinheiro, sabe você realmente achar umas coisas parecidas ou compor umas coisas. Então eu falei não! Vamos continuar com o que eu tenho, porque eu já tenho estampas, eu já tenho coisas então vamos misturar e sei lá no final daquilo talvez a ref seja a cor, sabe talvez a ref seja que eu vi e achei interessante que o cara fez três golas e eu nunca tinha pensado em três golas só em três cóis, mas eu fiz três golas, mas assim, ele fez gola social e eu fiz outra gola sabe. Então acho que é uma diluição, não é tão real, até porque não é possível, não no nosso contexto assim sabe, reproduzir realmente.

— E o que você pensa sobre moda?

— Uhu, que é que nem tudo e fizeram ser uma bosta né, fizeram ser um padrão, querendo ou não fizeram a concepção de moda ser uma coisa né, ser tipo tendência, ser formatos em certas épocas, cores em certas épocas, fizeram uma grande restrição de coisas, até porque talvez seja mais útil, mais fácil de manejar porque sei lá, você tem que botar roupa em milhões de pessoas, tal, mas chegou num ponto que não se... que a moda, sei lá, a moda pra mim, pelo menos assim no Brasil é muito engessada assim, eu vejo a moda como nesse panorama, mas aí eu lembro que a moda não é só isso, apesar das pessoas acharem que é só isso e falarem, reproduzirem muito isso. A moda é como a gente se veste assim, porque a gente não pode viver sem roupa, tipo, não tem como não existir moda, a moda está em todo lugar, essa coisa da roupa. Então eu acho que é essencial, porque fizeram ser essencial também, porque também a gente podia estar andando pelado, mas fizeram ser essencial então é isso vamos trabalhar, mas eu tenho medo muito que até a palavra moda talvez tenha outras palavras que falem mais disso, mas a palavra moda me remete muito a como as pessoas veem caixinhas assim de coisas. E como que também a partir disso que a gente está extrapolando e fazendo coisas novas assim também. A moda é quase que nem tudo, esse grande paradoxo maluco de mercado, as pessoas que vivem, as pessoas que vestem, as pessoas que vendem, as pessoas que produzem, as pessoas que acham que é arte, as pessoas que acham que é produto, sabe?! Então é essa grande maluquice que merece ser mais solta, assim, as pessoas merecem ter mais coisas. E que é maluquice porque já deve ter muita gente que se veste da forma como exatamente quer e que deve achar, ter uma certa flexibilidade apesar de estar dentro de vários padrões, mas sei lá, eu acho que podia ser mais abrangente, podia ser mais acolhedora até de vez em quando, de vez em quando a moda parece que dá medo assim, parece ser uma obrigação muito ruim, o que não é, ou sei lá, pelo menos não é pra mim rs.

— Bacana, e eu vi que vocês participaram do melissa meiofio e do sparte, você quer falar um pouquinho sobre como foi?

— Áaa, a gente por causa do... assim, a gente tinha a ideia de fazer as estileras, a gente estava vamos lançar, ok vamos pensar, e nesse meio tempo de processo, produção e finalização, aconteceu o meiofio, aí o Eduardo que é o criador do brechó replay, ele foi uma dessas cabeças que iam conectar essas pessoas, e aí ele falou vou mandar vocês só que aí vocês precisam ter material, e aí foi tudo uma confusão pra gente organizar e mandar, e aí eles aceitaram, e aí a melissa foi (pausa pensando) não sei dizer, eu não sei se a gente não aproveitou muito ou se é um outro tipo de linguagem de exposição das coisas que não era muito isso, mas, foi um projeto que nos conectou com pessoas interessantes, isso não tem como não dizer, abriu nosso networking de profissionais bem hype stage assim, o que é bom. E, pela grande merda da indústria de calçado que você não pode calçar... não tem

números grandes, homem veste isso mulher veste aquilo e que a melissa apesar de jogar todos os discursos de que sou desconstruída e sou agênero, você está falando que o agênero é uma coisa, então você já está definindo uma coisa que vai acabar no binário, então tipo, a melissa, eles como todo mercado estão se reposicionando e a gente viveu muito esse momento deles jogarem sua primeira ideia de sem gênero, seus primeiros sapatos grandes e não sei o quê. E a gente estava entrando nesse mundo e a gente reparou que era restrito e era um bagulho que não me vestia, eu não consigo vestir uma melissa até hoje sem rasgar ela, então, e aí a melissa criou pra gente também essa discussão dos calçados, de criar o calçadomonstro, então foi uma coisa interessante, mas é o paradoxo, foi essa maluquice que gerou, foi essa crítica dentro do nosso trabalho, a gente criticou a marca dentro da marca. E foi isso, aí a gente não ganhou lá, porque na época era a história de ganhar, mas fizemos bons contatos e conseguimos melissas o suficiente pra fazer esses calçados que a gente conseguiu expor e trazer essa ideia de monstruosidade e de quebra do que a gente está pensando que tem que ser vestido. E a sparte, foi também por causa dessas conexões. A Paula Garcia é uma curadora amiga nossa, ela convidou o brechó replay e o brechó replay é muito tipo não é só a gente é impossível ser só o núcleo central do brechó replay a gente depende das outras pessoas realmente, que nem as estileras também, porque a gente é muito styling e depende das outras coisas. E aí eu estava na produção, não estava só sendo estileras, eu era tipo produção, eu organizei as coisas, e a gente queria falar dos outros artistas, trazer outros artistas, porque a gente estava em um quadrado meio que grande, a gente queria meio que cada dia ter um foco assim sabe, e trazer essas pessoas e falar more é isso, se joga usa esse espaço porque é esse espaço que a gente tem que estar pra sei lá, a gente tem que estar, foda-se, a gente tem que estar de alguma forma assim sabe, porque restringiram demais essas coisas. E aí a gente organizou tal e no sábado a gente fez esse dia meio que dos monstros mesmo, porque apesar de todos os dias, as pessoas ficavam, pro público que estava vendo todo mundo era monstro rs, o sábado era mais monstro mesmo assim essa coisa do cair, essa coisa da máscara da coisa da maquiagem e desse monstro que brinca com a religião lá, que teve uma performance disso tal. E foi interessantíssimo, foi muito bom, foi a primeira vez que a gente fez isso mesmo de montar nossas coisas na frente de todo mundo e montar várias coisas rápido e várias vezes e sair andando e usando e caiu e volta e remonta. Então foi interessante, a gente fez isso e uns amigos nossos vieram e começaram a vestir do nada e começaram a estar no mesmo rolê que a gente, eles estavam fazendo os mesmos calçados que a gente, estavam fazendo styling e a gente tipo convidou eles para estarem lá e eles só começaram a entrar junto sabe. Então foi um bom momento de conectar com algumas pessoas assim e de mostrar que também existe essa conectividade entre nós. E, a sparte repercutiu no espaço que a gente está que foi daí que a gente conheceu esse espaço, esse espaço conheceu a gente, então foi show, foi bem show assim apesar das maluquices porque né mundo da arte rica é bem difícil, mas foi show, foi show sim.

