

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE PSICOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA SOCIAL E
INSTITUCIONAL

Helena de Barros Soares

BRECHÓ, BRECHA, BREAK:

Produção de Subjetividade pelas Práticas do Vestir no Brechó de Troca

Porto Alegre

2016

Helena de Barros Soares

BRECHÓ, BRECHA, BREAK:

Produção de Subjetividade pelas Práticas do Vestir no Brechó de Troca

Orientadora: Prof^ª Dr^ª Inês Hennigen

Porto Alegre

2016

AGRADECIMENTOS

Um percurso de mestrado vai um tanto além dos dois anos de dedicação e dos muros da Universidade. Dentro e fora dela lembro de pessoas fundamentais para a produção desta pesquisa.

Inês Hennigen, minha orientadora, por aceitar o desafio de olhar para minha apaixonada relação com roupas, pela paciência, precisão nos apontamentos. A ti meu sincero e carinhoso obrigada.

Mateus, pelo desafio de me reinventar diariamente há 17 anos, pela invenção dos nomes e sentidos do amor.

Meus pais, Mareu e Yeyê, agradeço o amor e dedicação que incansavelmente depositam em mim, pelos exemplos de comprometimento com a vida. E à Tutu, Caco, LH, Caio, Lu, Vanessa, o primeiro grupo, pelo laboratório de vida, exercícios de cuidados que fazemos no cotidiano.

Família Sperb, especialmente à Caio e Valderez, pela aposta, pelo amor. Sem vocês este trabalho não existiria.

Mulheres Thorstenberg, Priscila, Valdéria, Cristina, Anamalia, Emília, Hannah, e suas geografias que me ajudam a me achar, pelo amor a mim e a suas vidas.

Parceiras do Brechó de Troca, Rose, Marília, Carol, Lisiane, Thais, Tatiana, Daniela, Lessandra, Bimbi, Clarissa, Felipe e todas outras. Este percurso é nosso.

Marcelo, por cultivar o companheirismo e por dedicar a mim e ao Brechó de Troca amor, confiança, beleza. A ti todo meu amor.

Andressa, Rebeca, Kazue, Alex, Elisa, amigo e amigas, e parcerias da vida, pelo incentivo e crédito nas minhas costuras.

Agradeço cada local que abriu seu espaço para o Brechó de Troca nestes sete anos de trabalho. Mais recentemente aos projetos Mercado Vintage, Brick de Desapegos e suas coordenadoras especiais; e a Casa Tony Petzhold pelo carinho da acolhida.

Suzana, pelos exemplos de perseverança, foco e amor ao trabalho, pela dedicação e conselhos.

Joana Bosak, professora, mestre, colega, pelo aceite em ler meu trabalho, por mostrar que os caminhos da pesquisa podem ser vários, mas que são possíveis para quem dedica-se.

Agradeço as professoras Tania Galli, Lúcia Helena Muller e Jaqueline Tittoni pelo carinho das palavras, pelas direções que apontaram com suas palavras cuidadosas, em aulas, bancas e corredores.

Ao PPG pela oportunidade de construção desta pesquisa. A figura da professora Analice Palombini pela escuta de nossas demandas e ao competente serviço de nosso secretário Israel Aquino.

Ao Professor Sandro Ruduit pelo convite e também pelo exemplo dos caminhos necessários para se produzir pesquisa.

Aos colegas do PPG, pelas discussões, compartilhamento de conhecimento e amizade. Especialmente: Luciane, Alana, Guilherme, Rodrigo, Bruno, Mirian, Mário e Fabiane.

Amanda e Lis, estudantes dedicadas, pela parceria e pelo amplo processo de ensino e aprendizagem.

Agradeço a Rosane Preciosa por sua linda participação em nosso “Interloquções Metodológicas”, pelas palavras e carinho.

Cris Mesquita, pela produção de territórios de existência de uma psicóloga no campo da moda. Minha primeira esperança de seguir inventando moda.

Alunos calouros de psicologia da turma 2015 pela paciência em meu estágio de docência.

Beto Ruas, pelas observações e apontamentos necessários para alavancar esse processo.

Agradeço a Aline Rochedo, Aninha Acom, Celia Santos, Mi Medrado, Vivi Gil, Evelise Anicet, Renata Fratton, Ana Mery de Carli, Cacá Camargo, Itiana Pasetti, Maria Ribeiro, Jana Kiesling e Débora, pelas produções no campo da moda e além dele.

Rosane Pereira, obrigada pela escuta e dedicação.

Edith, Maria Cristina e Beatriz, pelos partilhamentos de trabalho e de vida.

Ao financiamento da CAPES e do CNPq, cada um crucial em momentos diferentes da pesquisa.

Resumo

Traçando o cenário contemporâneo do campo da moda, de quais processos históricos se implicam na produção de modos de operar o sujeito e o desejo de acessar o consumo de roupas no chamado *fast fashion*, apresento condições para formulação de um grupo de escambo de roupas. O encontro do grupo ocorre periodicamente desde janeiro de 2009 e passa a ser, em formato de relato-guia de memórias, e em conjunto com outras ferramentas de pesquisa, o campo de investigação. Na pesquisa, interessei-me em saber como o projeto Brechó de Troca possibilitou experiências de produção de subjetividade pelas práticas do vestir. Também pretendi traçar a perspectiva ética e política tecendo as possibilidades de resistência do Projeto ao modo efêmero e desimplicado da relação com sujeitos e suas roupas. Vali-me dos recursos citados para cartografar, em movimento de marcha ré, as memórias; foram pinçadas quatro localizações, algumas divididas em outras tantas, que se prestaram à discussão e abertura de conceitos. Nas duas primeiras localizações, foram levantadas questões que apontam para a posição resistente do Projeto ao modo acelerado da moda, enquanto nas outras duas discuti que o espaço-tempo para a produção de subjetividade é possível inventar no projeto, bem como a retomada da noção de troca.

Palavras-chave: práticas do vestir, produção de subjetividade, moda, roupa, Brechó de Troca.

Abstract

Describing the fashion field contemporary scenery, which historic processes imply in the production of ways to operate the subject and to access the clothing waste disire in the called fast fashion, I present condicions to formulate a clothing change group. The group meeting occurs regularly since 2009 january and becomes, in guide-telling memoirs format, and together with another research tools, the investigation field. In the research, I wanted to know how Brechó de Troca enabled production of subjectivity experiences by practices of dressing. I also intended to trace the ethical and political perspective doing the resistance possibilities of the Project by the ephemeral and disengaged way of the relationship with subjects and their clothing. Used those resources to plat, in reverse movement, the memoirs; it was picked four localizations, some divided in others, that served to discussion and concepts oppening. In the first two localizations it was put questions that point to Project resistant position in the fashion fast way, while in the two others I discussed that time-space to the production subjectivity is possible in the project, as well as the change notion retaking.

Key-words: Practices of dressing, production of subjectivity, clothe, fashion, trade exchange.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Registro de um encontro aleatório.....	41
Figura 2: <i>Flyer</i> de divulgação para primeiro encontro do Brechó de Troca	45
Figura 3: Segundo <i>flyer</i> produzido	50
Figura 4: <i>Flyer</i> encontro local I ou <i>flyer</i> do encontro cheio.....	51
Figura 5: Reportagem do Jornal do Comércio 20/11/2009	58
Figura 6: Grafite de logotipo da Chanel em escorrimento em fachada da loja Giorgio Armani (Zevs)	65
Figura 7: Fragmento da obra Cell (Clothes) de Louise Bourgeois	84

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1. O PAPEL DA MODA HOJE E SEUS IMPACTOS NO MUNDO E NO SUJEITO	12
1.1 A Roupas em uma Memória: Práticas do Vestir Produzindo Imagens de um Trabalho.....	27
1.2 Questão de Pesquisa	32
1.3 Abordagem Metodológica	33
2 CARTOGRAFANDO PARA TRÁS: INVENÇÃO DE UM PROJETO COM ROUPAS	39
2.1 Quem e Como: A Operatividade da Busca de Público e Divulgação	42
2.2 Relação com os Locais	51
2.3 Um colar, muitos Desejos, um Posicionamento	61
2.4 Duas Situações de Não-troca?	73
3 COSTURAS	86
REFERÊNCIAS	91
ANEXO	96

INTRODUÇÃO

A partir da sensibilização profissional e pessoal acerca de como a moda vem operando com a roupa e o sujeito no mundo contemporâneo, monto um Projeto denominado Brechó de Troca. Desde 2009 vem se propondo, quase mensalmente, a ser um espaço de convívio em que o escambo de roupas e/ou acessórios é um motivo para os encontros. Esta pesquisa olhou para a memória deste Projeto através de materiais-guia, alguns produzidos para esta escrita e outros organizados em mais de sete anos de execução, perguntando-se como o projeto Brechó de Troca possibilitou experiências de produção de subjetividade pelas práticas do vestir. Com esta questão, a investigação traçou a perspectiva ética e política da proposta refletindo acerca de seu lugar no mundo, pensando em suas possibilidades de resistência a modos efêmeros de consumo de roupas. Ainda busquei analisar, nos relatos de memória de situações vividas nos encontros ou que se desdobraram a partir deles, processos de produção de subjetividade que desencadeiem em reverberações, em outras situações, ligadas ou não à moda e à roupa.

O presente trabalho inicia com um traçado de situações históricas que parecem ter dado condições para o campo da moda ter chegado aos anos 2010 funcionando de modo efêmero, produzido pelo e para um sujeito do consumo, que pouco vem implicando-se com os processos que compõe seu jeito de vestir.

Conceito nascido na França, no período do reinado “dos Luíses”, a moda nasce como modo de distinção social entre a nobreza e a plebe, mas as transformações sociais, com posições cada vez mais difíceis de definirem-se, passam a acelerar suas transformações. Em um mundo pós-segunda guerra, já transformado pela industrialização da produção têxtil, avassalado por tragédias e recebendo mais e mais mulheres no mercado de trabalho, passa a mudar a imagem desejada para as pessoas vestirem-se. Antes traduzida por tradição, posição social e econômica, agora a moda produz para a demanda da novidade. As marcas que conseguem produzir este público ávido sobrevivem e solidificam o *prêt-à-porter* e, posteriormente, aceleram o ritmo criando o *fast fashion*. O mesmo sujeito deseja e consome uma experiência de consumo que envolve a roupa, os acessórios e, cada vez mais, um *life style*.

No trabalho aqui apresentado, mostro como mais recentemente o fenômeno da moda sustentável para a ser a novidade do momento, prestando-se a ser mais um modo de consumo em que o sujeito do consumo alcança certa redenção, pois é autor, réu e juiz na escolha da forma supostamente mais ética para vestir-se.

Após apresentação do processo de transformação da moda, convido o leitor a entender como os modos de produção de subjetividade pelas práticas do vestir me compuseram como sujeito, como profissional da Psicologia e como isso se articula com o desejo de criar um grupo que envolve roupas, pessoas e novas práticas de consumo. Pretendi com este relato evidenciar que o Brechó de Troca só poderia ter sido criado em certas condições socioeconômicas, dado que a experiência de passagem das roupas, de pessoa para pessoa dentro das famílias, já existe em um Brasil que comporta marcas de design de moda para consumo.

O modo de percorrer os materiais produzidos e organizados escolhidos para a pesquisa foi o da inspiração cartográfica. “Inspiração”, dado que a cartografia de Deleuze e Guattari pretende um modo de acompanhar os processos em seu curso, mas esta investigação é retroativa e implica em costura de dados para traçar um outro caminho - este em marcha ré. A ideia foi a de produzir um relato-guia para que se prestasse como espelhos retrovisores ou uma bússola neste caminho. Os outros materiais (*flyers*, reportagens, postagens de um blog) foram organizados e postos à disposição para um movimento em ziguezague; como se o percurso percorrido, para não se tornar perigoso em marcha ré, precisasse de uma costura na diagonal a fim de arrematar os pontos.

Os pontos em ziguezague foram dados em quatro localizações; cada uma delas com seus relatos próprios. A primeira localização diz respeito ao modo de acessar as potenciais parceiras do Brechó de Troca, a forma escolhida e gradualmente transformada, de publicização. A forma como os *flyers* foram compostos, os meios de acesso e busca de interessadas são trazidos para ver-se como neste momento é possível valer-se da estratégia da novidade, amplamente usada no campo da moda, para potencializar um Projeto que se diz resistente aos modos efêmeros de consumo. A segunda localização retoma a questão da publicização quando ela aparece na relação com os locais parceiros. Cada local foi buscado ou buscou-me por diferentes disposições. Logo, proponho a discussão acerca do caráter de itinerância, da pertinência

de se manter em movimento quando esta característica for produtora de sentido para os processos de produção de subjetividade pelas práticas do vestir no Projeto.

Nestas duas primeiras localizações pretendi aproximar a discussão de qual traçado, qual posição ético-política o Brechó de Troca se encontra. As constantes mudanças de estética da divulgação e de endereço parecem um esforço de não engessamento, de busca de ampliação gradual das parcerias para que permitam que essas possam sempre trazer suas posições, expressarem-se; um exercício de mudança para a liberdade.

A terceira localização retoma duas situações: uma geradora de transformação na metodologia do Projeto e outra que parece ser efeito desta transformação. Trago o relato de uma troca acelerada cujo ritmo incomoda algumas parceiras. Neste momento proponho discussão dos efeitos da aceleração do tempo e das experiências nos espaços público e privado como modo de compreender o motivo da mudança de metodologia. A discussão aproxima duas ideias: a possibilidade de se criar um espaço-tempo que dê conta de desacelerar as experiências, e a invenção do que vim a chamar de “limbo”. A situação que parece ter sido efeito da invenção do limbo é recente e foi um dos elementos que possibilitou que o evento se estendesse, que parceiras novas e receosas se descontraissem.

A última localização escolheu duas situações de não-trocas do percurso do Projeto. As discussões das situações levaram a formulações acerca do conceito de troca e abriram-se em novas questões. A primeira situação provocou a reflexão acerca do meu lugar de coordenadora do Brechó de Troca, o que estava fazendo ali naquele encontro (e também repetido em outros) e que equívocos que a ansiedade pode provocar. A segunda, apontou para o fato de o espaço do Brechó de Troca não ter qualquer certeza sobre o que ocorre para além dos encontros, o que as parceiras passam a pensar e sentir, mas propõe que seu esforço em produzir um espaço de trocas pode, sim, provocar abalos em certezas das interessadas e, quem sabe, ser um dos agentes potenciais de transformação das vidas que ali passam.

Nas costuras pretendi articular as localizações e apontar pontos a serem discutidos futuramente. É possível pensar que o trabalho propõe-se a ser uma ação da Psicologia Social, mas as discussões não aprofundam o tema. Buscou-se sublinhar que

um Projeto recente que pretende se abrir ao campo investigativo da pesquisa deve ater-se ao esforço de visibilizar os processos de produção de subjetividade.

1 O PAPEL DA MODA, ONTEM E HOJE, E SEUS IMPACTOS NO MUNDO E NO SUJEITO

As peças que são usadas sobre o corpo, durante séculos, se prestaram a proteger, adornar (FLÜGEL,1964), e, em algumas sociedades, o diferenciar de figuras nos clãs. Com constância no uso dos materiais, formas e cores era visível tais diferenciações. Leventon (2009) descreve como na sociedade romana, por exemplo, a indumentária presta-se a diferenciação de classes.

A sociedade romana era muito estratificada, e o vestuário era um aspecto importante no estabelecimento e na manutenção da hierarquia. A posição de um indivíduo podia ser identificada por uma grande variedade de fatores, como a qualidade dos materiais, o tipo, o tamanho e as cores das roupas, além da forma como eram vestidas. Era comum, por exemplo, os soldados romanos usarem túnicas mais compridas que as dos homens civis. Os escravos, por outro lado, podiam ser identificados pelos calçados, ou pela ausência deles, já que eram proibidos os *calcei*, sapatos romanos de cano alto. (LEVENTON, 2009, p. 31)

Não só lá, mas em diversas culturas, em diferentes épocas, as roupas ou indumentárias prestaram-se para marcar de modo severo e, eventualmente brutal, a diferença social dos grupos, seja por questões econômicas, religiosas ou de gênero. São jogos de poder que se vão produzindo com a roupa como elemento marcador.

Foi no chamado reinado “dos Luises”, na França, que se inicia uma aceleração no modo do vestir que pode ser considerado o início da moda; foi alí que a palavra aparece registrada pelas primeiras vezes. A nobreza francesa deste período necessita, por motivos políticos e históricos, impor sua diferenciação social a fim de se manter no poder. Não apenas na vestimenta, mas também no mobiliário, arquitetura e afins, a nobreza se esforça para se distanciar da burguesia, da plebe e das demais categorias sociais em fenômeno perceptível simultaneamente em diversos países (ROCHE, 2007). Com a chegada de tecidos e técnicas orientais na Europa, muito superiores aos produzidos na Europa, a França inicia processo de reconhecimento da manufatura, anteriormente desvalorizada.

O rei nomeia novas profissões que lhe amparam neste esforço de estar constantemente com novas vestes, perucas e sapatos; surgem o *coiffeur* e o *couturier* - o primeiro é um peruqueiro e, o segundo, uma primeira acepção de estilista, mas com viés mais operacional, pois possuía domínio de técnicas de execução das peças. Ao se preocupar com sua altura para se destacar de outras pessoas no mesmo ambiente, o rei

usa sapatos de salto e perucas altas, ambos com minuciosidade na confecção (BOUCHER, 2010). É a partir deste período que as elites francesas passam a introduzir novos hábitos sociais requintados e efêmeros, com o objetivo de distinguir-se socialmente. Assim como as roupas e acessórios, o mobiliário e diversos objetos vão mudando constantemente seus modos de existir no mundo, engendrando mudanças nos sujeitos, que afetam também suas práticas cotidianas. O mobiliário dos locais adapta-se ao tamanho das roupas, ao modo de estar no ambiente, fazendo com que muitas outras práticas vão se transformando em cascata e incessantemente. A França inaugura, e afirma por muito tempo, este modo de operar a produção do luxo.

Através de publicações da época, era possível saber o que o rei e sua corte estavam vestindo, ou seja, como um nobre da sociedade da época deveria se apresentar. “Em 1770, Bonnaud publicou um artigo sobre „a degradação da espécie humana pelo uso aviltante do corpete de barbatanas de baleia“, no *Journal de l’agriculture (...)*” (ROCHE, 2007, p.58). As publicações de cunho jornalístico introduzem, no cotidiano da burguesia, imagens de novidade para o vestir. Por tempos, as roupas eram simples e se repetiam constantemente; as mudanças de forma e técnicas eram graduais, lentas. Agora passam a se acelerar ao serem publicizadas como imagens de referência do bem vestir. A rapidez com que os reis da corte dos luíses trocavam de estilo, introduzindo novas peças de roupas, parece configurar uma estratégia de condução de condutas, pois o uso de corpetes com barbatanas de baleia, por exemplo, passa a ser a marca do requinte e do luxo inacessíveis, porém desejáveis, para parecer-se com um nobre. A burguesia passa a esforçar-se para atingir o inatingível: parecer-se com uma imagem de práticas do vestir prescrita de como deve ser um rei.

Uma estratégia que impedia que outros setores da sociedade pudessem acompanhar, dado que a riqueza dos materiais e técnicas eram difíceis e extremamente caros para viabilizar sua reprodução. O uso da roupa branca, por exemplo, foi (e talvez até hoje, de modo menos impositivo, ainda o seja) uma estratégia de condução de condutas. Apenas quem não fizesse esforço, quem tivesse um volume considerável de peças desta cor para efetuar inúmeras trocas, e tivesse vários empregados para mantê-las limpas e alvejadas, é que traduziriam uma imagem de limpeza possibilitada pelo poder (ROCHE, 2007). Aos demais, sobra o esforço de tentar ser aparentemente limpo e a constante sensação de sujeira, de submissão, de estarem produzindo e proliferando doenças, pois ao mostrar-me alvo e asséptico transpareço uma posição, alcançada por práticas específicas, a ser desejada por outros.