— E, eu ví que vocês colocaram na legenda da foto algo do tipo no terreno do inimigo né, uma coisa assim.

— Ah sim, é porque no domingo a gente foi fazer a finalização, que a gente fez o culto. Porque a gente tem uma amiga nossa, travesti do Rio, que é a Ventura Profana e ela faz, ela tem a universal o reino das bixas, e ela fez uma estampinha com o logo da universal escrito o reino das bixas embaixo e tal. E aí ela movimentou essa coisa no Rio, ela faz as performances dela é meio que tipo esse culto e tal, e a gente queria encerrar nossa passagem por aquele espaço desse jeito assim. Com esse louvor as bixas, a travestilidade e

a tudo de errado rs e monstruoso que tem que estar e que tem que estar sendo vivido também. E aí uma das coisas que ela cantava era isso: estamos pisando no terreno do inimigo. E era muito isso, era obviamente isso, quando ela falou isso eu até falei ai meu deus passada como ela descreveu exatamente todos os dias que a gente está vivendo assim sabe, uma luta no terreno do inimigo rs

— Quer falar mais alguma coisa?

— Eu não sei, mas acho que não. Eu não sei se eu falei o que eu queria falar, mas é isso, aconteceu.

Entrevista 2 - Concedida por Brendy Xavier, no ateliê provisório Estileras Talvez dentro do espaço Viva Projects (Rua Cristiano Viana, 201 - Cerqueira César, São Paulo – SP), em 21 de junho de 2018 (momento anterior à transição de gênero da entrevistada).

— Vamos começar falando um pouco sobre você

— Me apresentando?

— É.

— Tá, meu nome é Brendon, meu apelido é Brendy, minhas amigas me chamam, me deram esse nome. Eu sou de São Paulo mesmo, da zona leste de São Paulo. E eu tenho 20 anos, nunca fiz nenhuma faculdade, nenhum curso de moda, entrei nesse caminho espontâneo mesmo como toda minha vida, meus looks são todos espontâneos tal.

— E, como e quando tudo começou com a estileras?

— As esilieras em si? Então, com as estileras começou, a Boni teve a ideia desse nome e de criar um coletivo quando ela percebeu que a gente fazia estileragem, a gente se conheceu no rolê, em festa e a gente ia com uns looks tipo muito improvisados sabe, aí a gente pensou em aderir a isso e expandir sabe, tipo, mostrar isso além, pras pessoas, que dá pra fazer moda, dá pra fazer um look de qualquer jeito assim estilerando, a moda quem faz é você.

— E o que é estilarar?

— Estilarar é você improvisar, você fazer uma gambiarra, você se vestir do jeito que você quer, bem mas tipo, você não precisar talvez ter que ir mandar fazer alguma peça, é você fazer na hora, você tipo estilizar pro seu momento assim sabe, então estileras é cortar, estileras é tipo costurar, estileras é você improvisar, você usar uma peça fora do lugar ou dentro do lugar mas de um jeito que as pessoas talvez ache que não é necessário, mas pode ser que seja.

— Sim, então como você definiria o que você faz, se você pudesse dar um nome qual nome seria?

— É estileragem.

— E o que você está buscando ao fazer isso, você está buscando alguma coisa?

— Bom, agora que eu percebi assim que isso pode crescer sabe, essa visão assim de como se vestir pode se expandir assim, as pessoas podem talvez não ser tão “exagerado” tipo tudo fora do lugar, mas alguma coisa ela pode aderir pra ela assim sabe. Então eu acho que onde eu quero chegar é que as pessoas realmente percebam assim tipo, eu mostrar pras pessoas que tem possibilidades, e sei lá, eu me vejo talvez criando coisa sempre tipo pra mim, sempre tipo no meu eu mas se expandir, ir pra outros lugares, vestir várias pessoas, tipo várias pessoas, que estão nesse caminho ou também não.

— É, o que você estava falando lá embaixo, sobre criar outro corpo no seu corpo, quer falar um pouquinho sobre isso?

— Hum, essa questão é tipo, sobre usar peças menores assim, se eu quiser usar peças de criança aí não cabe, aí montar no corpo. É que eu acho muito visualmente lindo assim, eu ver uma camisetinha e uma calça assim em cima de outra roupa, sei lá. É uma coisa minha assim é uma pira que talvez eu acho que nem sei explicar mesmo, assim de criar outro corpo, mas é só uma possibilidade assim, que eu possa vestir uma peça menor e acaba na visão fotográfica você acaba olhando outro corpo.

— Dá um efeito de que tem um corpo na frente do seu né?

— É, uma colagem. Eu acho isso bafo.

— Sim, é uma das que eu mais gosto também, que eu vejo e fico ai que legal, eu gosto bastante.

— É, como você escolhe as roupas que você vai usar para fazer outras roupas ou como você seleciona as roupas?

— É, quando eu estou no trabalho ou quando tipo eu vou me vestir?

— É quando você vai, pra estileras mesmo, é porque na verdade é o que você está vestindo né assim, e tipo quando você vai fazer sua composição, a roupa está lá inteira ainda, você não cortou, não fez nada. Como você seleciona qual roupa você vai usar, o que te atrai pra escolher aquela peça?