A ascensão da burguesia tensiona as práticas do vestir vigentes no espaço-tempo para o vestir-se experimentado desde o século XV; parecer-se com um nobre era uma questão social primordial. Já no século XIX, o cotidiano da classe operária que frequenta o “chão de fábrica”, e movimentava muito seu corpo pela demanda do trabalho, sugere que a sobriedade e a simplicidade passem a ser itens vigentes e necessários. O cotidiano aproxima, mas não unifica a burguesia e a classe proletária no que tange à imagem resultante das práticas de vestir. Enquanto a máquina de tear hidráulica acelera a produção de têxteis, voltando-se para a produção de roupas destinadas ao proletariado, a manufatura, mais cara e rara, se especializa em um novo público, a burguesia, assim, o tamanho da riqueza conquistada por uma família burguesa pode ser medida pelo requinte e detalhamento das vestes de suas mulheres.

Enquanto a Inglaterra (e logo Estados Unidos e Japão) se esforçou para impor suas inovações e conquistas de aceleração de produção, a França manteve viva a profissão de *couturier*, produzindo tecidos, bordados, modelagens e outros recursos estéticos impossíveis de reprodução (LAVÉ, 1989), valorizando a produção artesanal, única. A noção francesa de *couturier* (costureiro) é bem diferente do que entendemos hoje como ofício. Tal profissional detinha técnicas apuradas e elaboradas e, conseqüentemente, muito caras. Se a Inglaterra vendia “uniformes”, a França vendia o frescor do novo e requintado. A roupa produzida pelas fábricas destinava-se ao uso dos próprios operários e das demais camadas sociais mais baixas, pois não tinha grande qualidade e era confeccionada com pouco apuro de acabamento e beleza.

No transcurso da modernidade, a França seguiu ditando o modo de como vestir-se. Mais adiante, na década de 1920, por exemplo, a silhueta feminina passa a ter novos contornos que vêm ao encontro da estética modernista das novas vanguardas artísticas francesas.

A silhueta da mulher dos anos 1920, reta e lisa, está em consonância direta com o espaço pictórico cubista feito de panos nítidos e angulares, de linhas verticais e horizontais, de cores uniformes e de contornos geométricos; faz eco ao universo tubular de Léger, ao *despojamento* estilístico empreendido por Picasso, Braque, Matisse, depois de Manet e Cézanne. (LIPOVETSKY, 1989, p.78)

A preocupação francesa em manter-se esteticamente distinta do restante do mundo ganha uma maior proporção no século XX, refletindo-se na criação da Câmara Sindical de Costura Parisiense. Aos poucos, são criados critérios de excelência e modelos, dificílimos de serem reproduzidos. Nem mesmo a guerra impediu que a

entidade exigisse de seus associados altos padrões de qualidade e criatividade. Neste período, a *haute couture* foi um símbolo de resistência de uma França ocupada pois traduzia a capacidade do país em manter suas referências de identidade nacional, além de alimentar a esperança dos cidadãos por dias melhores (VEILLON, 2004 apud SANT'ANNA, 2005). Mas a manutenção de práticas de ostentação tinha um preço: a *haute couture* não dava lucro durante este período e as revistas especializadas (principalmente as americanas) estampavam a crise especulando até quando o luxo francês manteria seus delírios de *glamour* do vestir (SANT'ANNA, 2005).

No período pós-guerra, momento propício para o exercício da parcimônia, o estilista Christian Dior faz o contrário, exagera em sua imagem nostálgica de tempos anteriores à guerra (filho de burgueses, admirava as imagens rebuscadas da *belle époque*) inventando o *new look*, como era costumado a chamar pelos norte-americanos. O estilista, que já possuía notoriedade no meio, causou impacto em um momento de racionamento de suprimentos. O conjunto proposto por ele às mulheres, com a cintura apertada e saia muito ampla, exigia uma quantidade exagerada de tecido, forro e, em conjunto com o chapéu e as luvas, formavam uma imagem alegórica e pomposa que visava ao esquecimento momentâneo dos horrores da guerra, mas demonstrava pouca sensibilidade ao contexto de escassez.

É neste ínterim de polêmicas, em que se debatia o que era possível seguir mantendo, em que se exhibe o luxo das produções das *maisons*, de um lado, e a crise financeira do pós-guerra, de outro, que se inventa o *prêt-à-porter*: uma resposta à crise da *haute couture* que vinha oferecer modelos prontos para vestir, bem elaborados e com simplicidade técnica na confecção. Uma série de estilistas entende a demanda francesa pela sobrevivência, mas foi Yves Saint Laurent, apelidado de *terrible enfant* (com apenas 22 anos comandava a *maison* Dior, após falecimento súbito do estilista) que manteve a excelência da alta costura, mas libertou os modelos de suas fórmulas aristocráticas e pouco práticas. Até meados da década de 1950, os modelos propostos pela *haute couture* eram bordados, com abotoamentos complexos: uma roupa para ser usada por uma mulher com pouca dinâmica em sua rotina. A mulher no pós-guerra trabalhava e, com seu salário, comprava novidades dos estilistas franceses, mas necessitava de praticidade. Desde seu princípio, as *maisons* se formataram em apresentações, com número mínimo de peças (determinado pela Câmara Sindical de Costura Parisiense), para suas clientes e em duas edições anuais (primavera-verão e outono-inverno). Copiadores dos modelos também frequentavam os desfiles para

conhecer cada nova peça inventada a fim de divulgá-las mundo afora. Os modelos divulgados na mídia dão, às mais longínquas populações, o acesso às imagens de um vestir europeu do pós-guerra. Em sua análise histórica do surgimento do *prêt-à-porter*, Sant’anna (2005) foge de recortes históricos e considera que

a sociedade voltada para o consumo e o espetáculo, fomentada pelos processos históricos vivenciados no período, levaram à expansão da sociedade de moda (ver LEFEBVRE, 1991) e, assim, a consolidação do parecer como lógica social levou o campo da produção das mercadorias, vinculadas à dimensão estética, a adquirir um mercado altamente afoito e competitivo. Esse aspecto sócio-econômico dinamizou o setor da produção do vestuário e exigiu-lhe mais do que a oferta de uma roupa, a oferta de um desejo travestido em tecidos, formas e cores. (p.64)

A partir dessa análise, penso que é relevante considerar a potencialização da noção de novidade deste período como condição para sustentar a mudança do mercado de moda. James Laver (1989), por exemplo, conta que a juventude dos anos 1950 e 1960 era desejosa por novidades e troca as difíceis práticas de um vestir rebuscado, e que continha o corpo de movimento livres, para uma versão nova, exigindo outros e novos modos de vestir-se. A novidade, neste contexto, é uma resposta à demanda: já era conhecida desde “os Luíses” por sua efemeridade e constantes mudanças e, em um momento de inovações tecnológicas, como o da promessa das viagens espaciais por exemplo, poderia sugerir formas futuristas nas modelagens e experimentações de tecidos.

Então, na década de 60, pela primeira vez a moda começou a se concentrar nos adolescentes. Os modelos mudavam tão depressa que os fabricantes tinham dificuldade para renovar os estoques com a rapidez necessária. Comparada com a década mais calma de 70, a de 60 parecia uma corrida frenética das jovens para comprar o último *look*, e dos estilistas para produzir o próximo. (LAVÉ, 1989, p. 261)

1.1 A roupa e a moda: jogos de poder produzindo imagens de práticas do vestir no contemporâneo

O esforço de descrever circunstâncias históricas que envolveram a produção do conceito de moda e modo de operar a novidade do/no vestir, a partir de uma visão eurocêntrica, possivelmente foi devido a um modo de olhar o contexto em que o campo de pesquisa foi inventado. Reporto-me ao filósofo Michel Foucault, que ficou conhecido como historiador da descontinuidade. Seu olhar para os campos que pesquisou passou pela atenção aos processos. No caso desta descrição, busquei apontar

que, até certo momento histórico europeu, a efemeridade das mudanças nos modos de vestir e produzir moda tinham uma velocidade menor, que possibilitava, entre outras coisas, perceber diferenças evidenciadas pela possibilidade ou não de alguém usar moda: as classes. Antes a impossibilidade de reproduzir uma peruca ou um vestido *haute couture* traduzia certa determinação socio-econômica. Ainda que já anunciando um modo prescritivo para o vestir, da qual tratarei com um pouco mais de detalhamento, a moda esforçava-se mais para diferenciar grupos, funções, postos, do que para criar um sujeito individualizado. Havia antes certa sensação de coletividade, de grupos, como rebanhos. O que aparece agora é uma descontinuidade no processo histórico dos modos de operar da moda. A partir da década de 1960 muitas coisas mudam, da produção, à distribuição e comércio. Todos os atores deste campo começam a pautar suas ações no consumo.

Em sua analítica do poder, Foucault (1995) propõe pensarmos o poder a partir de instituições atravessadas no campo que desejamos investigar, logo, aqui escolhemos o campo da moda em sua produção e transformações para olhar as práticas de vestir dos sujeitos. Seu método sugere que, ao fazer a pergunta “como se exerce o poder?”, que no caso seria “que práticas de vestir são exercidas pelo sujeito?” ou “como você escolhe o que veste?”, poderíamos olhar para este campo a partir dos efeitos destas escolhas, dos exercícios que sujeitos e coletivos fazem. Portanto, acompanhar os processos dessas práticas no campo da moda, ali onde ela adere-se à inovação e ao público da juventude (situações que denotam a descontinuidade do processo), pode apontar os modos de construção de instituições, verdades e possibilidades de tensionamento neste mesmo campo.

Já Lazzarato (2006) discute como se formam públicos de maneira a observar as condições de formação. No caso da juventude como portadora do ideal de novidade, pode-se pensá-la como consumidora padrão do sistema, que veio se transformando e extrapolou a regulação etária. Para o autor:

A subordinação do espaço ao tempo define um bloco espaço-temporal encarnado, segundo Tarde, nas tecnologias da velocidade, de transmissão, do contágio e da propagação a distância. Agora que as técnicas disciplinares estruturam-se fundamentalmente no espaço, as técnicas de controle e de constituição dos públicos colocam em primeiro plano o tempo e suas virtualidades. O público se constitui através de sua presença no tempo. (LAZZARATO, 2006, p.75)

Parece-me que, ao se produzir no contemporâneo, em subordinação a um tempo que não mais é desejado (a vida adulta, com suas responsabilidades e experiência de solidão), a juventude se torna necessária, introduzindo um novo público para esta nova moda. Assim, gradualmente, se elimina a produção manufaturada, representada pela figura do artesão (costureiras, alfaiates, bordadeiras etc.), a fim de acelerar suas entregas para um mercado veloz e capitalista. O cenário foi propício para que magazines se especializassem em formas atrativas para manter os clientes nos estabelecimentos a fim de fazê-los consumir cada vez mais. As lojas passaram a oferecer o *look* completo, desde o sapato até a maquiagem; tudo isso envolvido por música própria para cada tipo de público (LAVÉ, 1989, p. 266).

Sant'anna (2008) e Mesquita (2008), pesquisadoras da moda contemporânea, localizam jogos de poder na invenção deste modo de consumo de moda. É na noção foucaultiana de cuidados e práticas de si (FOUCAULT, 2004, 2011) que se localizam os jogos de poder, o esforço do sujeito em se inventar, em tornar sua vida uma obra de arte, chamado de estética da existência. Propõe que se considere que, através de práticas cotidianas, é possível um esforço para nos tornarmos quem podemos ser, e que façamos um exercício de um tipo de ética ao não nos submetermos à tentativa de condução de nossa conduta, ou quaisquer esforços que impeçam ou invisibilisem um processo de subjetivação.

Em “Nascimento da Biopolítica” (FOUCAULT, 2008), o filósofo traça as mudanças que os jogos de poder têm, dadas as mudanças históricas, sociais, econômicas e religiosas. Defende que o surgimento do chamado poder pastoral gradualmente inventa a promessa de que o que importa não é mais a produção de uma vida potente, produzida, com alegrias e tristezas obtidas em vivências do cotidiano, mas que, agora, é preciso ser feliz dentro de uma promessa ilusória na qual o sujeito, consciente ou não, passa a acreditar.

As autoras anteriormente citadas sublinham que é a construção do sujeito que produz sua aparência e que, ao buscar nesta prática a superação autônoma de obstáculos, ele constitui o sujeito da moda contemporânea. O campo da moda, cotidianamente construído e desejado por este sujeito, torna impessoais suas criações. A noção foucaultiana de subjetividade vai além de uma ideia de sujeito, fala de uma relação do sujeito consigo mesmo, em que até as relações de força tensionam-se em um si mesmo que concerne a relação com a morte,

Assim o sujeito passa a ser percebido como obra de arte, como inventor de possibilidades de existência de acordo com regras facultativas capazes de resistir às diferentes formas de saber e poder, mesmo quando o saber se esforça por se apropriar delas e dominá-las. Por essa razão, os modos de existência ou possibilidades de vida não podem parar de se recriar e de ressurgir a cada momento. (PEIXOTO JUNIOR, 2008, p. 17-18)

A produção de um público parece ser o que há de menos singularizante para o sujeito. Se a produção de subjetividade envolve a experimentação, de modo muito solitário de suas sensações, necessidades, refletindo no corpo o que se quer, a ideia de um público passa pelo engolfamento desta experiência, capturando seu potencial criativo ali onde ele nasce. Nesta construção de públicos que desejam uma moda “completa”, que se oferece como resolução de suposta demanda para o vestir, parece não haver abertura à alteridade, à opinião do consumidor, escolhendo assim o que lhe interessa, o que passará a compor o seu guarda-roupa. A ideia de alteridade, de exercícios do sujeito, pode ser descritos como cuidados de si e podem ser pensados como práticas de liberdade, técnicas que produzem um sujeito que passa a assumir o que do mundo lhe faz sentido e vincula-o ao espaço-tempo em que vive, possibilitando uma responsabilização do que faz e do que é. Dizer “sou assim, deste modo” e “faço isto, ou aquilo”, “visto-me desta forma” é manifestar cuidados para consigo, modos de afirmar uma liberdade e uma ética da existência. Uma produção de subjetividade que implica a invenção de um saber do sujeito sobre si.

O campo da moda produz sujeitos engolfados em uma invenção infinita, produzindo um tipo de desejo que o sujeito “compra”, ou dobra-se aos seus modos de operar. São espécies de controle que, ao invés de dizerem “seja um nobre”, “pareça um rei”, produz em uma sedução bem mais violenta, pois sugere que possamos parecer quem bem entendermos. Se nasce um público desejoso por novidades, surge com ele o imperativo de produção do desejo por novas formas de se constituir como sujeito, de buscar por maneiras que viabilizem a ele se vestir com frescor. Penso que seja este sujeito individualizado, o novo público da moda contemporânea, produtor de práticas de si, que demanda um mercado que lhe prometa um vestir idealmente singular.

A novidade, no pós-guerra, carrega a possibilidade de inventar um sujeito que almeja não apenas o poder sobre o outro, de ter um determinado modelo que o outro não possui, mas que ele mesmo carregue, de forma constante, o frescor do último *look*; o sujeito passa a desejar ser ele mesmo a pessoa mais moderna, mais singular, mais *fashion*. Para Sant’anna (2009)

possuir poder na configuração social emergida após a Segunda Guerra Mundial passa fortemente pela competência de arremeter pessoas em torno de si, não numa evidência chocante de poder, mas por meio de uma sedução que começa na proposição de si mesmo como um modelo: atual, inovador, portador de soluções e mensagens ainda não vistas e que propõe um novo social. Um *novo* que cada sujeito pretende ser. (p. 43)

(...)

O novo adquire estatuto de legitimidade numa formação discursiva em que o *outro* não é a ausência nem o diferente, mas a possibilidade de existência do *mesmo*, daquele que se percebe como tal no contraste com o *outro*. (p. 44)

O novo “pronto para usar” investe em pesquisa a fim de garantir coleções vendáveis, sujeitas a um risco mínimo de prejuízo. Os revolucionários pretinhos de Mademoiselle Chanel, suas calças, o *new look*, o grafismo de Saint Laurent, dentre outros, começam a ganhar versões acessíveis, frescas, repaginadas. Associada à rentável indústria cosmética que as *maisons* inventaram para aumentar os rendimentos, o novo *prêt-à-porter* propõe uma experiência do parecer. Experiência, esta, possível de ser praticada no modo de produção subjetiva, das práticas de vestir do sujeito que ali vem se constituindo. O parecer é o novo ser. Se antes era relevante se parecer com um nobre ou um rico burguês, agora basta que se pareça com uma imagem, mas que carregue em si o frescor do novo. São discursos que compõem uma forma de cultura, uma cultura de moda que vai produzindo os sujeitos a partir de seus efeitos. Use o decote de Kim Kardashian, tenha as pernas de Beyoncé pela fenda deste vestido, arrebite o bumbum como o de Valesca Popozuda, ou ainda, livre-se de manicure como Márcia Tiburi usando o creme X para as mãos, seja uma mulher livre e deixe de depilar suas axilas, mas compre o desodorante Y que não deixa mancha nas roupas: seja em roupas ou no modo de venda de qualquer produto, a estratégia é produzir um discurso que fale a todas as pessoas, pois não falando a cada suposto desejo passa a ter função universalizante.

Em discussão sobre modos de subjetivação a partir da ideia dos estudos culturais Hennigen e Guareschi (2006) afirmam que

as práticas culturais ou práticas de significação tentam fazer valer certos significados, particulares de um grupo social, sobre todos os outros: os jogos de poder estão sempre implicados. As práticas culturais são interpelativas, buscam dizer ao sujeito quem ele é, como deve ser, o que deve fazer; inventam categorias das quais se ocupam, criam referentes que se constituem como marcadores pelos quais os sujeitos passam a se reconhecer e posicionar. Contudo, para que isso aconteça, é preciso que tais significados adquiram o estatuto de verdade para o sujeito. (HENNIGEN & GUARESCHI, 2006, p.60)

O modo como a moda opera consegue produzir tais efeitos e estatutos incitando, por exemplo, que uma mulher pareça-se mais desejável, como uma cantora de funk;

mais famosa, como celebridades do mundo pop, ou mesmo mais livre, como uma pensadora do campo da filosofia e do feminismo contemporâneo. A rapidez com que podemos mudar de imagem está nas lojas. Hoje, as coleções passaram de duas estações anuais, para a produção de mercadorias semanais nas grandes lojas: produtos tão descartáveis como a embalagem do leite em caixinha. Mas a metáfora carrega uma ironia real: a caixa do leite como material de difícil decomposição pós-descarte já teve seu ciclo pensado há anos. Hoje há práticas de reciclagem competentes para dar conta da discussão. Já no exemplo de uma blusa de malha sintética, que desde sua compra já apresenta fibras que produzem “bolinhas” em sua superfície, será descartada em local impróprio, sem qualquer intenção de manutenção de seu uso, aumento de sua vida útil ou reciclagem total de seu material.

A velocidade com que se produzem novas coleções impossibilitam que se possa pensar nos efeitos desta na produção de subjetividade. Que sujeito, que coletivos, que sociedade, que contemporâneo passa-se a criar com a produção de imagens efêmeras de sujeitos-vestidos? O que carregamos em nossos corpos são como sacos de lixo que irão para uma usina de reciclagem? Se fossem sacos, isso acarretaria que nossos corpos passaram a se produzir como lixo? São metáforas provocativas cujo objetivo, puramente ilustrativo, visam chocar (estratégia aliás do campo da moda) e produzir imagens que nos provoquem não ao vestir, mas à reflexão.

Para pensar a relação (e produção) do sujeito com as imagens, cito Evgen Bavcar (2005), fotógrafo cego, que as percebe como indissociáveis das palavras. No início de seu texto, o artista problematiza sua condição de cegueira para falar sobre imagem, e do lugar da luz - como palavra e imagem - nesse processo. O fotógrafo traz o exemplo do Velho Testamento, em que o Criador profere *Fiat lux* (faça-se a luz). Se o próprio Deus é o criador da luz, torna-se fato que a imagem suprema é de trevas, escuridão. E, se ele fala e não (se) mostra a imagem, esta passa a ser uma ficção, pois não é representável. O autor propõe que este breu seja o inapreensível como ideal ou ilusão. Propõe também que possa existir como memória do que desejou acessar, uma série de histórias se produzem a partir da impossibilidade cristã de conhecer o Criador. A produção de imagens, para o fotógrafo, dependeria de um esforço do sujeito em fabular, inventar, criar suas imagens. Sua discussão pretende problematizar o excesso de produção de imagens - e aqui pensamos que a moda se presta como disciplina que se ampara neste tipo de imagens para sobreviver - e o quanto elas parecem inviabilizar a produção de memórias, ou seja, de histórias que contemplem as fabulações envolvidas

neste processo. São histórias rápidas e vazias, que não se ligam a nenhuma outra, tornando-se obsoletas já no momento de sua criação. São imagens programadas para não mais fazerem sentido em um curtíssimo espaço de tempo.

Outro autor que parece dialogar com o fotógrafo no que tange à forma contemporânea de produção de imagens é Latour (2008), quem nos conta sobre uma exposição de arte contemporânea, intitulada *Iconoclach*, que problematiza a idolatria às imagens. A exposição é dividida em três temas (arte, ciência e religião) de nossa atual sociedade, e cada um deles propõe exemplos-imagens de como há uma produção apaixonada para construir ícones. O autor chama de “cascata” o modo excessivo como são produzidas as imagens, e em qualquer um desses três temas da cultura contemporânea. A divisão em temas tem objetivo de expor a forma violenta com que cada uma destas instituições tem ao usar suas imagens. Como em um jogo de poder, as imagens são consumidas de forma frenética e deixadas de lado em substituição às novas, inviabilizando seu esquecimento, transformando em uma experiência atormentante sua invocação. Como se a cada vez que olhássemos para uma imagem consumida rapidamente fosse retomada a experiência do ímpeto do consumo, invocando assim sentimentos radicais de amor e ódio.

Aquilo que define a moda é que ela introduz no tempo uma peculiar descontinuidade, que o divide segundo a sua atualidade ou inatualidade, o seu estar ou seu não-estar-mais-na-moda (*na* moda e não simplesmente *da* moda, que se refere somente às coisas). Essa cesura, ainda que sutil, é perspicua no sentido em que aqueles que devem percebê-la a perceberem impreterivelmente, e, exatamente desse modo, atestam o seu estar na moda; mas, se procurarmos objetivá-la e fixá-la no tempo cronológico, ela se revela inapreensível. Antes de tudo, o „agora” da moda, o instante em que esta vem a ser, não é identificável através de nenhum cronômetro. (AGAMBEN, 2009, p.66)

Parece-me que, em ambas as propostas acima citadas de concepção de um tipo de imagem produzida efemeramente no contemporâneo, as de Latour e Bavcar, há uma ideia que se pode aproximar com a lógica da produção e consumo acelerados no campo da moda. Na análise de Latour sobre a exposição, é mostrado como temos - como público de determinados temas (no caso ciência, arte e religião, mas porque não estender, em um outro texto, para a moda?) -, acelerado a produção e, com tal aceleração, tornadas efêmeras imagens que outrora foram potentes e permeáveis à interferência subjetiva. De forma distinta, porém aproximada, Bavcar critica nossa incapacidade para fabulação de imagens, para o jogo de luz e sombra da qual seríamos capazes de produzir com nossas memórias e nos distanciamos. Hoje em dia, para que

imagens de moda sejam produzidas, criou-se um mercado de pesquisas especializadas pois, se o sujeito deseja novidades para vestir, é necessário que estes conceitos novos sejam concebidos. As pesquisas em *marketing* de moda propõem que é buscando a opinião do consumidor, nas etapas de todo processo produtivo até a venda final, em que será possível criar uma sensação de participação, o que permitirá alcançar o *fast fashion* do futuro: um *prêt-à-porter* acelerado, com maior consumo:

Nessas condições o capitalismo não estaria mais voltado para a produção, mas para o produto, o que teria transformado em um capitalismo dispersivo marcado pela superprodução, prioritariamente voltado para a venda de serviços e para o mercado. A conquista do mercado nesse contexto se dá fundamentalmente através de redução de custos e transformação do produto. Com isso, o serviço de vendas se tornou-se a alma da empresa e o *marketing* passou a ser um dos principais instrumentos de controle social. (PEIXOTO JR., 2008 ,p.188)

A proposta de Cietta (2012) sugere um futuro para o mercado de moda com mais participação e entende isso como positivo, mas não propõe reflexão sobre os efeitos desse processo no que deseja como resultado: aceleração do consumo e expansão de marcas de *design* de moda. O trabalho sugere que o sucesso de uma marca no setor de moda está na gestão dos riscos de criação e no cálculo do tempo para efetivar o compromisso assumido. Consumidores da marca são convidados a compor ideias para a nova coleção e, quando as peças ficam prontas, elas carregam uma impressão de produção de sentido e, até mesmo de dívida subjetiva, afinal, foi o consumidor que a concebeu de forma colaborativa, então teria certa obrigação em sua compra. O novo *fast fashion* cria um desejo do vestir supostamente singular enredando o sujeito em uma trama incessante de produção de novas e frescas coleções descartáveis. A gestão do risco compreende em preparar o mercado para seu produto, tal qual na descrição de Laver (1989) sobre o sucesso dos magazines que criam ambientes propícios ao consumo.

Os recursos de marketing do *fast fashion* para produzir efeito no desejo e nas práticas do sujeito contemporâneo são, também, percebidos nas araras repostas semanalmente a fim de manter a sensação de novidade. O sujeito se empresta como capital, sua vontade passa a ser mercadoria para produção de imagens de seu desejo. Enquanto consome produtos efêmeros o sujeito oferece seu desejo a serviço da lógica capitalística. Hur (2013), revisando as contribuições deleuzianas de biopolítica e noopolítica, que são modos de exercício de poder, formas de conduzir condutas, assim

considera os efeitos na subjetividade produzida pelo capital:

Os modos de subjetivação, tal como os processos políticos e sociais, são alvo de gestão e controle noopolítico, sendo que tal gestão da vida, seja no âmbito social ou do indivíduo, é regulada e organizada através da axiomática do capital. A máxima da reprodução do capital, compromissada com o aumento da produção, do acúmulo, da competitividade e do consumo, faz com que os processos de subjetivação sejam norteados e referenciados por esses princípios, afastando-se assim dos tradicionais códigos sociais instituídos. (p.213)

As operações do *fast fashion* devem ser analisadas, portanto, a partir de seus múltiplos olhares, percorrendo suas práticas e os efeitos das mesmas. Pensar seus efeitos é olhar para as transformações que a moda vem fazendo para se manter. Investigar como o sujeito contemporâneo se veste pode acarretar em erros comuns, pois.

o primeiro é acreditar que tudo que se move no mesmo ritmo e que um único fator explica tudo. É um princípio fundamental da história sociocultural aceitar a coexistência de diferentes escalas de tempo, portanto de modelos. O segundo é acreditar que grupos ou segmentos sociais podem escapar dos fenômenos da competição distintiva, logo dos conflitos em torno das aparências. A moda pode afetar as sociedades mais tradicionais e os costumes mais enraizados. Povo algum esteve imune a isso [...] (ROCHE, 2007, p. 55)

Se o autor refere-se às práticas da França no Antigo Regime, é possível aceitá-la em sua atualização para além deste espa-tempo. É uma análise aberta, que olha aos modos como a moda opera.

A crise de consciência ecológica vivida nos anos 1990 sob forma de encontros, congressos, tornou os termos “ecológico” e “sustentável” parte do vocabulário dos círculos de discussões políticas, científicas e de consumo. Para tanto, foram criados protocolos de compromisso político, empresas adaptaram-se a este novo mercado, buscou-se indicadores que mostrassem a realidade vivida e os prognósticos. Na moda não foi diferente: marcas passam a adotar novas práticas, como uso de tecidos inteligentes, pesquisa, busca de mão-de-obra justa (em função dos escândalos de trabalho escravo), sacolas biodegradáveis, matéria-prima reciclada, dentre outros. Marcas que passam a oferecer um *life style* de sustentabilidade. Estariam buscando um mercado que deseja a redenção por certo modos de consumo? Apesar de cultivar uma ideia de *slow fashion*, estas marcas angariam clientes que se interessam pela novidade, mostrando que a engrenagem deste campo tem suas nuances perversas.

Fontenelle (2010) discute a invenção deste novo consumidor que, com um comportamento de busca de autonomia e singularidade, se engaja em projetos e produtos ditos sustentáveis ao ponto de exercer certo “fascismo voluntário”, exigindo sempre a melhor e mais ética compra ou prática de vida. Neste contexto em que o

sujeito é, ao mesmo tempo, autor, réu e juiz em sua relação de desejo com os objetos que o circundam, pouco surge como brecha para produção de sentido através da vivência de uma alteridade; uma alteridade que afirme ou interdite este modo de hedonismo ilimitado. Nessa modalidade de consumo, o sujeito, ao consumir ecologicamente, encontra uma espécie de redenção, uma forma de se aliviar dos males que causa ao planeta e a seus semelhantes. O poder da moda está na própria formulação do desejo de vestir uma novidade, mesmo sendo esta uma novidade com *design* sustentável. Sobre o aprimoramento (e, por que não, requinte) dessa ferramenta, Hur (2013) conclui que “decorre-se assim a sofisticação de tecnologias de governo, como a publicidade, e a modulação das formas de ser, de se afetar e de se auto-governar.” (p.13) . As tecnologias de governo a que Hur se refere, são de ação no pensamento, na formulação do desejo dos sujeitos. Estes desejam o governo do sistema, que nos mantém em uma trama de ilusões impossível de despertar, cujas brechas precisam ser conquistadas, inventadas, produzidas.

Algumas práticas de gestão do Governo do Estado do Rio Grande do Sul parecem afinadas com a ideia de produzir um cidadão-consumidor de moda, que tenha a sensação de redenção do consumo através das mudanças das práticas da Campanha do Agasalho. Até pouco tempo o site da Defesa Civil, responsável pela Campanha, possuía números de coleta e das famílias assistidas. Números não são palavras, mas permitem tecer algumas análises e discussões. O site vigente reduziu as imagens, supostamente do trabalho da Campanha. Ao pesquisar na web, é possível achar dados antigos da Defesa Civil e de terceiros: um site copiou dados defasados da Defesa Civil gaúcha e os utilizou com referência de fonte. O site original, ligado ao Governo do Estado do Rio Grande do Sul, está inativo. Os dados secundários coletados referem-se a 2012 e, segundo o Tenente Coronel Oscar Moiano – que coordenava na ocasião a Campanha -, a Defesa Civil recolhera 1,5 milhão de roupas em benefício de 300 mil famílias. A única preocupação citada pelo coordenador da Campanha é a de que a população deve ter consciência para fornecer peças em bom estado de conservação (RS LANÇA "CAMPANHA DO AGASALHO 2012", 2015). Além desses números, mais nenhuma palavra ou imagem dos doadores, tampouco dos “beneficiados”.

Em um primeira análise podemos pensar que os poucos dados fornecidos da Campanha poderiam indicar uma desimplicação do Estado referente às informações dadas à população sobre as roupas que não mais utilizam. O volume de doações era, em média, de cinco peças de roupas por família beneficiada. Devemos considerar ainda que

esta é apenas uma de muitas campanhas de doação de roupas em nosso Estado. Diversos municípios as praticam, com ações quase sempre ligadas aos gabinetes de primeiras damas ou à assistência social. Entretanto, não há pesquisa ou levantamento do nível/quantidade de carência de agasalhos da população gaúcha. Uma das estratégias das relações de poder que possibilitam a governamentalidade é a de conhecer sua população. No Brasil, uma das entidades com notoriedade em produção de dados sobre miséria, empregabilidade, educação e outros, é o IBGE. Nem este órgão, nem qualquer outra instituição de produtora de pesquisa possui dados que possam fornecer reflexão acerca da necessidade de agasalho para população carente. Em um estado federativo em que o frio é uma realidade sazonal a ser enfrentada por toda a população, parece-me curioso que há décadas se sustente uma ação pública de Estado, que envolve uma operação complexa de trabalhadores (antes do gabinete da Primeira Dama, hoje – no Governo do Estado – na Defesa Civil), *marketing*, logística sem justificativa fundamentada. As imagens de uma Campanha que se produz efêmera, sem justificativa, parece afinar-se com a ideia de Bavcar de carência de memórias, fabulações. O que se sabe sobre as doações do ano anterior? Que histórias “de sucesso” ou mesmo “de fracasso” das pessoas e seus novos agasalhos se produziram? Em uma espécie de função de idolatria a uma ação dita altruísta, de doação de uma peça de roupa indesejada, a classe consumidora gaúcha parece ascender-se em uma posição de redenção. Redenção esta indestrutível, dado que, mesmo que sua imagem perca o sentido no próximo frio, se reestabelecerá com suas novas doações.

Ao recortar o problema que encontrei na busca do site do Governo penso que o problema pode estar se agravando. Se antes conhecíamos ao menos os números, podendo abrir para a discussão pública o problema do excesso de descarte de objetos de moda, hoje nem isso nos resta. Fica apenas a imagem – na página inicial – de funcionário do departamento com colete-uniforme escrito em letras garrafais “Defesa Civil – Rio Grande Civil” e, ao longe, em segundo plano, pilhas de roupas para doação. Ao olhar atento, a imagem mostra que quem detém o governo das práticas de descarte neste contexto é a atual gestão do Governo do Estado e que nada há para discutir-se sobre isso.

Com os dados anteriores, ainda pude constatar que nada é dito sobre as roupas que sobraram; nenhum levantamento das necessidades da população atendida é feito, ou sobre quais regiões dos estados carecem mais do benefício da Campanha - apenas mais e mais roupas são rotineiramente doadas a fim de manter uma ação dita emergencial (já

que é executada pela Defesa Civil). Não há nenhum *feedback* sobre o uso das doações, nem pesquisas adicionais sobre necessidades ou carências específicas dos assistidos. Quantas calças são doadas? Há mais casacos que vestidos? Qual o maior contingente de doações? De roupas adultas, femininas, masculinas ou as infantis? Há critérios para avaliar condições de uso das doações (tal qual o prazo de validade de alimentos não perecíveis ou de medicações doadas)? Se sim, há higienização das roupas?

Devido ao suposto problema sazonal de falta de agasalhos, parece-me que o ímpeto assistencialista que parece acometer os consumidores gaúchos de roupas, tem na ação de uma gestão de Estado seu mote impulsionador. São práticas enrijecidas, que se sustentam pela suposição de que o outro precisa ser protegido por mim, de que há uma divisão de classes e que uma precisa agir em proteção à outra. Demonstra-se, pela pesquisa, que há um Estado protetor e paternalista, cujas ações não abrem brechas para discussão, para construção de ações com base em pesquisa e na voz da própria população a ser assistida.

Outra prática afinada com a ideia de consumo sustentável parece ser o crescente número de mercados de brechós. O blog do Sebrae afirma que, segundo seu banco de dados, o setor de venda de produtos usados no Brasil cresceu 210% em cinco anos (SEBRAE, 2014). São novas e efervescentes práticas que vêm ampliando a produção de imagens de moda, muitas delas desencarnadas de quaisquer fabulações, histórias, imaginações. O campo da moda busca expandir-se e tem se valido, para tanto, da efemeridade.

Certa de que essas não precisam ser as únicas imagens para as práticas do vestir no contemporâneo busco um tensionamento: a produção de um Projeto com roupas. O Brechó de Troca nasce do incômodo com esses modos de operar da moda e de certo cansaço com a efemeridade de suas imagens. Percorrer o caminho da construção desta ideia-ação é poder olhar para as práticas do vestir que me produzem como sujeito e também para as práticas de pessoas que vivem no mesmo mundo. Acompanhar os jogos de força que a moda vem protagonizando é também acompanhar o que pôde ser feito de diferente, de singular, de potente neste processo. Em uma atenção que vai do macro, dos processos de vêm fazendo da moda o que ela é hoje, ao micro, em um olhar sutil, vou justificando meu incômodo com os modos de produção de subjetividade junto às práticas do vestir, à produção de imagens de moda e às memórias que advém desses processos.

1.1 A roupa em uma Memória: Práticas do Vestir Produzindo Imagens de um Trabalho

Apresentar e justificar a criação do Projeto Brechó de Troca pelo percurso histórico da produção de um social que elogia a novidade como expressão do narcisismo – rompendo com produções coletivas – é essencial, dado o caráter acadêmico de discussão do problema; entretanto, me parece reduzir a justificativa. Então proponho relatos das memórias de encontros escolhidos como base de discussão para os efeitos que este Projeto vem tendo. A ideia é pensar que possibilidades de reflexão têm a proposta. Para tanto, escolho começar apresentando memórias, as que me parecem ter dado condição – em uma trama com a noção dos efeitos do mercado da moda nas práticas do vestir – para a produção deste desejo de inventar (e persistir no desejo) um espaço de convívio para permuta de roupas e de acessórios.

Das memórias que penso terem me produzido como alguém interessada em pesquisar e trabalhar com as questões da moda, da roupa, do sujeito e do social, penso que algumas bem antigas são relevantes. Os sons, cores e formas que tomam boa parte de lembranças de minha infância são as ligadas ao campo da moda. Enquanto iniciava a brincadeira de bonecas, o som da máquina de costura de minha mãe e todos os objetos que envolvem a atividade de costurar faziam eco em mim. Fui uma criança que brincou com os elementos para produção de roupas; as lentes que tenho para ver o mundo são perpassadas pela liberdade de ver algo possível, familiar e acolhedor neste universo.

A visita à loja de tecidos, por exemplo, pode ser uma oferta a infinitas criações para uma criança: são texturas e cores à disposição da imaginação. Tecidos prestam-se para a produção de roupas, mas também de bolsas, revestimento de móveis e outros usos na decoração de ambientes. Também múltiplos são os usos dos produtos de armarinho: botões, agulhas, linhas, tesouras, fitas, fechos, elásticos, velcros, dentre outros. Considere-se que tal inventário foi feito no tempo presente por uma pessoa adulta; qualquer descrição do que pode imaginar uma criança ao deparar-se com tais objetos é inútil, entretanto, um esforço de resultados parciais é necessário.

Lembro de importar-me com pedaços de retalhos que quase nunca eram utilizados. Retalhos são sobras de tecido: coloca-se o molde da roupa que se pretende executar sobre o pedaço de tecido e corta-se nas bordas deste com pequena folga para

que se tenha espaço para a costura. Esses pedaços que sobram do corte podem ser maiores ou menores, dependem das possibilidades que a relação molde-corte de tecido oferece e da habilidade de quem executa o corte; mas são sempre disformes e de difícil aproveitamento. É necessária criatividade e habilidade na arte da costura para inventar um uso para estas pequenas tramas que restam. Aquela criança não se preocupava com a efetivação de um produto, mas sim com o repertório de possibilidades de criações que aquele pedacinho de pano poderia ser, ainda que em sua imaginação. Boa parte das ideias eram roupas, mas estas ideias desdobravam-se em histórias que uma criança projeta: futuro.