— Então, geralmente eu venho, não sei, se eu for sair eu quero estar confortável, eu quero tipo, pô eu vou pra um lugar que eu não posso me sujar tanto, eu vou usar umas cores mais neutras. Na verdade tipo, eu não penso, eu acho, de vou usar essa peça. Geralmente eu olho no guarda-roupas quando eu vou me vestir, aí eu falo ai eu quero usar isso, aí as vezes eu não quero a peça inteira acabo cortando assim, eu quero um shorts daí não tem um shorts então vou cortando, ou tipo, eu quero um cropped amarelo, mas eu não tenho, então eu vou fazer a calça de cropped. Tipo que nem hoje, hoje eu fui pra festa ontem aí eu estava com algumas peças lá, aí eu não queria vir de calça, não tinha nenhum shorts pra eu usar, aí eu falei então eu vou colocar a camiseta de saia assim, e pra mim tudo fica meio bonito assim, nada que, quando fica estranho assim que eu não gosto eu mudo, mas acaba sendo, eu não tenho essa de escolher tecido, as vezes eu quero sair de jeans, as vezes eu quero sair de moletom, mas geralmente é tipo confortável, pra mim tudo é confortável no meu corpo, assim até colocado de outro jeito assim.

— É, eu ia perguntar do processo criativo, mas você já meio que falou assim né. Que daí você olha no guarda-roupas e pega e se não é o que você quer você altera ali naquele momento né.

— E você se inspira em alguma referência pra fazer as composições das suas roupas?

— Ah, hoje em dia tem bastante referência na internet, a gente vê, mas nunca sai igual né, porque assim, você vê uma peça de uma marca fudida, pode falar palavrão? rs, só que eu não vou conseguir aquela peça porque é muito cara ou está muito longe de mim, então eu vou criar, eu quero tipo, por exemplo, um cropped e sei lá, hoje em dia no instagram tem muita coisa, você consegue encontrar vários caminhos, mas nunca fica igual, que nem eu falei, eu vou pegar o que eu tenho, então acaba sendo uma criação diferente, as vezes eu peguei de uma criação tipo super diferente assim, não sei o que eu posso falar, as vezes uma coisa que era da louis vitton, mas tipo nada a ver com Louis Vitton sabe, porque não é aquela peça, não é aquele tecido, não é aquela costura, mas eu pego referência do que eu vejo mesmo passando, eu nunca fico procurando, assim vou procurar, vou procurar. É sempre o que chega até mim ou tipo minhas amigas que estão ao meu redor, que tipo minhas amigas sempre se vestem muito bem e elas me inspiram assim então, a referência é

o que está ao meu redor assim sabe, sempre, todas as peças que eu tenho em casa, que eu compro em brechó é coisa que eu posso usar em momentos tipo em casa, sei lá so uma calça e uma camiseta, eu também sou muito desses, tipo não é sempre que eu estou tudo fora do lugar, tem momentos que eu tipo tá tranquilo, mas é algo que eu posso alterar também se eu quiser fazer alguma coisa, então minha referência é o que está ao meu redor sabe, sempre confortável, mas acaba ficando desconfortável porque as pessoas não entendem então é isso.

— Mas o desconfortável que você fala é do...

— O desconforto seria muito dos olhares das pessoas que não entenderam porque eu estou me vestindo desse jeito, mas pra mim está confortável porque é uma peça confortável ou é tipo, sei lá, só com o boné estava estranho, eu estava me sentido estranho, então eu vou colocar a touca pra cobrir essa parte assim. Sabe as pessoas não entendem porque eu coloquei o capuz assim, mas sei lá, eu só não quero mostrar essa parte do meu rosto então eu vou colocar o capuz.

— Sim, aí o pessoal fica tudo olhando.

— E o que você pensa sobre moda?

— Moda pra mim é você criar, assim, é o criativo da pessoa, tipo, moda pra mim não é o que, tipo, você vai ver, assim tipo, ah eu tô olhando na passarela, aquilo é moda, ou eu tô olhando tipo nas vitrines, isso é moda, tipo, é moda porque pessoas que tem o privilégio de tá lá vendendo fez, mas tipo, a moda na verdade é o que você, tipo, quer vestir assim, sabe. Pode ser o que tá na vitrine ou não, pode ser o que você se sentir bem. Porque tipo, a maioria das pessoas se vestem às vezes não tão confortável pra ela, mas porque tem que tá com aquilo naquele lugar, tenho que colocar essa peça porque essa peça foi feita pra mim, então eu vou colocar porque ela é confortável, mas tipo, nem tá bonito no corpo sabe, se ela tivesse colocado outra coisa poderia ter ficado mais bonito, mas pra ela moda é aquilo que tá lá imposto na vitrine, mas tipo não é isso. Moda pra mim, tipo, é sempre o criativo assim, o que você tira de você sabe, no individual mesmo assim, porque ninguém é igual tipo, sei lá, a gente pode tá no mesmo grupo, gostar das mesmas músicas, mas tipo você pode tá de um estilo totalmente diferente do meu. Isso não vai interferir, tipo, porque os estilos foram criados assim: tipo, ai, eu sou roqueiro então vou me vestir assim, eu sou funkeiro vou me vestir assim, eu sou regueiro vou me vestir assim. E isso vem de cultura também né, geralmente vem de culturas de regiões, mas tipo no meu caso, eu venho da periferia assim, tem vários estilos, tipo, e eu nunca me encaixei em nenhum padrão assim, tipo, nunca fiz parte do grupo dos funkeiros, parte de nenhum grupo. Mas tipo, todos eram meus amigos, porque tipo eu vou conversar com a pessoa, não vou conversar com o estilo dela. E eu acabo meio que misturando tudo porque tipo, são minhas referências, tudo o que tá ao meu redor e é tudo que eu escuto. Tipo, acaba não entrando em uma bolha assim só. Sabe, tenho que me vestir assim, assim, assim, assim, assim só porque eu gosto desse estilo de música. Mas e se eu gosto de todos? Ai eu vou ter que me vestir só pra aquele grupo gostar de mim, será? Acho que não. Porque a pessoa não tem que... A gente chegou num ponto que a gente não tem que mais ver tipo estilo pra você fazer amizade. Você tem que ver personalidade e é muito além a personalidade é muito além.