O uso de agulha e linha me parece dialogar com esta ideia. Uma criança inexperiente fere-se com a prática da costura manual. Aprender a forma de segurar os objetos dará mais ou menos qualidade ao trabalho, mas não só isto. A persistência no ofício parece ter produzido um efeito em mim, a sensação de segurança, de que o produto do artesanato da moda não necessariamente é algo ruim, dolorido, que espeta e incomoda: poderia ser algo prazeroso, mas não sem esforço. São muitos gestos, repetições minuciosas, treino incessante para que se consiga um pequeno resultado. A técnica manual é lenta, porém bela; uma costura deste tipo dura no tempo, é valorizada pela indústria da moda de luxo. Há quantidade expressiva de pesquisas historiográficas de moda que se debruçam sobre peças feitas à mão em tecidos nobres dado o fato de que duraram certo tempo e depõem sobre quais técnicas eram usadas. Os tecidos menos nobres não costumam aparecer na literatura pois são frágeis e suas tramas não suportam a ação do tempo, bem como suposto descaso social para com as peças populares. Costurei por algum tempo e parei, pois, outras atividades passaram a me interessar.

Não somente no ofício do artesanato está localizada a prática que implica em produção de subjetividade pela moda. As práticas do vestir e seus possíveis desdobramentos foram alinhavando-se a outros elementos, vivências. Sou filha caçula de uma família de quatro filhos e de classe média, com infância nos anos 1980, período de mudanças político-econômicas no Brasil. No que tange às práticas do vestir, significa dizer que não havia fartura, que o mercado de moda tinha outra lógica de tempo de produção e que certamente eu receberia de meus irmãos mais velhos as roupas para usar. As lojas de departamento já detinham certa parcela de vendas no mercado e vinham ganhando espaço. Na classe média, soava certo glamour poder prescindir do trabalho da costureira e passar a levar, em Porto Alegre, a família às compras no

crediário das Lojas Renner, C&A, Sandiz ou das Casas Lú. As liquidações dessas lojas eram celebradas; era o momento de renovação no guarda-roupa. Diferentemente para mim, eram raras essas experiências. Esperava pelo casaco de lã uruguaia que o irmão mais velho deixaria de usar, pela saia de lã de modelo escocês (com os detalhes de fechamento) da irmã, a jaqueta de “modelo Michael Jackson” do outro irmão (feito pela mãe, é claro), pelo tênis de marca de uma prima mais abonada, e pelo blusão que a mãe tramava. Esperava, desejava e, enquanto o tempo passava, imaginava experiências com tais vestimentas, composições que só eu poderia imaginar para elas. A moda e sua lógica efêmera, de imagens que se sobrepõem, não produzia efeitos nesta infância. Ou melhor, produzia, porém não da forma massificadora e produtora de um consumo desenfreado. Parece-me que os efeitos de verdade de que se deve vestir assim ou assado me afetavam de forma outra, inquietando a vontade de outras experiências com as roupas que as do processo de aceleração da produção do mercado de moda.

De criança que brinca com a costura, filha caçula de uma família de classe média a estudante de Psicologia. Enquanto a roupa cada vez mais afasta-se de minha racionalidade, aproxima-se a formação no ensino superior. A escolha é pela dedicação às disciplinas que problematizam a produção ou constituição do sujeito. Alternando leituras da Psicanálise, da Psicologia Social e com o desejo pelo trabalho no espaço do coletivo, um caminho começa a apontar-se; uma direção, um vetor começa a compor-se. Mil experimentações que só vêm corroborar para a confirmação desse caminho: pesquisa na filosofia, práticas no meio rural e com públicos em situação em exclusão. Minhas trilhas me levaram no caminho do encontro. Olhar para o outro como um não-estranho, como alguém que partilha a solidão do cotidiano, perceber que nos pequenos grupos há um mundo, e que acompanhá-las pode ser a chance de manter-se neste caminho e neste vetor.

É na experiência de solidão que as memórias da imagem de sujeito, que se subjetivou pela moda e pelo interesse ao olhar para os processos coletivos, se dão. Então, a conclusão do curso requer assumir-se alguém que pensa sua profissão. “O TCC não é o trabalho de sua vida”, o supervisor do seminário aconselhava, “mas é o que me manterá em meu caminho” eu pensava. O alinhavo das experimentações deveria provocar uma costura no texto, inventar um tecido, mais um ponto para fechar a peça. Mas calma lá: o trabalho de conclusão é um dos primeiros pontos neste ofício de produzir-se psicólogo. A produção sai meio torta, com erros conceituais, angustiada

com poucos dados e tanta crítica a fazer. Fica lá solitário em uma gaveta, abandonado como uma peça que sai mal-acabada, com caimento ruim ou com um modelo que “não favorece seu biótipo” e todos lhe dizem para desapegar-se dela. No caminho percorrido por esta linha, o uso da agulha penetra mais uma vez o dedo: dói. Assumir o caminho é tão doloroso como percorrê-lo. O trabalho sai como a roupa feia e fica lá na gaveta por certo tempo.

Depois disso foram anos de trabalhos dispersos, diálogos com colegas, muita pesquisa e alguma escrita despreocupada em um blog. Em meados de 2008 um grupo interdisciplinar de colegas começa uma série de reuniões para formar uma cooperativa de trabalhadores em saúde mental. Este grupo, além de seus objetivos próprios, acolhe minhas divagações sobre a produção de um projeto que envolva questões da roupa, mas que fuja do óbvio da lógica de consumo. O Brechó de Troca começa a tomar um jeito, torna-se viável. Os colegas passaram a questionar os objetivos de meu projeto, questões metodológicas, discutiam sua “aplicabilidade”. Começava a retomar o caminho agora com uma cicatriz nos dedos feridos pela agulha do alinhado feio. Entendia que precisa ter quantidade mínima de participantes, pois menos do que três pessoas não poderiam compor um grupo. Essa questão me levava a outra: o quanto eu queria, ou não, participar dos encontros, ir além da produção e coordenação para tornar viável um encontro de duas pessoas. Assim, decidi que até que o projeto pudesse andar com as próprias pernas, tendo a cada encontro quantidade razoável de pessoas presentes, eu participaria.

Ainda vieram outras preocupações. Tinha o receio de que as roupas pudessem se confundir, por exemplo, serem trocadas sem a intenção para isto, misturadas em uma montanha de objetos. Mas o Projeto começou assim, com incertezas e apostas. Mantive, para mim, a certeza de que eu seria a pessoa responsável para manter um método, insistir em fazer do Brechó de Troca um espaço que pudesse ter alguma confiabilidade, ainda que ele pudesse transformar-se de acordo com a demanda, mas nunca de maneira a desacreditar seus objetivos. E foi assim que decidi como ele funcionaria, desde janeiro de 2009, com objetivo de troca-troca destas peças, mas primordialmente um espaço de convívio, em que cada peça merece uma fala, uma história, qualquer palavra que possa ir além de mostrá-la, e em um espaço de liberdade para a efetivação das trocas, onde cada pessoa tem liberdade para trocar o que quiser por quantas peças quiser, respeitando a liberdade da(s) outra(s) parte, ou seja, se houver o encontro.

O Brechó de Troca virou realidade, com seus objetivos, método sempre em construção e tramando uma rede de parcerias. O desengavetamento do TCC já havia sido feito com a passagem do texto à ação do Projeto. Mas com o passar do tempo passou a não ser suficiente; passou a demandar o olhar de alteridade para seguir transformando-se. A pesquisa foi um caminho encontrado. Busco o PPG de Psicologia Social Institucional. O próximo passo do percurso parece ser olhar as cicatrizes nos dedos, pensar como as práticas do Brechó de Troca foram potentes e tomá-las em discussão. Olhar para elas e pensar como o Projeto, a partir de relatos de sete anos de memórias do trabalho, possibilitou experiências de produção de subjetividade pelas práticas do vestir?

O desafio da pesquisa é menos a crítica, visto que me habituei às práticas ditas diferentes no campo do vestir, mas mais a tomada firme de objetivos, dado que até aqui o percurso havia sido marcado fundamentalmente pela experiência. A persistência solitária passa a ganhar a companhia de mais e mais parceiros-autores para pensar tal processo. De meia dúzia distante de autores e colegas passo a olhar para o Projeto cada vez mais com “olhos psi”, com o esforço de produzir novas imagens de memória. Passo então a levantar e discutir memórias de práticas do vestir ocorridas nos sete anos de existência do BT que apontem para produção de imagens que não se encerrem em si, mas produzindo desdobramentos e reverberações. Também traçarei, através da discussão/análise dos relatos/memórias, a perspectiva ética e política das ações do Brechó de Troca e pensá-las em seu tempo-espço de possibilidades.

1.2 Vestindo um Problema para Produzir uma Pesquisa

As aberturas de “Moda em Ziguezague – interfaces e expansões” problematizam outra abertura, a de Lipovetsky, em sua analítica do campo da moda: “A questão da moda não faz furor no mundo intelectual” (LIPOVETSKY, 1989, p.9). Sigo abrindo a questão: se de 1989 a 2011 muito mudou, o que passa a mudar em mim, de profissional à pesquisadora é um recorte: o Projeto que crio. O foco desliza da ação à questão. O trabalho passa a não ser suficiente, passa a produzir questão. A pesquisa passa a ser vital: olhar para os processos que vêm se dando em sete anos de experiência,

analisando-os sob o viés que me é permitido, o de psicóloga. Buscar a memória do BT pode ser uma busca por produção de subjetividade? Diferente de ater-me ao campo da moda, sublinhar, narrar e discutir situações de práticas do vestir passa a ser motivo para instaurar uma pesquisa.

A partir das memórias de sete anos de trabalho da organizadora do Brechó de Troca, a presente pesquisa busca: analisar e traçar uma compreensão acerca das experiências de produção de subjetividade pelas práticas do vestir que o projeto pôde possibilitar.

Tendo como ponto de partida a produção de um relato-guia, que compreende um quadro de datas/locais, descrição metodológica de cada encontro e do que ocorreu em cada encontro, os relatos de memória vão se desdobrando. Tal material oferece-se como referência para esquecimentos e, junto com outros materiais-memória, como *flyers*, registros fotográficos do arquivo do Projeto, postagens do blog e da *fanpage* do Projeto e materiais de mídia vão possibilitando a abertura para a lembrança dispor-se à problematização, à inquietação, à alteridade, à pesquisa.

Inicialmente pretendo traçar, através da análise/discussão destes relatos/memórias, a perspectiva ética e política das ações do Brechó de Troca, pensá-las em seu tempo-espaço de possibilidades, refletindo sobre a potência deste espaço em resistir ao modo efêmero e veloz da produção de imagens de moda. Pensando que o Projeto foi proposto em um contemporâneo tomado por práticas de vestir desimplicadas, produtores de hiperconsumo, parece ser relevante dar a conhecer o seu lugar de fala, que posição no mundo ele pretende marcar.

Em um segundo momento pretendo analisar memórias de práticas do vestir, no âmbito e/ou conexas ao projeto Brechó de Troca, que apontem para situações de produção de subjetividade que não se encerrem em si, mas que possibilitem desdobramentos, reverberações. Se o Projeto, na figura de seus relatos de memória, acolheu exercícios outros que não de consumo acelerado de moda, pretende-se aqui analisá-los e apontar onde eles extrapolam as fronteiras deste espaço.

1.3 Abordagem Metodológica

Os cuidados de uma pesquisadora para consigo passarão a possibilitar a produção e condução de uma pesquisa. A produção de um texto que responda a uma questão em um campo a partir de objetivos é uma busca de uma escrita que toque o outro, que alcance um espaço de diferença, de alteridade. A condição para se conseguir olhar para uma questão sem perder-se em outras, aparentemente mais sedutoras, é o esforço de exercitar-se, de valer-se de todas as ferramentas disponíveis para a prática de si como autora de um texto. Elas são como que um amparo, um guia para lembrar-me, a cada distanciamento do percurso, que há algo a ser discutido, que é pertinente a um leitor curioso de resultados. A cada vez que se recorre às ferramentas desta pesquisa, a pesquisadora lembra-se de que existe uma alteridade que evita uma possível tirania da escrita, algo que só diz respeito a um autor, um que deseje colorir o mundo com cores que bem lhe servem. Logo, é necessário permitir que o campo torne a pesquisa tingida de cores outras, inesperadas, achadas pelo percurso, e que a cada vez que elas fiquem borradas, sem clareza aos olhos do outro, que se retorne aos recursos. Estes não terão mais a mesma forma, dadas as transformações no olhar colorido do pesquisador, mas poderão oferecer-se como uma nova lente que se permita seguir acompanhando uma dúvida.

Uma pesquisa que produza um novo texto, um olhar ainda não focado para determinado campo, requer disposição à invenção. Não uma invenção imposta, forçada ao leitor paciente, mas uma que invente sobretudo um investigador, que crie um pesquisador; uma investigação que escreva uma nova história a partir de exercícios de ir e também de poder vir por um caminho em que se vê os vestígios das pegadas já apagadas. Sobre esta disposição à invenção, Preciosa (2010) vê na arte a melhor tradução possível. Ela afirma que:

Para Hélio Oiticica, o que importava era „deslanchar estados de invenção“, palavra dele. Nada a ver com o cultivo de hábitos criados em cativeiros criativos, ao contrário, é inventar estados de si que desbordam de um destino pessoal. Invenção é intervenção na existência movido por profunda necessidade. É construir uma „câmara de ecos“, que ressoe o vivo e você junto. Inventar não é colorir o mundo, mas corar-se dos mundos. (PRECIOSA, 2010, p.75)

Essa “disposição à invenção”, pensada em relação ao pesquisador permite que o mundo tenha seus tons, que o Brechó de Troca exista para além de memórias-estaque, que ganhe novas cores, não somente através das visíveis em um *flyer* ou em um registro fotográfico, mas no esforço de rememorar em diferentes tempos, com lentes emprestadas por Foucault, Lazzarato, Lipovetsky e também Preciosa, Hennigen, Mesquita, e meus próprios rascunhos e ferramentas inventadas. A ferramenta inicial, que se inventa operando a liberdade de esquecimentos necessários (pois em sete anos de trabalho é impossível, desnecessária e enfadonha a lembrança “total”), é um relato-guia. Este relato foi produzido com estrutura burocrática, esquematizada; é composto de três partes. A primeira e mais extensa parte é uma descrição dividida por ano e mês de cada encontro do Brechó de Troca em sete anos. Cada encontro é descrito com informação de local, de número de participantes, de estratégia metodológica proposta, e situações dignas de nota. A segunda parte é um quadro, uma tabela cronológica, produzida a partir de consulta aos *flyers* e em consulta ao blog que criei em 2009 (juntamente com o início do Projeto). A terceira parte é a da descrição dos locais, organizados alfabeticamente de A a O (no Anexo foram riscados os nomes verdadeiros). Também se presta como ferramenta a pasta-arquivo de *flyers*, organizada metodicamente no início da pesquisa, já que anteriormente encontrava-se espalhada em um HD despreocupado. Ainda há os registros fotográficos, os registros descritivos do blog, e uma *clipagem* de notícias, de registros midiáticos de diferentes ordens (de blogs a jornais de grande circulação).

O leitor não é esquecido neste processo. Poderá acessar parte deste material, ora no corpo do texto, no caso dos *flyers*, ora em anexo, no caso do fragmento do relato-guia, podendo pensar que caminhos não foram trilhados pela pesquisa, que caminhos foram refeitos e apontar tanto os que claramente não couberam ou os que foram esquecidos. O anexo não busca nenhum acabamento. É roupa descosturada, rasurada, manchada. Com todos os negritos, comentários, coloridos de realce. Com isso não pretendo esconder o processo, mas escancará-lo, mostrá-lo pelo avesso. Cada cor de realce intencionava trazer diferente tema a ser discutido; cores que o mundo poderia dar aos relatos. Assim como Preciosa (2010) em sua poética descrição de processos de subjetivação de uma criança que ganha o mundo e precisa de seus materiais de apoio, junto os meus, e convido-os a olharem para ele com a mesma disposição que eu, desavergonhadamente:

essa coisa que eu carregava parecia me prover de tudo de que necessitasse. Era uma espécie de bolsa mundo, bolsa de trancos, bolsa bote de salvamento, bolsa amuleto, bolsa de faz de conta, bolsa de risadas, bolsa de doçuras, bolsa de gagueiras, bolsa de tropeços, bolsa de traições, bolsa bálsamo de dores, bolsa de amores, bolsa de terrores, bolsa de visões, bolsa de fragilidades, bolsa de leveza, bolsa de inqualificáveis. (PRECIOSA, 2010, p.57-58)

A questão é: para que tantos cuidados, do que se tem receio neste percurso de olhar para os processos de subjetivação do Projeto? Convido o leitor a imaginar-se conduzindo um veículo. De modo simplista, o mero ato de dirigir em um trânsito cheio de interferências de condutores mal habilitados, veículos de tamanhos diferentes, incômodo de buzinas etc etc, por si já seriam motivos suficientes para concordar que a operação não é algo simples. Se sairmos das vias e passarmos a transitar em uma trilha, a operação não fica mais fácil. Há outras dificuldades, porém, todas verdadeiras. Há que se ter destreza para não esmorecer com a tremedeira do veículo. Uso de bússola, correntes nos pneus, companhia de um co-piloto, são algumas das estratégias pensadas como possíveis nesta metáfora do conhecido método cartográfico. A cartografia, método que passa a romper com princípios filosóficos iluministas, recupera, reintegra as dobras entre o sensível e o inteligível, rompidas por metodologias ditas cartesianas (FONSECA; COSTA; MOEHLECKE; NEVES, 2010). O acoplamento, por parte de uma disponibilidade do condutor-pesquisador, dos elementos descritos (bússola, correntes, co-piloto, e o não citado veículo) como ferramentas, em sua percepção de guia para o caminho, é uma habilidade necessária neste percurso.

Imagine uma extensão desta metáfora: dirigir em uma trilha que, apesar de já ter sido feita antes, agora é percorrida em marcha ré. O sentido da direção confunde. Os leitores-motoristas já devem estar se deparando com certa angústia da cena, a de percorrer um caminho ora confiando em três espelhos retrovisores, ora em outros passageiros do veículo, ora com o corpo torto dentro do veículo, tentando adaptá-lo a novo modo de condução em uma trilha supostamente conhecida. Fazer costuras em um campo antes esquartejado por produções científicas passa a ser tarefa que exige disposição de seu todo, aqui quase descrito, por vício deste mesmo tipo de produção de conhecimento, como corpo e alma. As costuras podem sair com cara de delírio, de profusão de imagens antes inimagináveis. É um esforço de produção de um novo corpo, um que suporte a trilha.

„o verbo tem que pegar delírio”. Esquecer-se de si também é prudente. Aliás, largar-se não só de si, como também perder a esperança de que algum dia possa reencontrar-se consigo mesmo. (PRECIOSA, 2010, p.25)

Pois o caminho percorrido passa a desenhar trilhas nunca antes concebidas, reconstruindo um corpo fragmentado pelas ideias que tinha sobre este campo, produzindo invenções. São percursos com traçados diferentes dos habituais da metrópole organizada para ser conhecida. O campo da pesquisa cartográfico não tem mapa pré-concebido.

Não se trata de uma geografia horizontal abrangendo grandes territórios, ou vertical aprofundando-se em intimidades locais. Trata-se de uma espacialização transversal, que atravessa em viés e opera um desvio nas leituras obrigatórias do campo psi. Tal transformação do espaço busca acessar algo que é único sem pertencer a um único sujeito ou tipo, uma linha que atravessa irregularmente, de modo intermitente, um território que é de todos e é de ninguém. Isto é, aquilo de mais geral e específico a um só tempo, sem nenhum desses: o impessoal. (FONSECA; COSTA; MOEHLECKE; NEVES, 2010, p.174-175)

Os delírios produzidos no encontro, no percurso deste campo em viés, não podem ser confundidos com especulação. Trata-se de dizer o que o percurso trouxe ao pesquisador, o que lhe contou e, com isso, no que o transformou. Desmanchar-se em seu processo de subjetivação para reconstruir-se como novo passa pela produção da escrita que marcará em suas pegadas, ou mesmo, nos rastros pelo texto (como o estilo de escrita, por exemplo, a escolha das palavras) a presença do pesquisador.

A proposta espacial da cartografia de vieses alude a imagem, igualmente proposta por Deleuze, a do ziguezague. A imagem da letra Z, ainda que incompleta para descrever percursos imprecisos, que serão trilhados em um caminho ainda desconhecido, mostra em que pontos precisos do percurso guinadas podem ser feitas. O pesquisador olhará para as margens e o que elas lhe oferecem como ferramentas; a curva será feita buscando manter alguma ferramenta, mas correndo-se sempre o risco de cair em uma curva seduzido por um só lado da trilha. É como olhar um lado da trilha e perceber um pomar enquanto no outro há a oferta de um horizonte atrativo aos olhos. Para o pesquisador voraz, a fome de frutos apetitosos pode ser o determinante para uma guinada, mas se perderá do percurso a serenidade que uma vista pode proporcionar. Orlandi (2011) descreve este risco de se cair em um lado da trilha como o passar, em uma trilha, por uma pinguela. A imagem de uma ponte seria por demais forte e sem riscos. Quando se atravessa um rio por um recurso deste tipo corre-se o risco, ao olhar

para um só lado, de desequilibrar-se. A queda pode acarretar em perder-se ou afogar-se, mas dificilmente possibilitará um retorno seguro ao percurso.

De um lado da pinguela, conceitos; a própria psicologia social, a abertura de novos olhares para o campo da moda, da antropologia; de outro lado a sedução das próprias memórias que, por vezes, podem ser labirintos ou, usando terminologia psi, por demais egóicas. Em uma busca por equilíbrio para atravessar a ponte é preciso escolher ainda lados para uma curva. Elas darão o tom, como um radar-ferramenta que controla a velocidade para não corrermos risco de vida. O movimento do ziguezague me parece próximo aos recursos do método cartográfico (assim como os da máquina de costura¹), pois consideram toda a potência de quem escolhe percorrer a trilha da pesquisa.

O crime capital é separar alguém daquilo que sua mente e seu corpo podem, é inibi-lo de praticar os ziguezagues que correspondam ao aumento de sua potência de agir e pensar. (ORLANDI, 2011, p.20, apud: MESQUITA & PRECIOSA).

A busca pelas ferramentas do relato-guia, do uso de “memórias auxiliares” de *flyers*, fotografias, do blog e de registros da mídia, apontam na pesquisa como bússolas ou como radares, como retrovisores ou como a voz de um co-piloto. Assim como os interlocutores que vão se agregando ao texto, minhas ferramentas estão expostas para se reinventarem sob outros olhares, os olhares do leitor.

Com essa proposta metodológica percorrerei partes do relato de memória a partir de pontos que respondam ou instiguem a discussão do problema e seus objetivos, fazendo guinadas em ziguezague para outros tempo-espço, de outros encontros, que apontem como bússolas, que esta pesquisadora cartógrafa, produzida no próprio campo de análise, veja um Norte ou Sul, para que não se perca em delírios que não sejam os da invenção, mas, sim, os da especulação.

¹ O ponto em ziguezague é o que concede uma união mais resistente entre os tecidos; diferente da costura reta que se torna frágil e de fácil descostura.

2 CARTOGRAFANDO PARA TRÁS - DESCRIÇÃO DO PROJETO

Os elementos aqui descritos têm o objetivo de situar o leitor na trajetória de execução do Projeto. São aspectos de sua metodologia, frequência e algumas particularidades. Sem análises ou discussões dos modos de operar a relação da roupa com o sujeito, em suas práticas de vestir, em seu espaço.

O Brechó de Troca teve seu primeiro encontro em janeiro de 2009. Na ocasião, vieram seis pessoas, uma delas um homem. Naqueles momentos iniciais do BT, escolhia denominar as pessoas presentes de “participantes”. Apenas neste dia usei o recurso metodológico de etiquetar as peças trazidas com números, um para cada participante, para que não houvesse troca entre as roupas no final do encontro.

As demais escolhas de metodologia foram: o número (mínimo e máximo) de participantes (que, com o passar do tempo passaram a ser chamadas de parceiras) e de peças por pessoa², a disposição do local (mesas em círculo e, quando possível, mesa no meio ou mantas para disposição das roupas já mostradas), a proposta de início, meio e fim e separação em diferentes momentos (abertura, mostra das peças, experimentação e barganha, trocas e encerramento). A abertura é feita em dois tempos (explico às participantes esta divisão antes de iniciar): inicialmente faço uma fala ao grupo, trago assuntos diversos, que versem sobre o sujeito e suas formas de usar, produzir, adquirir, apegar-se, desapegar-se de suas roupas. São notícias-denúncia de problemas com o trabalho escravo na indústria têxtil, apresentação de marcas pequenas em que é possível conhecer quem concebe e executa a peça, a leitura de um fragmento de poesia que traga o campo da moda e do vestir de maneira ampliada. O segundo momento da abertura tem objetivo de explicar a dinâmica da proposta e elucidar dúvidas.

Depois inicia-se o processo que levará às trocas. Inicialmente peço que cada pessoa faça sua apresentação e a de suas peças, um a um, uma a uma. A apresentação de si começa pela ideia de convívio, e vai até onde o grupo achar que seja pertinente. A apresentação das roupas e acessórios inicia por onde seu atual “dono” decidir e também segue até um limite dado pelo grupo. As falas sobre as peças trazidas, assim como as trocas, são livres. Ninguém precisa dizer o que não quiser, nem trocar. Insisto apenas em alguma fala, qualquer uma, ainda que por resposta a alguma questão de outra

²O número mínimo e máximo atualmente fica entre 5 e 20. Mas ao longo deste percurso houve alterações.

parceira(o). As falas não costumam alongar-se, somente em um encontro específico em que uma senhora usou um tempo diferente do usual para apresentar-se e para falar das peças que trouxe. De modo geral, preciso insistir, apontar a diferença que o espaço tem, por exemplo, o da experiência de consumo em loja.

FIGURA 1: REGISTRO DE UM ENCONTRO ALEATÓRIO



Após as apresentações, as parceiras passam a experimentar as peças de seu interesse³ e separar as que lhe interessaram para possíveis trocas. A liberdade das trocas sugere que umas das possibilidades é a própria impossibilidade: eventualmente uma das partes envolvidas não deseja o escambo proposto. Em contrapartida, é possível trocar duas peças por uma, por exemplo. Em diversas situações ocorreu a oferta de uma peça sem contrapartida, uma doação. Também ocorre, com alguma frequência, a disponibilidade de uma pessoa trocar uma peça apenas para que ela continue sendo utilizada; mesmo não tendo interesse em usar alguma roupa da pessoa que deseja a sua, a troca se efetiva. Essas peças “indesejadas” costumam voltar em outros encontros e a fala sobre elas costuma ser a da própria troca.

³Em diversos encontros os interesses são apontados já durante as apresentações. Sobre situações que ocorrem em função das demonstrações de interesse pretendo discutir adiante.

Diversas vezes ocorreram triangulações, uma vez uma quadriangulação e também uma troca envolvendo cinco pessoas. Normalmente estas trocas envolvendo mais de duas pessoas costumam envolver uma peça por pessoa. O momento anterior, de experimentação é quase concomitante a este último citado, o das trocas. Em dado momento do Projeto tomei como relevante solicitar que as peças de interesse de duas ou mais pessoas passassem a ficar de lado e serem barganhadas por último.

A divulgação do BT sempre foi virtual. No início na rede social Orkut e depois migrando para o facebook. Sempre foi enviado para um grupo de pessoas, inicialmente amigos e alguns escolhidos e depois por interessados que solicitaram, via e-mail o *flyer* com as informações. Mais recentemente, há cerca de dois anos, passo a usar um dispositivo de envio de e-mails com dados de estatística e possibilidade de cadastro de descadastramento eletrônico dos membros da lista. Sempre ofertei essa possibilidade. O dispositivo atual oferece dados estatísticos de quem abre os e-mails; e é lido pelos provedores como um e-mail conhecido, sem risco de ser compreendido como spam.

O público do BT tem sido muito variado ao longo dos anos, mas é predominantemente feminino. Em sete anos, cerca de oito homens foram aos encontros. Com interesse de entender o motivo da cisão de gênero (também como sugestão de algumas pessoas e pedido de outras), tentei fazer encontros exclusivos para o público masculino. Nenhum deles teve quórum. A faixa etária feminina tem variantes, mas poucas mulheres com menos de 25 anos costumam vir. Há um pequeno grupo que vêm tornando-se constante nos encontros. Algumas conheceram-se ali e se reencontram, mas algumas nunca se viram. Devido à frequência constante de pessoas que se interessam pela proposta do BT, mostrou-se necessária a mudança de tratamento: passei a chamá-las de parceiras.

O final do encontro costuma ser de conversa e despedidas. É o momento em que comentários apreciativos, depoimentos e contatos profissionais mais aparecem. Nos outros, as parceiras parecem tomadas pela operatividade do encontro: a possibilidade do escambo de moda. É também neste momento que cobro um ingresso, com valor previamente divulgado. O valor presta-se a para uma contrapartida para o local que abrigou o encontro, comprar água, chá e um pacote de biscoitos para disponibilizar às parceiras e o restante (caso haja) paga meu trabalho.

O Projeto sempre foi itinerante, desde o início. Porém, foi constante em alguns locais. O primeiro local, um espaço multidisciplinar de atividades físicas e holísticas, abrigou os encontros vários meses do primeiro ano e mais dois em outros anos. O segundo local, uma loja no bairro Cidade Baixa de variedades (que abrigava no segundo andar uma sala multiuso), foi parceiro até seu fechamento. Foram catorze encontros. Nos anos de 2011 e 2012 houve certa inconstância de locais e em 2013 o BT foi abrigado por mais um local parceiro; uma loja de roupas femininas com espaço multiuso. Foram dois encontros em 2012 e mais onze encontros em 2013. Além desses, o BT ocorreu em mais doze locais. Mas nem todos os encontros tiveram quórum. Não há registro exato, mas foram cerca de dez encontros não ocorridos. Alguns não há registro de memória do número de participantes, mas outras informações despertam a lembrança de *flashes* que costumam uma possibilidade, ainda que virtual, de o encontro ter ocorrido. A partir de 2011 decido que janeiro e fevereiro passam a ser meses de recesso do Projeto.

2.1 Quem e Como: A Operatividade da Busca de Público e Divulgação

Para dar início a um projeto de grupo é necessário pensar em quem e como convidar pessoas para participar. Pensava eu que para o Brechó de Troca os potenciais interessados fossem pessoas ligadas às artes e alguns colegas. Isto porque a atividade que estava propondo era inédita e experiências assim não costumam atrair um público desejoso por reproduções. Foi buscado uma listagem de pessoas com o perfil citado acima em uma lista de e-mails pessoal e, na época, na rede social Orkut. A rede social permitia que se pudesse percorrer perfis de pessoa em pessoa, vendo “amigos de amigos” ampliando assim nosso grupo de conhecidos. Criei então um *mailing* e um perfil de Orkut montado com o objetivo de convidar os potenciais interessados no Projeto. A parte do “quem” convidar estava iniciada. Pensava que, para tornar claro e convidativo o encontro, era necessário um *flyer* para enviar às listas.

Estimo que foram produzidos cerca de sessenta e cinco encontros, em diferentes locais, de janeiro de 2009 a dezembro de 2015; vários deles sem *quórum*, como acima

afirmado, e todos divulgados através de *flyers*. Foram computados mais *flyers* do que eventos produzidos; cerca de cinco a mais. A ideia é sair da questão dos números e passar ao processo de concepção, reflexão e mudança destes dispositivos de publicidade e analisar o que poderia ou pôde alcançar cada um deles (ou melhor, dos que foram pinçados para análise). A aproximação do público interessado com o Projeto passa pela ideia de publicização. A preocupação é entender que tipo e contexto ético de publicidade foi escolhida para o Brechó de Troca. A pergunta é: se é possível prescindir de recursos da publicidade, se a noção de prática do vestir, proposta aqui, perpassa as imagens ou intenciona isso de alguma forma; se a demanda por imagens existiu e como.

O primeiro foi feito por um amigo publicitário. O pedido era de um pequeno texto explicativo acrescido da espécie de serviço do evento (data, local, horário, valor) com uma imagem ao fundo. O primeiro *flyer* demorou a ser feito. Havia uma promessa de que o trabalho ficaria muito bom. Por se tratar de um amigo que não estava remunerando, não fiz nenhuma queixa. O mesmo *flyer* foi editado (no sentido de adaptação) para mais dois meses, dois outros encontros. O texto trazia informações sobre objetivo e metodologia de forma clara e convidativa e, na ocasião, o número de peças por pessoa, número máximo de participantes (não havia mínimo) e o horário eram diferentes aos atuais.

O Brechó de Troca iniciou suas atividades convidando até 20 pessoas em um evento durante a semana, em horário vespertino. O objetivo era convidar pessoas para virem após seu trabalho para conhecer outras pessoas com um motivo inusitado: a possibilidade de trocar roupas. A quantidade de peças, de 5 até 10 por participante, intencionava ideia de limite, de inibir situações de afã por pilhas de roupas dando tempo para que cada um pudesse olhar cada peça e, com o pedido para que cada objeto trazido fosse apresentado em palavras, ouvir cada história que o atual “dono” escolhera compartilhar. A intenção era a de produzir novas práticas de consumo e descarte e certa disponibilização ao olhar de um grupo (um terceiro, uma outra alteridade) no exercício de práticas de vestir, produzindo uma experiência coletiva. Mas a matemática, olhando-se atentamente, parece não fechar; se o grupo tivesse a totalidade de peças e participantes a que se propunha, o número chegaria a 200 roupas e/ou acessórios. Um número expressivo para ser apresentado um a um. Baseado nesta imagem, o grupo poderia ter sido exaustivo para quem frequentasse. Seriam muitas pessoas, muitas roupas, pouca operatividade (as trocas propriamente ditas). Ainda que a troca de roupas

possa ser um convite, uma possibilidade, poderia ser o motivo que tiraria alguém de sua residência ou de um outro compromisso para conhecer o Projeto. Ou ainda haveria o risco de reprodução da lógica fazendo com que trocas se estabelecessem com algum grau de compulsão, impulso, voracidade.

FIGURA 2: FLYER DE DIVULGAÇÃO PARA PRIMEIRO ENCONTRO DO BRECHÓ DE TROCA



BRECHÓ DE TROCAS

Organizado por Helena Soares, psicóloga e consultora de estilo, o Brechó de Trocas tem o objetivo de reunir grupos de 12 à 20 adultos para trocas de objetos de moda. A idéia é que as pessoas troquem, experimentem e desvinculem-se de peças já inúteis no vestuário, obtendo uma nova roupa sem a passagem por espaços estritamente comerciais.

Cada participante leva de 5 a 10 peças de vestuário ou acessórios (não necessariamente seu), limpos. Cada pessoa fala de suas peças de forma livre e sucinta ao grupo, unindo dois objetivos em um mesmo espaço (desvincular-se de uma peça e adquirir outra); pela vantagem financeira de levar até 10 peças por valor simbólico, experimentar uma relação diferente com o vestuário; conhecer pessoas de forma inusitada e para obter uma peça sabendo mais sobre ela.

Entrada: *R\$ 10,00
Local: Freire Alemão, 499
Data: *27 de janeiro e 4 de fevereiro
Horário: 19h
*R\$ 5,00 na inauguração (27/01)

hellsoares@gmail.com
Fone: 81172538

Os primeiros encontros não tiveram esse quórum. O primeiro teve seis pessoas, o segundo três e no terceiro nenhum. Foi para o quarto encontro que faço mudança radical no *flyer*. Mas não há que se simplificar a justificativa da mudança na divulgação com o suposto erro de cálculo que distanciaria o objetivo do Projeto: o da possibilidade de cada pessoa ter uma experiência diferente de aquisição, descarte e experiência de vestir-se. Outros elementos pesaram nessa troca. O Brechó de Troca pretende-se um projeto de Psicologia, mas ainda assim atua no campo da moda, melhor dizendo em sua interseção; para tanto, ainda que busque tencionar as formas de aceleração das práticas deste campo, não é possível desconsiderar o vetor em que ele vem se movendo: a novidade. Olhar para as situações vivenciadas nas primeiras experiências foi necessário

para imaginar sua continuidade viabilizada por transformações, mas somente aquelas que, mesmo sendo novidade, não perdessem de vista seus objetivos. E sendo um dos objetivos o de existir, acontecer, sentia que um grupo pequeno ou nulo não poderia promover isto.

O receio de sucumbir, seja por desinteresse do potencial público, seja por falha na comunicação ou na metodologia, ou ainda pela força do imperativo de consumo veloz de outras práticas do vestir norteadas pelo *fast fashion*, me mobilizaram a pensar na nova estratégia de acesso a novos participantes e possíveis parceiros. As poucas pessoas que vieram aos primeiros encontros, e talvez a ausência no terceiro também, foram situações com um tamanho e impacto suficientes para que eu viabilizasse uma mudança que produzisse deslocamento no modo de apresentar o Projeto. Supondo que o início de cada trabalho costuma ser árduo, o pouco público não foi suficiente para imaginar o fracasso dos encontros, mas relevante o bastante para pensar que, para persistir no Projeto, eram necessárias mudanças. O segundo *flyer* se mostrou como um elemento desta mudança. A pergunta que fica é: se quando uma pessoa abria sua caixa de *e-mails* ou via um evento no Orkut com aquela imagem do convite, com um pequeno texto associado à ideia de escambo de roupas, conseguia imaginar esta proposta como algo ligado a roupas, à moda e ao seu modo de praticá-las no cotidiano? Eu fazia esta pergunta na época e sigo refazendo-a para os últimos *flyers* desenvolvidos. Na distância das peças de roupas, araras, vitrines, somos bombardeadas com enxurradas de elementos visuais e escritos que dizem como devemos operar com seu guarda-roupa, com seu modo de pensar, e modo de roupas e/ou objetos e acessórios. Blogges especializados, personagens de novelas, revistas, sites e uma enormidade de produções visuais, sonoras, escritas que produzem um *modus operandis* para o cotidiano. Senti que a imagem de uma mulher com um cartão na mão, podendo sugerir um convite poderia se prestar como reprodutora desta lógica. Se a ideia era oferecer um espaço diferente desta enxurrada veloz de prescrições, como mantê-la no convite com supostamente a mesma proposição?

Decisão tomada fui em busca de alguém que me escutasse e me ajudasse a produzir uma imagem nova, com um espírito de novidade próprio do Projeto, porém que ficasse claro que sua proposta inovadora advinha de uma resistência ao excesso de imagens. Precisava de algo singular, simples, vivo. Fui à procura de um fotógrafo para

literalmente produzir esta imagem. Procurei uma pessoa pela qual tenho respeito por sua sensibilidade estética. Um primo, cineasta amador com um trabalho já reconhecido.

Se o primeiro foi feito por um amigo, o segundo foi feito por um parente. Nenhum dos dois foi pago monetariamente, apenas com manifestação de agradecimento pela colaboração. Em tempos onde o produto é parte central do modo capitalista de operar as relações, os custos dos serviços de venda e marketing passam a atingir valores consideráveis em um projeto. O Brechó de Troca não poderia e nem gostaria de dobrar-se a esta demanda produzida. Desde o princípio, a pergunta sobre os modos de acessar o público existiu: como acessar as pessoas interessadas pelo Projeto? E ainda: quem voltará depois de uma experiência? Ou, como alguém encontrará o Projeto? Como a publicidade, como recurso estratégico de acesso ao público, interfere no modo como o mesmo irá se interessar? A imagem de um *flyer* é “a cara” de um projeto, ou o quanto ele extrapola esse transcende a comunicação publicitária?