— Sim, é isso que você falou da questão da vitrine e tal, mas é complicado né, porque tem um discurso de que a gente tem escolhas né, de que todo mundo tem as escolhas e que tipo, o consumo hoje, você vai lá e é totalmente individualizado. Só que se você entra nas lojas pra comprar, você só vê as mesmas coisas né.

— E é sempre o padrão que as pessoas tipo, criam pro bonito, são sempre as pessoas magras, tipo, sei lá, às vezes uma pessoa gorda quer usar uma cintura baixa, mas não vai

ter pra ela, não vai ter uma boca de sino. Porque tipo, não vai ficar bonito na pessoa, como não vai ficar bonito, tipo?!

— E até a própria noção de belo né, ela é muito temporal e muito hierarquizada também né?
— É.

— E vocês participaram lá daquela, fizeram o editorial pra vicunha né, e também participaram da melissa meio fio e do Sparte. Cê quer comentar o que você achou, como você se sentiu em participar, como era o ambiente.

— Vou começar pela Melissa.

— Melissa tipo, foi um projeto bacana. Eu achei tipo, bem legal, o investimento que eles fizeram, mas tipo não sei, são sempre pessoas sei lá, é que já tão naquele patamar e quer tipo mostrar algo diferente. Tá eu vou pesquisar, fez a pesquisa e vou mostrar algo diferente, mas tipo ela não vai me dar possibilidade de tipo criar um calçado pra mim vender lá dentro da Melissa, então tipo. Sei lá, é um projeto que vai dar tal visibilidade, mas tipo não vai me sustentar sabe. Tipo, eu trabalhei, ganhei o dinheiro pá, e foi isso. Não foi uma coisa tipo contínua, não ganhei um emprego, tipo fixo, porque a gente precisa de dinheiro fixo todo mês. Tipo, foi uma coisa que eu acho que eles devem ter ganhado muito mais do que eu ganhei assim. Então, foi uma pesquisa, que eu não acho ruim. Porque tipo, é o que a gente tá fazendo agora, essa pesquisa. Mas tipo, é uma marca grande, uma marca que tipo segue tipo várias, entra em vários, tipo alcança muito público, tipo, público de todos os lugares. Tipo, a Melissa é muito rica, tipo, a galeria Melissa fica na Oscar Freire, tipo, muito rica, mas tipo na periferia muitas meninas usam Melissa assim sabe. E são as melissas talvez mais baratas, mas tipo, que elas amam, isso não é o problema de ser barata ou cara, do preço, mas tipo, sempre tem uma divisão assim sabe, tipo, eles nunca realmente procuram quem consome eles assim tipo, eles vão procurar só o padrão sabe. Mas o meu evento da Melissa assim foi legal, deu pra aprender várias coisas, tipo, conversar com várias pessoas, mas nem tenho contato tipo, as pessoas que criaram esse projeto nem são tipo minhas amigas, nem converso tipo, talvez não me conhecem mesmo, só pegaram o visual porque tipo eles acharam diferente. Então!

— E dos outros dois?

— Na Vicunha foi legal porque tipo era uma revista né que a gente ia criar. Tipo, eles deram a tal liberdade mas tiraram também, que nem eu falei. Eles pediram, era seis páginas que a gente ia fazer de look e foram só seis looks, seis eles não entenderam, tipo eles acharam que não era pra tá ali. Tipo, sei lá, eles mostram o diferente, mas tudo volta pro padrão. Tudo sempre vai voltar pra visão deles. Então, tipo eu queria talvez tá lá, tipo eu mandar não ser mandado né, porque tipo eu sou o empregado assim, tipo eu vou fazer o que eles visualizaram talvez, porque tipo eles visualizaram várias coisas que a gente tipo ultrapassou. Tanto que eles vetaram.

— Mas é interessante também ocupar esses lugares porque assim tipo, eu nunca me vi numa revista tipo antes. Nunca me vi trabalhando pra Melissa. Então tipo, é legal ocupar, porque tipo se você for olhar tipo o patamar de vida meu e deles é tipo aqui assim sabe, só que eu tô lá assim e se eu pensar eu tô assim ainda (a mão acima da outra ultrapassando o nível) porque tipo, sabe porque o meu criativo pra mim é muito mais do que o criativo deles assim. Então eu acho que eles acabam aprendendo mais comigo do que eles me ensinando assim. Porque as vezes. Entrando já na Sparte, na performance ali eu tava num lugar completamente opressor, tipo que eu nunca me imaginaria pagar um ingresso pra tá ali vendo aquelas artes porque tipo eu nunca ia comprar nenhuma arte daquela. Digo no momento agora, tipo pro futuro, ou se eu tivesse um dinheiro que eu poderia investir talvez

alguma arte eu compararia, mas tipo. Eu tava lá como performance, porque performer? Só porque tipo, é o diferente?

— É.

— Tipo, eu não tava tipo vendendo os meus calçados, tipo oh esse aqui vale tanto você pode comprar. Eu tava ali tipo performando, tava tipo aí tô criando aqui minha arte você vai entender tipo do jeito que você quiser. É isso também, porque é tipo sobre mim. Aí eu fiz o, tipo, eu não queria conversar com ninguém que tava ali tipo, que tava visitando. Tipo eu já sabia que aquele público não ia, sei lá, fazer eu crescer em nada, sabe tipo, talvez faria comprando. Tipo, que nem eu tô aqui na galeria hoje porque a Cecilia viu eu lá na Sparte, mas tipo assim, é uma oportunidade de crescer, mas tipo, eu conversando ali, as pessoas pedissem pra explicar porque eu tava fazendo calçado de monstro, sei lá, não ia fazer tanto sentido pra elas. Elas iam ver como arte ali, como performance, não ia ver como uma crítica social. Porque elas não iam usar, elas não iam aderir pra vida delas. Então eu fiz uma plaquinha tipo: Não falem comigo. E tipo eu não olhava na cara de ninguém assim, que tava assim, só meus amigos. Porque meus amigos estavam ali tipo pra me ver, eles me entendiam, eles sabiam o concepts, então quando meus amigos chegavam eu ia lá, eu cumprimentava tipo, fazia questão de cumprimentar, mas tipo as outras pessoas. Porque eu não queria ser oprimido tipo, porque sei lá se eu tivesse talvez recebendo muuito dinheiro pra tá ali, aí talvez acho que eu ligaria o foda-se porque tipo eu taria no mesmo lugar dos outros artistas que tavam vendendo, mas tipo eu não tava, eu tava ali só como, me expondo assim.