O fato é que a imagem do primeiro era a de uma mulher (que, nas palavras do amigo publicitário, poderia ser a minha própria imagem) convidando pessoas, com um texto investido de alguma formalidade, completo, mas ao mesmo tempo com erros importantes: da inviabilidade que a metodologia impunha aos objetivos. Uma imagem que não permitia ao convidado supor algo, imaginar o que o encontro poderia produzir. O *flyer* era uma imagem estéril, sem aberturas. De nada valeria encarnar-se em uma apresentação se ela não dialogasse com a intenção e com alguma novidade, algum caráter que mostrasse o que de fato propunha o Brechó de Troca.

O olhar para a produção do segundo *flyer* (que foi editado e reutilizado diversas vezes) buscou a literalidade e, em cima dela, produziu uma metáfora, uma imagem aberta. O fotógrafo-cineasta-publicitário-amador produziu uma imagem que mostra a mim carregando peças de roupas. Um foco de luz ocupa parte da fotografia. Em cima da imagem poucas informações e duas vias de contato, telefone e endereço de e-mail. Nenhuma frase explicando a proposta, sua metodologia, nada mais. Uma aposta na novidade através do apuro estético da fotografia, nas pessoas curiosas, na provocação, no rompimento com o óbvio. O *flyer* produzido a partir desta imagem é simples e talvez nem possa ser denominado como tal, não se preocupa em informar. Eu tinha a demanda de produzir uma novidade e busquei uma pessoa que tem por profissão a criação. A produção resultante foi bastante usada, editada, e muitas vezes usada juntamente com uma explanação para apresentar o Projeto.

O dito *flyer* propunha um olhar para a relação com práticas do vestir que não passava por qualquer ideia de prescrição. Uma pessoa carregando roupas não caracteriza uma determinação do modo que alguém deve ou não se vestir; não estimula o consumo, dado que não mostra marcas de *design* de moda, não associa as peças a nenhuma condição social ou modo de agir. A imagem era a de uma pessoa e seus pertences (podendo ser de terceiros), em situação de movimento, manipulando seus objetos, e o título citava a palavra “brechó” e “troca”. A palavra “Brechó” é uma corruptela; advinda do nome de um comerciante na cidade do Rio de Janeiro chamado Belchior, se refere a uma loja de produtos usados (HOUAISS, 2012; CALLAN, 2007). A palavra não reduz sua ideia aos itens de vestuário, mas a imagem fotográfica sim. Um espaço em que há roupas levadas por seus donos, ou seja, que já possuem uma trajetória (que pode iniciar em uma loja, um presente ganhado, uma troca) para além de sua própria produção. “Troca” refere-se à permuta, substituição que pode causar confusão (HOUAISS, 2012). O *flyer* oferece a noção de que se pode ir a um espaço em que há pessoas com suas roupas e que se podem-se fazer trocas. Que tipo de roupas, que oportunidades e modos de trocas, que quantidades e regras do processo de escambo, essas são informações abertas, sem qualquer precisão, que dão oportunidade ao interessado(a) inferir suas expectativas.

Sobre a ideia de troca trago recorte ilustrativo, da narrativa de Ítalo Calvino (2003). Na prosa do Autor, o personagem narrador é um viajante e seduz o imperador contando sobre os lugares fantásticos por onde passa. Uma das cidades relatadas por Marco Polo, o viajante veneziano, a Kublai Khan chama-se Eufêmia, um lugar para trocas:

Mas o que leva a subir os rios e atravessar os desertos para vir até aqui não é apenas o comércio das mesmas mercadorias que se encontram em todos os bazares dentro e fora do império do Grande Khan, espalhadas pelo chão nas mesmas esteiras amarelas, à sombra dos mesmos mosqueiros, oferecidas com os mesmos descontos enganosos. Não é apenas para comprar e vender que se vem a Eufêmia, mas também porque à noite, ao redor das fogueiras em torno do mercado, sentados em sacos ou em barris deitados em montes de tapetes, para cada palavra que se diz – como „lobo”, „irmã”, „tesouro escondido”, „batalha”, „sarna”, „amantes” – os outros contam uma história de lobos, de irmãs, de tesouros, de sarna, de amantes, de batalhas. E sabem que na longa viagem de retorno, quando, para permanecerem acordados bambaleando no camelo ou no junco, puseram-se a pensar nas próprias recordações, o lobo terá se transformado num outro lobo, a irmã numa irmã diferente, a batalha em outras batalhas, ao retornar de Eufêmia, a cidade em que se troca de memória em todos os solstícios e equinócios. (CALVINO, 2003, p.40-41)

Esta proposta de *flyer* anteriormente citado foi a única a ser impressa, passada da virtualidade ao concreto. Foi afixado em alguns estabelecimentos do bairro Bom Fim e da Cidade Baixa, locais de circulação dos potenciais interessados. Deseja-se ocupar cafés, pequenas lojas de bairros, livrarias, lanchonetes: oferecer uma imagem-convite para um evento com uma estratégia do campo da moda; espalhar uma proposta, contida em uma imagem de *flyer*, para torná-la convincente; mas não uma imagem imposta, mas uma que oferecesse, para quem a olhasse, uma abertura para sua produção de subjetividade pela roupa, por trocas outras que extrapolem o escambo simples e raso, por suas práticas de vestir, de imaginar *looks*, formas de adquirir o que deseja e o que pode usar sobre o corpo.

É necessário, isso sim, avaliar como é possível recorrer aos diferentes mecanismos midiáticos, ainda que não os do espetáculo dominante, para, com eles e através deles, inventarmos novos espaços de liberdade que favoreçam uma produção de subjetividade mais inventiva, auxiliando ainda outras formas de sociabilidade e de subjetivação menos adstritas às identidades oferecidas pelos aparelhos de captura do poder. (PEIXOTO JUNIOR, 2002, p.202)

As primeiras edições neste *flyer* foram na mudança do dia/hora. O primeiro deles, ainda sem edição, foi enviado juntamente com microtexto explicando que cada pessoa poderia levar suas peças para troca e estabelecia um número maior de peças do que nos primeiros encontros. A justificativa era uma preocupação para com os e-mails que não abrissem a imagem. O envio ainda era rudimentar e, dado que o material de divulgação pouco informava, escolhi enviar repetição das informações de serviço (endereço, local, data, hora, valor, contato) adicionadas de texto que indicava o número mínimo e máximo de peças por pessoa e que o caráter das trocas era livre. O fato de não conhecer a maioria das pessoas que recebia minha divulgação, me passava certa insegurança que, acrescida à insegurança do recebimento e interesse do material, amparou minha decisão por garantir que informações mínimas chegassem ao potencial interessado.

Decorreu-se um encontro com poucos participantes no qual decido participar não apenas como coordenadora. Algumas mudanças, um espírito ainda maior de novidade. A mesma proposta fotográfica foi utilizada em dois outros *flyers*. Um deles também impresso, mas este afixado apenas no local em que aconteceu o Projeto.

A mesma imagem foi usada em um *flyer* precedente de encontro peculiar. Feito às pressas, dias antes do encontro - a imagem é uma miscelânea de informações e ainda carece de outras. Misturou a imagem de outro *flyer* com uma espécie de *patchwork* de imagens e não evidencia logotipo de parceira apoiadora da divulgação e nem uma informação importante: que as vagas são limitadas. Nesse encontro, compareceram catorze pessoas. Além do *flyer* confuso e divulgação, contou-se com a parceria que prestava serviço para o local e ainda uma nota em caderno de variedades do segundo jornal de maior circulação no estado. As parceiras que vieram relataram que souberam do evento por todas as vias citadas. E havia, ainda, as parceiras já frequentadoras do espaço. O encontro demorou tempo em demasia. As feições cansadas das parceiras denotava os excessos daquele dia. Ocorreram trocas, mas não muitas. No final, houve a queixa de não conseguirem lembrar do que haviam visto no início do encontro.

FIGURA 3: SEGUNDO FLYER PRODUZIDO.

EDITADO PARA OUTROS LOCAIS/ENCONTROS. ACOMPANHAVA
MICROTEXTO.

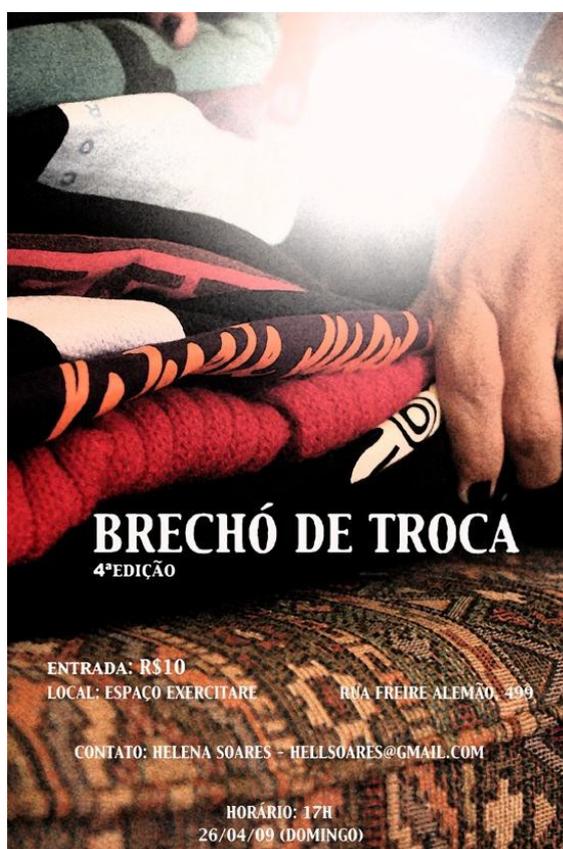


FIGURA 4: FLYER ENCONTRO LOCAL I OU FLYER DO ENCONTRO LOTADO



Não é possível precisar se um recurso estético confuso (e os dois outros elementos citados) é suficiente para alavancar o avanço de situações como esta. Entretanto, foi o suficiente para que eu pudesse passar a pensar em cuidar ainda mais do tempo do encontro, que extrapola o dia do evento, que se transversaliza em imagem de divulgação, na abertura de informações sobre o Projeto para possíveis novas parceiras ou para a mídia.

2.2 Relação com os Locais

Em meados de 2008, quando pensava a proposta do Projeto, em como operacionalizá-lo para torná-lo viável, já me preocupava o modo de aproximação e escolha do local em que ele funcionaria. Naquela época, era eu uma psicóloga pouco experiente e, dado o caráter de ineditismo do que estava pensando em praticar, insegura. Entretanto, a insegurança não fora motivo de paralisação, de acuoamento, de recuo do desejo de agir como psicóloga no campo da moda, buscando pequenos e delicados passos no avanço⁴ de ação e pesquisa que sinto carecer desta interseção. Os modos de busca de um local que pudesse acolher a ideia do BT, marcariam como ele existiria no mundo, seu modo de inserção.

Foram quinze escolhas até a presente data. Ainda que algumas delas se deram por convite, ou seja, aproximação “do outro lado”, entendo que aceitá-las produz necessariamente uma responsabilização do Projeto em sua inserção na cidade, no recorte do campo da moda de escolher dialogar. Antes de percorrer os caminhos de (des)continuidade que os locais tiveram, acho necessário situar o leitor em suas descrições. Mas é importante lembrar que, como o caminho do método se fará ao percorrê-lo, não é possível saber se todos os locais serão citados.

Os locais serão descritos de A a O, e com o percorrer do caminho, posteriormente, serão percebidas as idas e vindas em alguns espaços. O local A se situa no bairro Mont´ Serrat. Embora situado em um bairro nobre da capital, segundo critérios do mercado imobiliário, é um local simples e acolhedor. Ele abarca atividades multidisciplinares e holísticas que, embora não afinem com meus interesses, afinam com meus afetos, dado que me sentia e ainda me sinto em casa por lá. O local B não funciona mais; era uma loja em uma rua secundária do bairro Cidade Baixa, que funcionava em um sobrado antigo. No primeiro andar funcionava a loja que comercializava artigos de decoração para a casa (a maioria objetos pequenos), algumas camisetas, acessórios e bolsas. Quando conheci também tinha um café, que logo fechou. No andar superior tinha três salas: uma era alugada para marca de roupas femininas,

⁴“Avanço” aqui não possui caráter evolucionista, de sequência, mas sim de movimento, de processo.

outra oscilava entre aluguel para marcas ou vazia (usada em dias de evento), e a terceira era usada para aulas de francês e para eventos, como o Brechó de Troca.

O local C é uma casa no Centro da cidade, de arquitetura ímpar, que abarca histórias míticas sobre sua construção e sobre a vida dos primeiros moradores. Na época em que o BT aconteceu, estava alugada para um grupo de artistas. O local D também funcionava no bairro Cidade Baixa. Era um café junto com loja de roupas de pequenas marcas locais. Encerrou suas atividades depois de menos de um ano de existência. O local E não foi em Porto Alegre; era um espaço de ensaio e produção de um grupo de teatro do interior do estado.

O local F era um espaço que se propunha a acolher projetos de moda, dentre palestras, desfiles e outros. Funcionava em uma casa no bairro Rio Branco e também teve pouco tempo de duração. O local G era uma loja no bairro Bom Fim. Atualmente não funciona mais, mas manteve suas atividades por certo tempo após passagem do Projeto. Seus produtos eram fundamentalmente de moda, de pequenas marcas, com curadoria de uma das sócias. Também abrigava um café e oferecia jantares agendados. Ainda promovia um encontro de troca de livros. O local H já funcionava há certo tempo e segue em pleno funcionamento, tendo mudado de endereço duas vezes após a passagem do BT. É uma escola de cursos de técnicas de corte, modelagem, costura, moulage, técnicas de alfaiataria, chapelaria e afins. O local I ainda funciona no bairro Cidade Baixa e é uma loja de roupas de marcas pequenas e regionais.

O local J é um grande espaço no bairro Santana. Abriga um estúdio onde ocorrem cursos de fotografia, ou é alugado para diversos objetivos ligados à fotografia ou à publicidade. No andar superior abriga uma galeria de arte de uma arara de roupas da marca de um dos sócios. O local K é uma casa no bairro Cidade Baixa. Usualmente é um espaço compartilhado de trabalho de diferentes profissionais e também produz bazares em alguns finais de semana. O local L mudou-se de endereço após a passagem do Brechó de Troca; também é uma escola de corte e costura, com ênfase na pesquisa e ensino de técnicas novas e busca trazer professores de fora do estado, reconhecidos no campo da moda, para ministrarem cursos.

O M não é um local, mas um Projeto. É um bazar que reúne bancas de brechós. Estas bancas podem ser de brechós físicos (que possuem loja física), virtuais ou itinerantes, que só funcionam em feiras, bazares e afins. O local N é uma grande casa no

bairro Floresta em que acontecem cursos de teatro, dança e outras atividades culturais. Também possui em teatro interno para espetáculos diversos. E, por último, o local O, que não existem mais. Era um atelier de transformação de peças antigas através de customizações.

A escolha pela organização alfabética foi aleatória, apenas para fins de orientação parcialmente cronológica. O local A foi o primeiro a ser procurado. Quando ainda no segundo semestre do ano de 2008, me ocupava em pensar o que seria necessário para executar um projeto com pessoas e roupas, comecei a fazer uma lista virtual de pessoas potencialmente interessadas, o que me levou a pensar na rede real, nas necessidades concretas; e o local era uma delas. Nessa época, minha rede profissional não era consistente, eu sabia, era preciso promover novos encontros ou me valer dos que vão além do trabalho. O primeiro local que abrigou o projeto ainda me é muito caro devido relações pessoais que estabeleço com ele e com as pessoas que o fazem acontecer. Um local onde as pessoas sempre foram muito francas com suas críticas às minhas ideias, sempre de modo possível a alavancar reflexões e mudanças. Expliquei o Projeto para a dona, perguntei se ela estava disposta a abrir o espaço e ela respondeu afirmativamente. Fechamos uma data em janeiro, durante a semana, no final da tarde, após horário comercial. A combinação estendia um repasse financeiro proporcional, ou seja, o local estava abraçando a possibilidade de não ir ninguém, de ter prejuízo por manter-se aberto.

O primeiro encontro aconteceu. Foram seis pessoas, aconteceram trocas, ufa! O segundo encontro foi menor, com menos pessoas; começava o frio na barriga. Sempre crítica com o que poderia ocorrer com o BT, minha ideia inicial era: preciso aumentar minha rede de contatos. Não pretendia com isso um processo de grande expansão, mas a sobrevivência do Projeto que, para existir, precisa ser acessível às parceiras interessadas. Todo primeiro semestre foi uma montanha russa: um ou dois (sem registro preciso) não ocorreram e os demais foram minguando. Pessoas novas vieram, iniciando uma rede, mas a todo instante eu pensava o quanto o Projeto suportaria um aumento lento de parcerias. O local é em um bairro fundamentalmente residencial, não havia qualquer indicador visual de aproximação com o BT em sua fachada: é uma casa. E para sobreviver, trabalhar e seguir nossos projetos é preciso sair de casa.

Fazendo uma costura entre dados de internet, redes sociais com o mundo real, fui percorrer locais, conhecer cafés, lojas de bairro, espaços culturais. Fui (re)conhecer

minha cidade, buscar um espaço em que o Brechó de Troca se “sentisse em casa”, mas sem ser de forma tão literal como ocorria no espaço A. Posso me afirmar uma conhecedora da cidade. Desde muito nova percorri muitas ruas, locais históricos, folclóricos ou míticos; conheço nomes de ruas, bairros longínquos de todas as regiões. Precisava recuperar essa familiaridade com a cidade agora como adulta, como conhecedora de novos espaços, novas parcerias, suportar a diferença, a alteridade. Uma psicóloga que sai do *setting* da clínica, da sala da UBS, do CAPS ou CRAS; que foge do RH, que não se interessa pela atuação frente aos dilemas da infância na escola. Essas casas reconhecidas da Psicologia não respondiam meu olhar para um campo. Havia a demanda da produção de um local. Pensar na leitura de uma demanda, articulada com o desejo, não é o suficiente para fazer existir um ato, uma ação de Psicologia Social. Saber-se mutante, em constante transformação e sempre escapando de amarras de situações confortáveis, é importante em toda a concepção, planejamento e no processo. O local de realização dos encontros deveria, necessariamente dialogar com o Projeto.

O conforto do local A, mas o acesso difícil para as parceiras e a visível impossibilidade de manter um movimento de expansão mínima que assegurasse a continuidade do Projeto, foram motivos que deslocaram a comodidade da coordenação na busca de rearticular-se com a cidade. Fazer deste um projeto do mundo contemporâneo significa também pensá-lo em articulação com o espaço público; mesmo que este seja privado. Ampliar o acesso e a visibilidade, não para aproximar-se de uma lógica *fast fashion* de operar a moda, mas para poder suportar uma resistência a ela. O bairro escolhido foi a Cidade Baixa, no local B. Naquele momento, o eu já sabia que ele era uma loja de objetos de decoração contemporâneos, que propunha um evento (cuja periodicidade eu desconhecia) para incentivar pequenas marcas de moda e de *design* e que se valia bastante de redes sociais para fazer suas divulgações; o que em meados de 2009 era uma atitude *avant garde* para a cidade de Porto Alegre. Além deste evento, as sócias abriam o espaço da sala “extra” para novos projetos; elas incentivavam, por exemplo, um brechó beneficente para recolhimento de fundos para ajuda de animais abandonados, castração, realojamento destes animais, compra de ração etc. Esse evento costumava ter um bom público, bom para o Projeto, bom para o local. Mas o BT possui um caráter de desaceleração diferente de qualquer outro que passara por ali. Tendo

número máximo de doze participantes⁵, o BT não movimentava público para o estabelecimento.

Um primeiro arranjo foi feito: cobrança de um valor fixo pelo espaço. Depois de dois encontros com insucesso de público conversamos, eu e uma das sócias, e ficou decidido pagamento apenas nos dias em que houvesse quórum. Com o passar dos meses, a questão do quórum não preocupou tanto a mim, mas me pareceu sempre ser motivo de apreensão para o local. O número de parceiras passou a conseguir cobrir o valor solicitado, e quase nunca sobrava alguma importância para meu trabalho. Porém, este nunca foi meu foco, meu objetivo. As sócias sempre vinham a mim após o término dos encontros (ao todo foram cerca de catorze) perguntar quantas pessoas foram, se aconteceram muitas trocas, como as pessoas souberam do BT. Também havia uma comunicação via e-mail perguntando informações para o próximo encontro, se haveria alguma mudança no modo de informar os dados do evento. Elas sempre estiveram dispostas a colocar as informações no *flyer* do *newsletter* do local e, por vezes, como já citado no capítulo anterior, esta foi a única divulgação a única forma de divulgação.

Por um lado, no local A, o acolhimento, dado aos esforços para fazer o Projeto seguir adiante, além da educação e delicadeza na comunicação, sempre fora nítido. Uma fala constante de estímulo a novas marcas perpassava o local. Assisti inúmeras vezes isto ser repetido durante vendas na loja. De fato, haviam diversos expositores locais de pequenas marcas, mas também havia uma prática de ir à cidade de São Paulo, buscar mercadorias de baixo valor, para abastecer boa parte dos expositores da loja.

Essas situações difusas, em que práticas e falas procuram sustentar um regime de verdade, de um local preocupado com a sustentabilidade econômica regional ao mesmo tempo em que há certa pressão por aceleração econômica dada no modo como o BT foi tomado e no comércio de bens de consumo efêmeros me incomodavam. Mas o incômodo não foi suficiente para que eu saísse do local. Uma situação que pode ilustrar certa paralisia ocorreu no segundo ou terceiro mês do evento neste endereço. Neste dia veio, com aviso prévio, uma jornalista de jornal regional de grande porte, acompanhada de fotógrafo. Tal presença se deu em função da divulgação do local alcançar esta mídia.

⁵Que até então era uma ideia, mas nunca havia tido presença do número máximo de participantes. A preocupação era **quase** oposta: conseguir fazer o Projeto ter quórum mínimo para existência.

A jornalista conversou brevemente comigo sobre como funcionava o Projeto, como era a proposta metodológica e logo iniciou uma conversa sobre questões de moda e práticas de desapego de peças de moda. Ela mostrou-se empolgada com a conversa e dissertou bastante sobre o assunto. Para o evento apenas uma parceira veio. Chegou após a jornalista. Apresentou-se também como jornalista e consultora de imagem. Durante algum tempo conversamos, expliquei que, para que o BT acontecesse era necessário que ao menos que mais uma pessoa chegasse.

Ainda que demonstrando certo desapontamento, a parceira que veio ao encontro não se queixou da situação. Apenas comentou ser uma pena a falta de quórum. Então a jornalista perguntou se seria possível convidar a parceira e as funcionárias e sócias para simularem um encontro, a fim de ilustrar a reportagem sobre o Brechó de Troca. Depois de perguntar à nova parceira, aceito o pedido e vou pedir a participação das pessoas do local. Até aquele momento a ausência de pessoas, ou o pequeno número de novas parceiras agregando-se ao Projeto, vinha traduzindo para mim a ideia de lentidão, porém entendida como própria do processo. A chegada da imprensa, em local buscado e desejado, porém sem qualquer encaminhamento, fato que demonstra vivências difusas, produziu uma ação de dobrar-se às políticas de efemeridade do falso. Rapidamente o Brechó de Troca passa de um projeto de resistência ao modo *fast fashion* de vestir-se para um espetáculo de efemeridade em que o que pode contar mais é uma cena produzida do que a experiência de encontrar-se com pessoas, ou o simples relato da coordenadora.

FIGURA 5: REPORTAGEM DO JORNAL DO COMÉRCIO 20/11/2009

Energia compartilhada

O fenômeno dos encontros de escambo de roupas e acessórios, tendência mundialmente conhecida como clothing swap, foi percebido pela psicóloga gaúcha Helena Soares, que desde janeiro promove o Brechó das Trocas. Sentados em círculo, os participantes se apresentam e falam sobre as roupas que levaram para trocar. Mais importante do que mostrar as peças, é contar suas histórias. Durante as trocas propriamente ditas, vale não só o interesse pela qualidade de cada produto, mas acima de tudo a empatia com os demais

participantes e a identificação com o significado que estes emprestam aos objetos.

A jornalista e personalstylist Maria Emília Portella considera a troca de energia entre os participantes o mais importante nesse tipo de encontro. “A roupa acumulada é energia parada. A troca é fazer movimentar aquela energia”, afirma, acrescentando que, por meio do escambo, é possível desenvolver a consciência de que “só vais ter o novo se abrires mão do velho”. A troca se torna um momento de reflexão sobre o ato de consumir.

Próximos encontros do Brechó das Trocas:

- Expresso da Moda (Rua da República, 58), primeiras e terceiras quintas-feiras de cada mês, às 19h30min.
- Pó de Estrela (rua Alberto Torres, 228), 21 de novembro e 5 de dezembro, sempre às 16h e às 18h.



MAURO SCHAEFER/AC

Brechó das trocas estimula a compra consciente

Assim como o desencontro entre a fala em uma venda, que promete a sustentabilidade econômica regional oferecendo produtos chineses comprados em São Paulo, o pedido da jornalista propunha uma ideia de *slow fashion* do BT, mas mostrava a simulação mentirosa do mesmo. O fato de o Projeto se processar com descontinuidades do público era sua verdade, um vetor que aponta para a afirmação de que práticas do vestir podem ser exercitadas de outra forma que não via efemeridade de consumo: esta era sua posição, seu modo de habitar a cidade.

Mas se em um endereço esta posição ética e política titubeou, fez frente aos regimes de verdade que a mídia escolhe produzir, em outros foi diferente. Nos locais I, e mais recentemente no N, a mesma mídia que engessou as possibilidades do Projeto operou de modo diferente, dada a mudança de posição que dei frente às suas solicitações.

Na aproximação de ambos os locais houve uma indicação, um encaminhamento, de colegas de longa data. No local I, as sócias, até mesmo já haviam feito pesquisa prévia sobre o Brechó de Troca, ou seja, o primeiro encontro para pensar a possibilidade de executar o Projeto naquele endereço, já foi marcado por respeito ao processo, interesse prévio, reconhecimento. Um estabelecimento pequeno, novo, com a proposta de começar junto com as marcas que propunha vender, com os projetos que escolhera receber em suas instalações. Desde o início, uma costura começou a ser feita com o local. Quando o Projeto chegou ali, já havia estabelecido parceria com outro jornal local que começou a espontaneamente a dar uma nota divulgando as informações do próximo encontro para seus leitores.

Era uma propaganda espontânea cuja justificativa passou a ser o caráter de interesse público que traz. Segundo uma repórter do jornal com quem conversei nesta época, existe uma demanda a ser preenchida pelos jornais que precisa ter este caráter não-comercial, que atenda interesses da comunidade. Para o Projeto, era uma oportunidade gratuita de divulgação, sem alteração de informações. O jornal publicava estritamente o que lhe era enviado previamente via e-mail por mim. O modo de informar desta mídia trouxe algumas parceiras curiosas e interessadas, que vieram aos encontros sem saber detalhes do funcionamento e que nem por isso deixaram de procurar a novidade.

O encontro com o local I, em meados de 2012 e posterior à situação citada acima, fomentou experimentações do Projeto. Um endereço que também era uma casa, porém adaptada para ser um comércio, com práticas claramente comerciais, mas que referia querer conviver com outros tipos de relação com a moda. O Brechó de Troca teve carta branca para suas experimentações, criação de limites, como o número de participantes citado na seção anterior acerca do possível efeito de um *flyer*, dentre outras. Neste local, o BT aconteceu cerca de treze vezes; e desta quase todos tiveram quórum. Este foi um espaço de expansão gradual do Projeto, lá houve fomento da relação com parcerias, encontros com profissionais do campo da moda de diversas atuações, produção de novos projetos.

Se a mídia pôde ajudar a relação com o local, isto foi mais um dos encontros possíveis neste espaço. A circulação de pessoas por lá parecia ser como a de um lar. Um ambiente comercial onde os clientes são chamados pelo nome, em que todas as vezes que fui sentei-me em um sofá para conversar com as sócias, em que fui apresentada para

novos criadores por estarem expondo nas araras. Ali o Projeto ocorria em uma sala nos fundos, integrada à parte da loja propriamente dita. Com o passar dos meses, aconteceram reformas e outros espaços foram usados para o BT.

Ocorreu que em uma das visitas ao local tive a notícia de que a Prefeitura não concedera um alvará, que estava tramitando, para uso misto, de loja e outros projetos, nas dependências do local. Uma burocracia impediu não apenas o Brechó de Troca de seguir em funcionamento ali, como muitos outros encontros que vinham ocorrendo. O sofá segue lá, os encontros tornaram-se mais raros, mas ainda persistem. Mas não o encontro da troca-troca de roupas. Este ficou sem endereço por um mês. O mês em que comemorei cinco anos de Projeto; o mês que ele passou de um grupo para um campo de pesquisa de mestrado em Psicologia Social. Um espaço de tantos encontros produziu uma despedida calorosa. No último encontro distribuí às parceiras saquinhos, confeccionados por mim, com folhas de louro, como forma de metaforizar o esforço diário de não permitir que roupas percam o sentido em nossos guarda-roupas. Dado significado popular do uso das folhas para resguardar tecidos de traças, a metáfora pareceu pertinente para costurar cinco anos de trabalho. Todos os saquinhos excedentes foram entregues às sócias do local I, para uso e agradecimento.

De lá o Projeto passou por mais três locais antes de chegar ao atual N. Foram encontros espaçados que parecem ter preparado a aproximação com este último. Em meados de março de 2015 contatei antiga colega de faculdade; ela era o contato de distribuição de um livro de autoria de uma amiga. Um livro escrito a muitas mãos e algumas delas conheciam o Brechó de Troca desde sua concepção. Esse encontro com a ex-colega e com o livro levou a mais encontros, que geraram outros e outros e outros. A ex-colega Cecília contou seus percursos que a levaram a conhecer e trabalhar com parceria com o local N. Saí dali com um encaminhamento para procurar Beatriz, a administradora do local, que havia sido parceira de Iara, colega do pós-graduação. E também com a vontade de contatar Valéria, revisora do livro, que conhece o BT desde os primórdios e pedir para que pudesse ler este texto. Saí da casa de Cecília não com uma trama, mas uma colcha de casal, feita com fios que já estavam ali, mas precisam trocar de lugar para produzir nós. Tudo muito confuso, mas com muito sentido.

Do encontro com Cecília troquei lembranças de nossos contatos acadêmicos por novas possibilidades de parcerias. Da aproximação com o livro retomei o contato com Camila, a autora-artista do livro, e troquei antigas ideias de seu trabalho pela

curiosidade dos novos. Do contato com Beatriz troquei uma porção de coisas: como a experiência de, no primeiro encontro, apresentar o Projeto e ser confundida com uma artista plástica, e como pensei no modo que escolhi contar sobre o Brechó de Troca. Ou como troquei as informações profissionais vagas e vindas de diferentes locais (incluindo a mídia local) que eu tinha sobre Beatriz agora por uma apreciação de contato pessoal. Do reencontro com Valéria troquei a saudade por uma parceira que vem se mostrando uma entusiasta, não só do Projeto e desta escrita, que concordou em ler, mas do olhar e das proposições que venho fazendo como psicóloga no campo da moda.

Os encontros espaçados não produziram trocas de roupas, mas outras tantas descritas ou não aqui. Se no início da busca por locais a insegurança era algo a ser descrito e, talvez por isso mesmo a busca pelo local A (que foi recorrido depois mais outras vezes – cerca de três – para dar conta da falta de endereço para o evento ocorrer) foi necessária, hoje a trama tecida a partir de um posicionamento possibilita alguns desdobramentos: não certezas, mas posições que marcam um olhar crítico para o campo da moda. Este olhar possibilitou, por exemplo, que em entrevista recente à jornal de grande circulação no estado eu pudesse insistir em não afirmar/confirmar suposições construídas pela jornalista acerca das novas práticas de consumo em brechós. Se a parceria com o local B não me passava segurança para interromper a velocidade da mídia em produzir dados, a nova parceria com o local N, já tendo passado pela parceria com locais como o I, potencializou o campo político de afirmação de novas verdades acerca do campo da moda. Insisti com a jornalista que a falta de pesquisa acerca destas novas práticas não deve inferir falsas afirmações, mas sim provocações e aberturas para refletirmos sobre nosso modo de consumir roupas.

Essa e outras tantas falas não estiveram presentes na reportagem. Entretanto meu nome, sob a égide de psicóloga e pesquisadora, apareceu algumas vezes podendo apontar para mais uma tentativa de captura, por parte da lógica midiática, de um saber que legitime suas afirmações. Perdida em um texto em boa parte especulativo, ou com afirmações vagas de outros profissionais, o nome de uma psicóloga que pesquisa o campo da moda é útil: para uma imprensa desinteressada na produção de deslocamentos nos modos de consumo desenfreado, para a reprodução de antigas afirmações regionais sobre o caráter benéfico de passar adiante peças de roupas não usadas.

A diferença da aproximação da mídia quando o Projeto circulava pelo local B para os demais é o esforço, cada vez maior, em não ceder aos pedidos efêmeros de

afirmações de antigas supostas verdades. Outra diferença é o afastamento gradual deste tipo de mídia e aproximação com outras e outros canais de circulação de informação. A produção de textos que ampliem a noção do que poderiam ser práticas do vestir, a provocação a reflexão de que o campo da moda nos circunda mesmo que não o tomemos como uma questão. A troca de locais, o caráter de itinerância, parece ter potencializado ao Projeto e seus desdobramentos invenção de novas parcerias dispostas a tais provocações. Hoje o local N acolhe o Brechó de Troca. Oferece troca de ideias, convites diversos, parcerias em diversos níveis. Não é possível afirmar até quando, pois a posição ética e política do BT, de enfrentamento de antigos regimes de verdade do campo da moda, parece não se abalar com os percalços que alguns locais ofereceram. Então, o caráter de itinerância se manterá mesmo se ele seguir sempre no mesmo endereço. Com o local N o BT produziu, pela primeira vez em sete anos de existência, uma agenda anual.

2.3 Um Colar, muitos Desejos, um Posicionamento

“Para que alguma coisa ocorra, é preciso criar um espaço vazio”. (Peter Brook, *A porta aberta*, apud PRECIOSA, 2010)

Em meados de 2012, quando o Projeto vinha gradualmente se desvencilhando de um espaço parceiro por motivos operacionais do local, a busca por novo espaço recomeçou. Depois de experimentar a parceria com alguns locais, procuro os responsáveis pelo primeiro endereço que acolheu o Brechó de Troca. Volto, no alfabeto de descrição dos locais do local N para o A, em uma marcha ré cartográfica guiada por minhas ferramentas de jornada.

Neste retorno fui bem acolhida e houve interesse de três pessoas do local em participarem: a dona e suas duas filhas. Estiveram presentes, além das três citadas, mais três parceiras. Todas já conheciam o Projeto. As apresentações e falas acerca das roupas iniciaram, uma a uma. Uma das parceiras, que chamarei de Ângela, tem por hábito viajar e costuma consumir bastante nestes momentos. Relata ter feito inúmeras viagens aos Estados Unidos, mas neste dia ocupou-se de falar de uma viagem à Europa. Inerente

ao seu consumo de viagens, segundo ela, além de abarcar peças para usufruto próprio, há sempre diversos itens para presentear amigos e parentes. Mas há uma particularidade no modo como a parceira presenteia os seus. Ela compra tais itens para serem entregues em ocasiões específicas, como um aniversário, por exemplo. Ela refere que, por diversas vezes, guardou uma peça para entregar, por exemplo, para uma prima por ocasião de seu aniversário e, por não terem se encontrado, a roupa volta para uma gaveta própria. Ângela relatou neste dia (e em outras edições do Projeto também) tal hábito. Ela refere possuir um espaço significativo, que inclui mais de uma gaveta de um armário, para guardar presentes não entregues de viagem. Todos endereçados a alguém, vários sem entrega efetivada. Refere não cessar tal prática: segue viajando e segue consumindo. Em encontro posterior ela referiu estar grávida e planejava fazer um enxoval para o nenê na cidade de Miami. Retornou ao BT em outras ocasiões, com vários meses de ausência. Relatou mais adiante que de fato o plano do enxoval estadunidense se efetivou.

Ângela costuma apresentar suas peças dizendo o quanto são boas e onde foram compradas. Cita frequentemente boutiques do bairro Moinhos de Vento. Também costuma referir alguma característica visível da peça: “esta calça tem este bordado na perna”. Ou então cita a marca da peça, seja de grifes regionais ou internacionais, e costuma, em um gesto sincronizado, mostrar a etiqueta e/ou logotipo. A cada encontro que vai refere que tem muitas peças paradas, que não usa pois comprou por impulso, ou não lhe cabe mais. Ângela trouxe ao grupo de escambo, mais de uma vez, itens não aceitos pela proposta: cosméticos e necessários, por exemplo. Quando as outras parceiras perguntaram se poderiam levar tais artigos respondo que a ideia do evento era um troca-troca de roupas e/ou acessórios.

Nesse encontro, Ângela mostrava suas peças com seu modo próprio, seu estilo, quando mostrou um conjunto de colar e brincos. Tal qual costuma fazer, ao mesmo tempo em que conta ser um presente não entregue, algo “encalhado” em uma gaveta, também mostra as peças. E completa, “são de uma viagem que fiz recentemente com meu marido à Europa, são de Murano”. Os cristais são fabricados na cidade Italiana de Murano, um arquipélago de sete ilhas a 1km de Veneza, e possuem tradição de produção artesanal. Fazem parte de uma cultura secular, de uma produção artesanal de data do século XV, cujo conhecimento técnico foi passado de pai para filho. A partir da década de 1940 começa a ganhar espaço no cenário da arte contemporânea, através de contribuição de artistas no *design* das peças (VENTURA, 1992, p.22). Atualmente, não

se espera que o caráter de tradição tenha se mantido neste tipo de produção, mesmo assim todas as outras parceiras do encontro demonstraram surpresa e interesse. Ângela pegou a caixa de presente aberta com o conjunto e passou pelo círculo de pessoa em pessoa a fim de mostrar o produto.

Todas manifestam que desejariam trocar com ela por algo seu e, daí por diante, pouco mais foi falado sobre outras peças, experiências, opiniões. O que predominou no encontro foi a barganha de uma das parceiras com Ângela pelo conjunto. As outras parceiras não recuaram a manifestação de seu desejo, porém Ana foi mais incisiva, clara e insistente no desejo de levar para casa tal raridade (do ponto de vista do inusitado nos encontros do Projeto). E levou. Algumas outras trocas se efetivaram. Ângela também costuma ser clara em seus interesses e não troca suas peças por algo que não lhe interessa.

O encontro encerra, depois de várias trocas feitas. A dispersão inicia quando Ana pede para sair pois está acompanhada de uma pessoa que lhe aguarda, bem como Ângela, que tem um compromisso. Ao final tiramos uma fotografia em grupo, para ter um registro do encontro. Depois, mesmo sem três parceiras (mais uma também saiu), as outras três, com vínculo com o local onde estava acontecendo esta edição, ficaram na sala conversando. O momento mostrou-se propício para que eu pudesse perguntar o que tinham achado do evento. A primeira coisa a ser referida, de maneira educada e cuidadosa, foi acerca da suposta voracidade da negociação do conjunto de Murano. Todas disseram que puderam fazer boas trocas, que a conversa foi agradável. A barganha foi, segundo suas percepções, exagerada e talvez eu pudesse repensar um mecanismo metodológico para evitar constrangimentos deste tipo.