— Mas vocês receberam alguma coisa pra tá ou foi, eles pagaram pra vocês?

— Eles pagaram o brecho replay que no caso tava fazendo a curadoria, mas tipo os artistas que o brechó replay chamou não foram pagos não.

— É bizarro né? Porque tipo, não sei, as pessoas que tem sei lá, o privilégio vão investir e vão conseguir vender pelo dinheiro que seja, então tipo, e eu não, vou ter que esperar eles dar o valor pra mim, tipo eu não vou poder dar o valor porque tipo, tá entrando agora o mundo da arte, tá começando agora assim. Por isso que a gente não tá vendendo peça como loja tipo, a gente agora tipo, a galeria assim que a gente tá tipo entrando no mundo da arte, começando a vender peça como arte mesmo assim. Mas a gente sabe também, que não é só arte assim tipo, não precisa ser comprado só pra ser exposto, não precisa ser comprado só pra ter, não precisa ser comprado tipo pra guardar uma peça de arte tipo, é muito mais, uma peça que você pode usar, uma peça que você pode tipo procurar entender o porque, porque tem história sabe.

— É, e de certa forma, quando você falou aí da crítica social, tipo, pra aderir a essa crítica que vocês tão propondo de certa forma, essa roupa, ela teria que tá num corpo andando na rua né?

— Sim, o que a gente faz realmente tipo. Porque é o que a gente veste assim, é o que a gente aderiu pra gente. Então, às vezes pode fazer sentido você ter só pra você ter guardado, mas tipo pra gente não vai fazer tanto sentido, tipo, a gente quer você usando, quer você aderindo. Por mais que as pessoas olhem estranho, mas você tem que ter aquilo porque você gostou no seu corpo, você gostou tipo de vestir aquilo, você acha bonito, você não tem... Porque as pessoas exotificam as coisas né, tipo, tudo é exótico. Passou da visão padrão é exótico, então. Na sp arte inclusive eu era visto como a pessoa exótica assim. Pô meu, nem é tão legal ser exótico assim, aquelas. Às vezes eu quero só passar na rua, às vezes eu só quero ser o normal e eu não sou, eu sou exótico. E ali é pras pessoas que tão na arte, pessoas que tipo, sei lá estudaram várias coisas, viajou o mundo todo e mesmo assim continua vendo aquilo como exótico. Pô meu, você não percebeu que é um estilo de

vida, você não percebeu que tipo, a pessoa aderiu aquilo, ela não tá tipo fazendo só pra se mostrar, sabe tipo.

— Quer falar mais alguma coisa que você tenha vontade? Que ache importante registrar?

— Uhm, acho que não.

Entrevista 3 - Concedida por Gabriela Mazepa, no café do Sesc Santana (Av. Luiz Dumont Villares, 579 - Santana, São Paulo – SP), em 24 de outubro de 2018.

— Como e quando surgiu a ideia do Re-roupa?

— Eu em 2006 fui, não na verdade eu me formei em 2006, eu na hora de fazer faculdade eu fiz faculdade de arquitetura na Federal do Paraná onde eu morava, onde eu nasci e onde eu morava na época, e aí tinha um intercâmbio pra França possível pela Federal pra uma escola de arquitetura lá. Eu fui pra essa escola e nessa cidade que eu fui morar, nunca tinha ido, não conhecia nada, aprendi a língua na época e tal. Daí nessa escola onde eu fui, na cidade onde eu fui morar tinha uma escola de arte que tinha um andar, assim um ateliê, que era de arte têxtil super incrível. E eu tentei transferência, tudo isso foi uma longa história, mas eu tentei transferência e passei. Então eu larguei a faculdade de arquitetura e me formei nessa faculdade e o meu projeto de graduação foi tipo Re-roupa. Eu pedia a roupa das pessoas, da escola ou de pessoas que eu conheci ao longo desse ano, e pedia pra elas contarem uma história dessa roupa, falarem alguma coisa sobre o porque que elas tinham aquela peça e porque elas dariam pro projeto final. Daí eu transformava e mostrava o antes e o depois, o que que tava acontecendo alí naquela transformação. Foi assim que nasceu.

— Você diria que o Re-roupa é uma marca?

— Não, eu sempre digo que não é uma marca. Eu acho que é um, é tipo um movimento assim, um conceito e dentro desse conceito tem mil possibilidades, inclusive ser uma marca. Desde essa época que eu me formei até hoje né, que já faz doze anos agora, ele foi sendo várias coisas. Primeiro ele foi um projeto de graduação, daí depois, lá mesmo, ele foi uma marca, aonde eu fazia roupas e vendia pra pessoas que eu conhecia. Daí eu decidi voltar pro Brasil, comecei a fazer as oficinas, eu fazia na minha casa as oficinas de transformação. Eu falava: traga sua roupa. Vamos mudar essa roupa junto. Aí eu ia sendo chamada pra projetos, assim tipo freela, negócio social, figurino, e isso era também uma forma do Re-roupa se manifestar. Então hoje eu entendo que ele é realmente essa guarda-chuva de coisas assim sabe.

— E, assim, a questão da sustentabilidade ela é atribuída como sendo a motivação chefe, mas ela é de fato a motivação maior?

— Sim e não, na verdade não começou com, a motivação, eu não fiz isso porque eu achava que era uma maneira de entre “salvar o mundo” mas de um lado eu logo percebi que poderia ser pelas quantidades, porque quando eu fiz era uma coisa muito orgânica assim, muito artística, tipo ah me dá uma roupa sua que eu quero contar uma história com isso, então era mais uma coisa quase que da terapia assim sabe, arte mesmo, querer usar o símbolo pra representar alguma coisa. E ao mesmo tempo eu ví que tipo, eu poderia implantar outras coisas, porque tinha muita gente envolvida nessa cadeia produtiva, então, quando eu parei de pedir pras pessoas me dá uma roupa sua e comecei a pedir pras marcas, aí eu falei putz sustentabilidade né, entre grandes aspas, porque é difícil essa palavra, e principalmente lá fora. Já tinha uma, esses nomes que a gente usa aqui de moda sustentável, consumo consciente, já são há mais tempo mais fortes na europa com certeza, a relação do consumo deles é diferente da nossa. Daí eu fui percebendo algumas coisas, tipo, eu na minha vida, na minha infância assim, eu cresci em Curitiba que é uma cidade que

já tinha inconsciente na nossa prática a questão da reciclagem do lixo, do reaproveitamento, desde muito novo, existia políticas públicas pra isso assim. Eu acho que isso de certa forma me influenciou também. Éh, a minha mãe teve confecção quando eu era bem pequena e era uma confecção pequena onde as costureiras ficavam lá o tempo inteiro a gente conhecia todo mundo então, acho que isso também, sem eu me dar conta né, que hoje as pessoas dão nomes como comércio local, produção local, é, falam de coisas como pagar as pessoas, justamente ter uma relação boa com seus funcionários pra mim sempre existiram assim. Eu nunca tinha tido a experiência da moda que a maioria das pessoas têm, grande marca, tendência então, meio que todos esses caminhos já tavam lá assim, eu percebo hoje.

— O que você observa que tem de comum entre todas as oficinas que você faz. Assim, o que tem em comum?

— Eu fico fascinada com a potência da criatividade humana assim, cada vez mais. Eu acho muito louco, porque nunca teve uma oficina que foi medíocre assim sabe. Nunca teve, as pessoas são muito surpreendentes mesmo elas só precisam ter um espaço pra elas mostrarem isso. E uma coisa em comum é que elas não tem vergonha de falar. Vocês falaram da amamentação, pessoas de sessenta anos falando de amamentação junto com pessoas de vinte. É, uma oficina que eu dei esse ano lá no Ceará, as mais velhas, eu tento misturar grupos de adolescentes com idosas tal né, aí elas mesmas desfizeram o grupo que eu fiz e ficaram só as vovózinhas juntas. Uma, pediram pra foto delas ser com peito de fora então tipo, o ser humano eu acho que quando ele tá armado do espaço e da criatividade assim, ele é muito surpreendente, positivamente. Então isso é o comum.

— O que você busca alcançar com o projeto hoje em dia?

— Cara, eu tô trabalhando com grandes marcas, que é uma novidade pra mim e que é uma coisa que eu muito tempo relutei assim, porque, primeiro que as marcas relutaram, porque elas não entendiam como que isso podia entrar. Então, tanto que eu trabalho com três né, duas, três. A galera não entende é mais fácil jogar fora. Realmente é um empenho você olhar pra esse lado. E eu relutava muito também, porque eu pensava: ah será que eu quero ficar produzindo muitas mil peças de roupa? Né. E hoje eu tô entendendo que quando como marca né como CNPJ eu produzo muitas mil peças de roupa isso gera um monte de emprego. Que no fim é muito legal. Porque eu consigo chamar um monte de gente que já fez minha oficina, que curtiu minha página, que me mandava mensagem pra ser parte da equipe. Nem que essas pessoas ainda não ganhem o que eu gostaria que elas ganhassem mas tipo, ter bastante dinheiro, ter empresa né, não bastante mas ter mais dinheiro, é poder distribuir renda. Eu acho isso é muito legal assim. Então eu espero que o Re-roupa consiga ser uma engrenagem que possa chamar um monte de gente pra que essa engrenagem ande e eu consiga continuar dando aula que é o que eu gosto de fazer assim. Então, acho que esses são os dois caminhos assim, o caminho bem de expandir no sentido de conseguir cada vez mais parcerias, empregar cada vez mais gente e outro de sair ensinando e que as pessoas possam elas mesmas fazer cursos e que dessas oficinas surjam outros contatos sabe. Porque as pessoas já faziam Re-roupa tipo, não precisa escrever isso mas, você claramente já era uma pessoa que já fazia, foi lá arrasou, fez. Então que você continue fazendo isso em outros lugares também. Isso que eu espero.

Entrevista 4 - Concedida por Vicenta Perrotta, via aplicativo de mensagens, em 04 de abril de 2019.

— Você utiliza roupas descartadas como matéria prima, tanto no seu trabalho como nas oficinas que você ministra. O que utilizar este tipo de matéria prima representa para você? Como você entende esse reuso?

— Bom, abrange muita coisa assim utilizar matéria reutilizada né. Primeiro, é uma matéria reutilizada. É, bom, a primeira parte é que eu não preciso comprar material, isso pra mim é muito importante na questão de diminuição de consumo. Eu acho que já tem muita coisa que já tá dada, a gente não precisa ficar buscando essa, esse comportamento de consumo, né. Que o capitalismo impõe e que o empreendedorismo também coloca a gente nessa questão de comprar matéria prima, saca? Eu acho que fazer roupa, a matéria prima já tá assim óh, já tá assim, já tá demais no mundo. Então, pra mim é só pegar de novo e fazer. Segundo, como eu tô numa fase que eu só reutilizo roupa então eu penso que além dessa questão dessa diminuição de consumo né, aí me traz o exercício de re, de refazer uma roupa que ela era cisgenera e ela era, ela carrega várias, a questão da roupa pronta né, essa roupa industrializada ela carrega muito, muitas opressões né, da moda. Da moda e do sistema em geral. E então, pra mim significa que eu, é, dentro desse contexto, quando eu rasgo uma roupa eu acabo tirando aquela opressão da roupa, né? Eu acabo pegando aquele corpo padrão e desconstruindo ele. E aí, eu construo um outro corpo sem padrão, né? Uma roupa que vai vestir um corpo que é, não vai precisar se moldar pra roupa, né, não vai precisar se oprimir pra roupa, não vai precisar se colocar de uma maneira padronizada pra usar aquilo, pra se sentir bonita, eu vou quebrar esse paradigma que a roupa né, industrializada carrega. Então isso pra mim também é um ponto muuuito importante, de vestir corpos que não são padrão, de libertar o corpo desse sistema europeu né, colonizado. É de descolonizar mesmo, de verdade.

— Como as questões de gênero e de descolonização se tornaram presentes no seu trabalho?

— Tá, ähnn. A partir da desconstrução de consumo e a partir das minhas pesquisas sobre mão de obra, exploração de mão de obra. Eu comecei a perceber que existe um viés racial e de gênero na questão de produção e na questão de consumo. E aí a gente percebe que aqui no Brasil o consumo ele é produzido, a indústria produz essas, vamo dizer, eu vou falar do consumo em geral, através de uma mão de obra exploradora, no mundo inteiro né, mas em específico no Brasil, na questão da colonização, por ser um país colonizado a gente tem um viés aqui de que o objetivo é ser cristã e cisgênera e branca européia né. Então qual é o foco da beleza? É ser uma branca européia né. E aí, e aí já se torna uma questão transfóbica e racista, e gordofóbica né, ou seja, excludente. E aí a partir desse, dessa característica eu comecei a ver que, eu falei então tá, então por onde que eu vou trabalhar essas questões né, tirar isso né. Por exemplo, a numeração da roupa, ela é opressora, né?! Porque ela carrega, quem inventou o tamanho P, e ela carrega aquela beleza magra. Então a gente vê que muita gente morre por querer ser magra e nunca vai ser. E a gente vê toda essa construção da indústria né. Construir o desejo, esse desejo de você ser uma coisa que você jamais vai atingir. É muito louco porque a indústria se alimenta disso né. As vezes eu me pego também querendo fazer plástica, enfim, querendo ter o rosto perfeito e tal. E aí a gente lembra de tudo isso né?! Ähh, daí começou por aí né, começou também pela questão da exploração, essa questão da sustentabilidade né, do emprego, de falar não, não é possível, eu não quero mais trabalhar nisso. E, eu também trabalhava em shopping e eu comecei a, é, essa questão da opressão estética, nas lojas de shopping ela é muito latente, né. Começa pelas vendedoras e aí vai, aí as clientes também, a gerente, todo mundo. E aí a venda é construída através dessa opressão, é muito louco, né. Daí, partindo pra uma questão de valorização de mão de obra né, não, não desculpa antes, a questão da mão de

obra né. Salário pra mulher é menos, a questão da racialidade, de toda a história da racialidade né, as mulheres negras, a questão da travesti no mercado de trabalho, é, são vários pontos que me fez é, observar e tentar destruir na minha criação essa hegemonia, vamo dizer. Ah, e aí foi muito diálogo, muita roda de conversa no meu ateliê, muita pesquisa. Foi um trabalho de, uma imersão mesmo que eu continuo nessa imersão né. Porque eu acredito também que a gente não chegou no final da história, a gente tá só no começo, né. A questão do gênero é uma invenção, né, o corpo colonizado, a questão cristã né, que a gente carrega, por isso. Essa colonização trouxe Cristo né, Jesus Cristo aqui pro Brasil, então, trouxe Deus, esse Deus hegemônico, católico, e que agora é o evangélico também. Então, é essa questão da colonização né, de que ser europeu é ser a verdade. Na verdade eu acredito que cada corpo carrega a sua verdade e a sua beleza, então não tem, não existe padrão e não existe gênero né. Ai, será que tá respondido?

— O que é o movimento transvestigenero?

— Bom, o movimento transvestigenero, ah, é um movimento, não é na verdade um movimento. É uma identificação sobre, é porque assim, a questão do padrão é muito complicada, então quando você fala trava, travesti, travesti não binária, é, ah, entendeu? Travesti feminina não binária, trans homem não binário, homem trans não binário. São várias denominações, então é um chapéu que engloba muito mais do que queer, porque a questão também é local, né. Então vamos dizer, queer é daqui do Brasil? É do Brasil, mas também não é um gênero que foi, que é daqui desse território entendeu. Então, por exemplo, quando você classifica, não é classifica, mas quando você identifica como transvestigenero né, ela carrega todas essas questões né, do corpo trans. Então, porque por exemplo, eu me considero uma travesti, mas tem travesti que não acha que eu sou travesti, porque a travesti, ela tá ali de silicone, de cabelão, de bunda com silicone, a sociedade não tá aberta pra ela, ela tá vivendo na prostituição não é por opção, entendeu? Então, nessa denominação, vamos dizer, nesse chapéu, eu seria uma transvestigenero e essas pessoas também. Se você quiser saber mais sobre transvestigenero pesquisa Indianara Siqueira e assiste os vídeos dela, porque foi ela que inventou essa denominação e Erika Hilton tem vários vídeos no Google, dá um Google, tem vários vídeos no Youtube sobre isso.

— O que você pensa sobre moda?

— Eu acredito que a moda também é uma construção pra, né, que, em, como que eu posso dizer, que ela é o invólucro de toda essa, é ela, de todo, que mantém o desejo, esse desejo da indústria né, de manter a indústria, então tipo, eu acho que a moda vai além da roupa, na verdade a indústria da roupa que se apropriou desse nome, porque a moda é modos né, os modos, o que tá acontecendo agora né, essa coisa de ser cíclica né, morre nasce, morre nasce, compra joga fora, compra joga fora, fora da moda, dentro da moda. E eu acredito que a moda é um, é mais uma, é um instrumento usado pra manter esse desejo de consumo desenfreado. É isso.

— O que você está buscando com seu trabalho?

— Olha, essa pergunta é muito difícil, porque até então eu não entendi ainda o que eu tô buscando mas, ah, primeiro o entendimento, levar a mensagem, é meio cristão assim (rs). Mas é de reformular essa questão de como a gente enxerga a nossa vida através do consumo né, porque ela é atravessada, a nossa vida, é atravessada pelo consumo e o que constrói o consumo são opressões, assim patriarcais entendeu? Então isso é muito complicado, a gente viver presa nesse molde, nessa moda patriarcal, cristã, machista, transfóbica, gordofóbica. É de destruir esses valores mesmo, saca? Porque eu acredito que cisgenderidade é uma doença. Então, é de assim, buscar uma cura pra essa doença, né. E que vai além de, de, de roupa isso tá introjetada no que a gente come, isso a Monsanto

entendeu? Além da Monsanto ela, ela, ela produzir o algodão ela produz o glifosato, ela produz as sementes que a gente se alimenta, a cerveja que a gente toma, o cigarro que a gente fuma, entendeu? É todo um, tá tudo na mão de pessoas que elas, elas, é aí acabam criando doenças, e aí vai pra indústria que também é da Monsanto, a Bayer né, a indústria do remédio. E aí a gente fica com câncer e compra aqueles remédios. E aí o HIV né? E o tratamento do HIV e, e isso tudo tá relacionado. Então, tipo assim, é realmente buscar a cura porque as pessoas, elas acham que a “ascensão”, entre aspas, ela tá em você tá dentro da moda, se alimentando daquela maneira x, se comportando daquela maneira x, formatada né, um formato de família nuclear. E na verdade isso é tudo uma construção. Então eu acho que a verdadeira busca assim é a cura da cisgenderidade.

— Como é o seu processo criativo, como você seleciona as peças que você vai usar para criar outra, como você constrói essa nova roupa, é sobre o seu próprio corpo, é sem nenhuma plataforma, como é?

— Bom, eu tenho um processo, assim, eu pego, eu vou, assim técnico assim, é mais técnico assim o que eu vou te falar. Eu, tem um ponto de ônibus aqui na da moradia, do meu atêlie dentro da moradia da Unicamp, onde eu pego essas roupas. Geralmente ali tem bastante camiseta de malha que eu amo, então eu já seleciono, pego todas as camisetas separo por cor, guardo num espaço. Pego todas aquelas peças que são peças de punho, separo, guardo os punhos. Pego tudo que é jaqueta de moletom nananã vou separando por modelo e tecido. Geralmente as jaquetas de moletom eu tiro os zíperes, tiro os capuz, daí eu vou remontando tudo. Tem as camisas de botão né, que também é um outro processo. Tem os jeans, tem os vestidos, aí os vestidos de variados tecidos. E aí eu vou montando roupas a partir dessa, desse processo. Faz mais ou menos uns dois anos e meio que eu tô nesse processo e eu vou continuar né, porque aí eu vou colocando três camisetas, cinco camisas. Aí eu ligo camisa com calça jeans, aí vira um macacão. Entendeu? Aí eu ligo camisa com, e aí eu to, as vezes também tenho vários retalhos maravilhosos aí eu ligo saia em camisa. E aí eu pego a manga de outra e ponho, aí eu ligo cinco blazer ou eu falo um blazer virar um vestido ou um top. Esse é o processo. A pesquisa eu não tenho muita pesquisa na verdade. Hoje em dia eu tô fazendo uma coisa mais revendo o meu trabalho, revisitando já as coisas que eu criei e inovando né. Então eu vou pegando, vou aumentando as roupas pra servir em outros corpos. Como eu tenho dez anos de carreira, então eu já vou revisitando minhas técnicas. E, ah é sobre isso e é dessa maneira que eu crio as roupas. Claro, eu dou uma pesquisada mas eu não tenho como seguir muito a tendência porque o que eu uso não é sobre, então, tipo assim, eu vou numa questão de é, é, como que eu posso dizer, ah fazer virar tendência entendeu? E que é desconstruir a tendência também porque a tendência é uma palhaçada né?

— Existe algo em comum que você percebe entre todas as oficinas que você ministra?

— Então, eu percebo assim que cada oficina eu tenho que ter um tato pra conseguir conversar e atingir as pessoas, né. Então depende do público, isso é muito específico assim, porque as pessoas não, quando elas procuram a minha oficina, minha oficina é muito abrangente né. Eu ensino costurar, eu ensino fazer upcycle, costurar a parte de material de reutilização. Então eu, ela é bem aberta, ela tem várias vertentes que você pode seguir, vamos dizer assim, mas cada oficina vai um tipo de público e vai atrás de alguma coisa mas o que é muito interessante é que as pessoas vão atrás de, é muito louco porque pela questão do gênero né, de se libertar como gênero. Muitas vão nessa intenção, é, as vezes são mulheres mais velhas que tem filhas transvestigêneres. Então elas vão pra aprender a lidar, é entendeu? Porque pra elas também, principalmente pras mulheres isso é muito oprimido também né, então a gente precisa faltar as pessoas. Muitas mulheres vão pela

questão de, de, porque tipo assim, geralmente no Sesc são mulheres mais velhas que vão, essa última oficina foram outros tipos de pessoas mas geralmente tem a questão do gênero. Então, tipo assim, libertar da opressão quando é mulher mais velha, quando é mulher que tem filha, quando é mulher que tem filha transvestigenera, quando são as próprias pessoas transvestigeneres, entendeu? Então essa questão, essas pessoas, inclusive as que são mais novas, as de dezenove, elas já tem uma ligação com essa questão do consumo, saca? Do lixo. Então, é novinha, não tem dinheiro mas é estilosa, se veste de lixo, quer aprender a costurar. Existia uma época que a geração de costureiras tinha desaparecido. Foi quando eu comecei a costurar e foi por isso que eu comecei a costurar, porque não tinha mais costureira. E, hoje não, hoje a galera, hoje já é um outro movimento a costura. Hoje você vê as novinha costurando, a galera costurando, você vê que o shopping hoje é um pouco mais vazio, assim a questão de vendas é meio quebrado. Não em São Paulo mas tipo nas cidades que são menores, assim tipo Campinas, cê vê que o consumo ele deu uma queda puff, uma queda. Porque tem essa geração né, geração que tá no movimento, que tá no, nessa questão do consumo de, e de que esse consumo também não contempla mais as pessoas, né? Então é bem é, é muito louco assim, porque não é nada definido.