A banalização de imagens icônicas é inspiração para um dos trabalhos do artista de arte urbana Zevs. Em uma de suas intervenções ele pinta, com técnica de escurimento, logotipos de grandes marcas de moda (e algumas outras também – como a Google) em paredes externas e fachadas de lojas destas mesmas marcas. Por exemplo, em uma fachada da loja Giorgio Armani ele pintou os dois “cês” invertidos do símbolo da Maison Chanel. O artista problematiza a idolatria por itens de consumo que têm suas cópias falsificadas tão fiéis, bem como a disputa de espaço comercial que elas empenham. A falsificação parece ser um esforço para viabilizar o acesso ao luxo, não importando mais o sentido que tornou tais marcas tão poderosas: o caráter de acabamento artesanal de luxo de malas e baús, a produção de peças inovadoras no

guarda-roupa feminino como o uso do tecido jérsei (antes tomado como vulgar) para confecção de roupas práticas e confortáveis, dentre outros.

FIGURA 6: GRAFITTE DE LOGOTIPO DA CHANEL EM ESCORRIMENTO EM FACHADA DA LOJA GIORGIO ARMANI (ZEVS)



Se a idolatria por um *tailleur*⁶ Chanel ou uma bolsa Louis Vuitton levaram estas marcas a serem ironizadas pelo trabalho de um artista, algo semelhante, de força provocativa e resistente aos modos de operar a lógica do consumo desenfreado de moda, não era necessário até então com um objeto singular como algo vindo de Murano. Ainda que boa parte do trabalho manufaturado de artesanato tenha diminuído o interesse do público (BARROSO NETO, 1999), as técnicas desenvolvidas com vidro de Murano ainda não tiveram reproduções feitas por copiadorees, como no campo da moda, nas marcas referenciadas por Zevs ou em outras. A fabricação segue restrita ao arquipélago, já com caráter de souvenir, de consumo mais rápido, mas ainda não passou a expandir suas reproduções.

⁶ “Costume composto de casaco e saia que se tornou popular a partir da segunda metade do século XIX.” (CALLAN, 2007, p.301). Refere-se a um conjunto, uma roupa que mostra uma unidade estética, mas dividida em duas peças.

É difícil precisar o motivo do incômodo, mas a queixa pairou sobre a velocidade da barganha, a impossibilidade do acesso à peça pela falta de limites mais claros acerca das negociações, isto no caso de haverem mais interessadas do que peças disponíveis. De uma peça da qual fala-se, escreve-se sobre, espalham-se histórias, significados, mitos, encantamento, turismo, e que passou a ser objeto descartável, de uma gaveta para outra. E a elas foi cerceado o alcance a tal produto. Se o conjunto tinha algum elemento artesanal (ou outro qualquer, qualquer um que singularizasse sua relação com o objeto) a ser considerado, a apresentação de Ângela não o levanta, passando a restringir suas possibilidades de existir no mundo. Enquanto objeto artesanal é possível partilhar informações, pesquisar o sentido de sua existência, com possibilidade de produção de mais e mais perspectivas, discutir sua função social, política ou econômica. Ou como uma peça particular, trazendo elementos subjetivos (mesmo que em uma descrição superficial) que pudessem desdobrar-se em uma conversa menos ligeira.

O produto, modo pelo qual o conjunto de Murano passou a existir naquele encontro, é restritivo. É um bem de consumo. Quando ofertado a um mercado, mostrado para os olhos vorazes das parceiras que se reuniram nesta edição do BT, um produto é um elemento de disputa: quem tem, quem pode ter e que não pode. O Espaço do Brechó de Troca sublinha em todos os encontros, na descrição metodológica de como cada parceira procederá, mostrará suas peças e, depois, fará suas barganhas e trocas, que as trocas são livres. Costumo acrescentar ao termo liberdade alguns exemplos e uma explicação mais longa: cada um troca o que quiser pelo o que quiser se a dona da outra peça estiver de acordo, ninguém troca se não quiser, vale brinco por bolsa, camisa por camisa, duas peças por uma, triangulação ou mesmo entrega de uma peça por uma indicação de trabalho (este último ocorreu em dezembro de 2015). A liberdade referida é explicitada a cada encontro, e também fora dele quando eu explico a troca para curiosos e possíveis parceiras sobre o BT.

Não se trata de retroceder em uma discussão acerca de um poder substantivado, de quem o possui, mas de pensar que condições Ângela tem para restringir a potência pluralizante da apresentação das peças a uma sofisticada venda de produto de luxo.

Ângela passa a conduzir condutas acerca de como é possível trocar em um espaço outrora potencialmente livre. Pois, ainda que não houvesse moeda circulante, as peças de Ana parecem ter se prestado para tal. Ângela, com suas estratégias de apresentação, em que associa uma peça exclusivamente à sua descrição técnica e de

mercado⁷, toma a possibilidade da fala pelo mínimo. Semelhante a uma prescrição de um blog de moda⁸, que pode sugerir modos de uso possíveis do luxo, Ângela mostra às demais parceiras que basta uma viagem à Itália, algum conhecimento dos produtos locais e o desprendimento de seu objetivo de presentear alguém com tal produto para poder adquirir algo de seu interesse. Alguns argumentariam que uma viagem à Europa ainda não é acessível a boa parte da população. Concordo. Mas trata-se aqui de perceber como uma viagem como essa opera no relato de Ângela, como ela manifesta certa objetificação de um percurso que poderia ser guardado como memória preciosa de uma experiência pessoal, ou manifestada ao grupo através de algum afeto manifesto em um gesto, em uma maneira de contar sobre suas impressões do lugar ou de outros tantos modos. Mas a parceira escolhe restringir a apresentação à descrição quase técnica do objeto e de como ele habita sua vida. No processo de barganha, traduz ainda que é preciso esforçar-se bastante para conquistar tal produto, que independentemente de sua desimplicação para com o colar e a viagem, eles valem muito monetariamente.

A conversa posterior, com as parceiras que ficaram, não se reduz a cinco linhas de texto. Ela foi mais longa e ainda produziu um misto complexo de afetos. Conversamos sobre a proposta em si do Projeto e cada uma deu sua percepção. Duas delas lamentam não terem podido vir ao BT em outras oportunidades devido a outras prioridades, mas que gostaram da experiência e repetiriam. A outra, que já havia participado, comentou que ficava feliz em ver novas parceiras se aproximando, mostrando interesse e que mais uma vez teve uma boa experiência. Ainda conversamos sobre as outras peças trazidas. Os comentários eram diversos, sobre a beleza de uma, ou como alguma peça trocada havia lhe satisfeito esteticamente. Também sobre a persistência de cerca de três anos e meio na produção do espaço até aquela ocasião e de que eu seria bem-vinda caso quisesse ou precisasse retornar.

O diálogo me fez pensar que o movimento de ida e vinda, de percorrer outras vezes o mesmo lugar, não é reproduzível. Precisei repetir uma antiga parceria de local

⁷Uso a palavra “mercado” para referir o modo como a parceira refere as situações como adquiriu as peças. Reduz o elemento “viagem” a uma situação de consumo. “Comprei este blusão em Miami” tal qual pudesse trocar a palavra Miami por Lojas Renner ou no Brechó “tal”.

⁸A partir dos anos 2000 houve uma propagação de blogs de moda que, no contexto de difusão de informações de consumo de moda, ganharam status de estratégia de venda. Uma boa parte deles apresenta o que chamamos de *look* do dia, uma fotografia posada da blogueira e uma descrição das marcas associadas a cada peça de roupa. Quanto mais acessos o blog tiver mais marcas atrairá. Atualmente a atuação de blogueira virou uma profissão para algumas pessoas que passaram a cobrar valor substancial para posar com as peças que ganham. O modo de apresentação dos *looks* é de cunho prescritivo, ou seja, indica o que combina com o que.

que - neste caso veio com um “pacote” de parceiros que vem participar do encontro -, se mostra sempre aberto a este trabalho. Mas a repetição da busca, a necessidade de acolhimento, não desdobra situações idênticas. Ao contrário, me possibilita pensar em ações necessárias para transformação metodológica do Projeto a fim de possibilitar que o caráter processual e de produção de subjetividade, pelas práticas do vestir, perpassem as possibilidades de trocas.

Na costura desses elementos produzo um arremate, uma resolução que aponta para o futuro do Projeto. Decido que dali em diante, na parte inicial de cada edição em que explico a metodologia do encontro, inventaria um subespaço: o limbo. Se o BT é um espaço de convívio em que o troca-troca de roupas e acessórios é a desculpa para os encontros, o limbo passa a ser um espaço dentro do espaço, onde ficam as peças mais desejadas (ou desejadas por mais de uma pessoa), para serem barganhadas no final. O objetivo da invenção de mais um espaço é de estender a relação com o tempo e as possíveis experiências a serem aí inventadas.

A experiência de consumo de moda vem se acelerando, e vem produzindo um tipo de transmissão de ideia/informação sobre as peças que, devido a este tipo de relação com o tempo, não passa de além de seu tamanho, cor, material. As parcas especificações em *e-commerce* e lojas de *fast fashion* impedem fabulações, criações de mitologias acerca do que colocamos sobre nossas peles. Não há tempo para imaginar, pois o produto será substituído por um mais novo, mais fresco, mais, mais, mais. Como um balão que se enche de ar, e mostrando, através da opacidade de sua superfície, o quão vazio é de sentido, de possibilidade de invenção de futuros para si; ou como nas imagens de logotipos pintadas por Zevs, que escorrem mostrando a fragilidade do esforço em transformar marcas em ícones.

Essa aceleração do consumo só poderia se dar neste tempo, um tempo que engolfa modos resistentes de vida, mas também se produz em bifurcações e fluxos. A proposta de Pelbart (2000) é a de que vivemos um tempo rizomático, que tanto captura o sujeito em um modo automático de produzir sua vida, suas práticas do vestir, como permite atos de resistência, de proposições que tensionem essa aceleração. São pontos e não linearidades, ou seja, produção de momentos, que poderão ou não se estender em tempo e significado, mas que existem. Assim,

o que se anuncia não é apenas uma sincronidade universal, mas, no interior dela, a gestação de novas condutas temporais

capazes de alterar profundamente o estatuto das dimensões do tempo.

(...)

O que está hoje em pauta, na questão do tempo, e daí nossa grande perturbação, é a abolição mesmo de uma ideia de uma flecha, de uma direção, de um sentido do tempo, em favor de uma multiplicidade de flechas (...), de uma multiplicidade de direções (...), e de uma multiplicidade de sentidos. (PELBART, p.191)

O Projeto do BT não promete aos sujeitos interessados que eles levarão tais e tais roupas-experiência para casa, peças que funcionem como resolução para os problemas estéticos e de um guarda-roupa vazio de sentido. O Projeto apenas convida pessoas a conviverem, sem promessas. Com isso parece aproximar-se da noção da formação de um nó ou ponto nesta trama do tempo. Mas não pontos lineares, e sim produzidos quando uma demanda por certa perturbação se apresenta. Reconhece-se que há um tempo acelerado, um tempo em que a fabulação acerca de um artesanato específico e secular desmancha-se e dá lugar à promessa do luxo. Um conjunto de Murano pode ser produto, mas pode também ser outras coisas. Como se a linearidade do modo de consumo desenfreado de roupas adentrasse e ameaçasse desmanchar um ponto, um momento de existir do Projeto.

Penso que, se me prendesse a uma noção linear de tempo, em que uma situação implica em conseqüências e assim sucessivamente, talvez pudesse ter implicado um engessamento dos processos do grupo. E seguindo um percurso, faço uma curva brusca na história para retomar uma que seguiu produzindo desdobramentos. Ana, a parceira que efetivou o escambo do conjunto de colar e brincos com Ângela, retornou a inúmeros encontros. Voltou simplesmente para trocar, renovar seu guarda-roupa através do recurso que o Projeto oferece, mas também trouxe amigas e colegas para o espaço, me acompanhou em outros Projetos paralelos, e seguiu comentando em diversos momentos da situação em que conquistou o colar. Ana parece ter conseguido produzir novos sentidos daquela situação; a oportunidade de conquistar uma peça de raro acesso em um espaço inusitado parece ter-lhe produzido uma experimentação, um exercício de imaginar que tantas situações inusitadas ligadas às roupas podem ocorrer se pudermos imaginar que elas são possíveis. Escutei algumas vezes Ana contando esta história; a cada vez ela segue tomando a palavra para detalhar e trazer um novo elemento, um detalhe, uma experiência posterior com o conjunto, um novo jeito de situar o ouvinte, tal qual uma fábula que se enriquece a cada vez que se conta. Se a moda opera sob o

imperativo da novidade, Ana subjetiva o que parecia engessado, exercita modos de vestir seu acessório não só com seu corpo, mas também com a imaginação. São práticas de vestir que vão além do despir-se de um *look* e escolher um novo para vestir; elas se espalham como ramificações imagéticas, potencializando a não-materialidade da roupa, que a prende em uma rede de consumo.

Estes modos de inventar moda, de subjetivar-se pelo exercício de permitir a que a roupa seja algo além de seus aspectos físicos/materiais, cria espaços de possibilidade de existência. Além da temática do tempo para pensar modos de produção de subjetividade no contemporâneo é importante olhar para quais espaços são possíveis de serem criados. Por exemplo, se em um passado dito linear um grupo de pessoas precisava agendar um tempo-espaço para reunir-se para resolver suas pautas, hoje, um dispositivo digital, amparado pelas conexões virtuais da rede mundial de comunicação, coloca o grupo em um espaço virtual para um encontro. Cada participante pode escolher um não-lugar para seu corpo estar enquanto discute seu ponto de vista em um espaço coletivo. Um corpo nômade, desconectado do que lhe circunda, produzindo um ambiente de virtualidade.

Outro espaço, comumente associado à experiência de consumo de moda, e que dialoga com as novas imagens de espaço é um shopping center. Ali, pessoas são convidadas e seduzidas (através de campanhas publicitárias de natal, dia das mães, dia das crianças, dia dos namorados, exposições de entretenimento etc) para ali estarem, em uma condição supostamente segura, cercadas de câmeras, com seus veículos supostamente protegidos pelo estacionamento, com um único objetivo: consumir. Um espaço de passagem entre períodos de vida que promovem um esvaziamento da mesma. Na conclusão de texto, que visa revisar os teóricos sobre a relação do sujeito com o espaço e as formas que é capaz de habitá-los, Simmel (1902/1997 apud NICOLACI-DA-COSTA, 2005) afirma que “novos espaços colocam em operação novas necessidades, novas demandas, novas regras de produção, sociabilidade, sobrevivência etc.” Para se fazer visível, o sujeito contemporâneo precisa de certa intempestividade; não pode fingir ou fugir da ideia de um lugar como um shopping, que promove a existência de espaços-tempos de dessubjetivação, de existência para o consumo, de diluição de experiências do coletivo. É preciso lembrar que estas proposições já estão dadas, olhar para possibilidades que vão além delas, inventando, criando outros modos de exercitar uma noção do que pode uma roupa, por exemplo. A resposta à demanda de

produção de experiências de produção de subjetividade pelas práticas do vestir, que suportem à oferta engolidora de shoppings ou alguns tipos de *e-commerce*, é um espaço novo.

Simmel (apud NICOLACI-DA-COSTA, 2005) traz também a discussão acerca da redefinição do que são espaços público e privado. O uso de dispositivos móveis, por exemplo, tensiona uma noção de espaço público versus espaço privado; o tempo inteiro utilizamos aparelhos de celular para uma conversa privada em praças, na rua etc. Proponho pensar, ainda sobre a ideia da experiência do shopping center, quais são os efeitos no nosso modo de operar as práticas do vestir se o exercitamos em espaços dúbios. A sedução, as portas abertas, os convites, a comunicação que um shopping produz costuma demonstrar seu caráter público, em que pessoas poderiam circular livremente. Entretanto, estes lugares possuem donos, e estes, por sua vez, alugam seus espaços internos para outras pessoas, as lojas. Em contrapartida, o usuário destes espaços, quando se depara com o recurso do vitrinismo, o modo como araras e gôndolas são dispostas, a música, o ar condicionado gélido e o perfume estratégicos, acha esse um lugar idílico de consumo. Mas também muito solitário. Entre olhar um produto, decidir por pegá-lo ou não e pagá-lo são poucos minutos. Produz-se assim uma experiência privada em um espaço dito público.

Pouca pesquisa existe sobre estas experiências de produção de subjetividade (ou de dessubjetivação) pelas práticas do vestir, como por exemplo, o modo como habitamos espaços ditos públicos, como lojas, mas que podem se tornar privados quando oferecem experiências solitárias, como a de provador de roupas. Sobre a profissão de vendedor, por exemplo, pouco é escrito sobre a mudança de sua função. Como atuava em um mundo pré *fast fashion*? Como ofertar os produtos ou o que sabia sobre eles? E hoje, em um mundo de aceleração do consumo, como operamos nossa relação com este ator do mercado de consumo de moda? Desejamos perguntar algo sobre os produtos? Nos interessa saber como ele foi produzido, qual o tecido, ou o modo correto de lavagem a fim de alongar a durabilidade de uso deste objeto? É possível fazer compras de roupas em lojas sem a interferência (ou interlocução) de qualquer funcionário. Lojas em que o cliente escolhe, experimenta (caso seja de seu interesse) e vai ao caixa sozinho, registrando os produtos, escolhendo opção de pagamento etc. São estratégias que parecem apontar para a não obstrução e interferência à compra.

A maneira como a parceira do BT Ângela apresenta o conjunto de colar e brinco aproxima-se com essa ideia de prática do vestir em espaços dúbios. Ainda que ela tenha podido experimentar vivências de produção de subjetividade pela viagem a Veneza e Murano, não foi isso que escolheu expressar no encontro. O que ela escolhe é trazer uma peça para exibição tal qual uma venda. Da viagem a Murano, Ângela compartilha uma ideia de uma situação de consumo e desimplicação. Do mesmo local, ou mesmo de qualquer outro, poderia ter compartilhado roupas ou acessórios da qual expressasse alguma informação se dissesse, mesmo que genericamente, de algo subjetivo a si. Uma peça que, podendo ser usada no corpo ou não, pudesse potencializar experiências de produção de subjetividade a cada novo olhar a ela dispendido. Um *souvenir* que não fosse esquecido em uma gaveta, um objeto que pudesse ser fabulado, pensado, sentido, a ele inferido novas histórias ou perspectivas; um objeto que pudesse produzir memórias.

O deslocamento da experiência de turismo de tipo cultural para outro, de consumo, parece produzir imagens tais como discutem as propostas de Latour (2008) e Bavcar (2005) apresentadas anteriormente. A aquisição do conjunto parece mostrar uma idolatria por uma ideia de representação que um cristal de Murano poderia trazer, como se uma técnica artesanal, construída por séculos de exercícios da transformação de areia em vidro, se tornasse obsoleta, sem sentido.

O esforço em produzir um lugar dentro de um lugar, um tempo para as roupas disputadas e idolatradas, um limbo dentro do Brechó de Troca, vai na contramão deste deslocamento. O significado de limbo, segundo Houaiss (2012) é o de uma morada das almas pagãs, e também um estado de indecisão ou esquecimento ou ainda borda ou extremidade. A idolatria como prática do vestir me parece, depois de breve discussão, uma tendência à obsolescência, ao vestir desimplicado, ao processo de desubjetivação pela moda, como nas imagens pensadas por Latour (2008), Bavcar (2005) ou na intervenção de Zevs. Assumir a mundanidade das roupas, forçar a criação de uma fabulação a respeito do modo como foram feitas, como têm sido usadas, que experiências proporcionaram aos que a vestem, ou mesmo a invenção de *looks* com as mesmas, parecem um caminho para a manutenção da potência do espaço do Projeto. Proporcionar um espaço de troca-troca de roupas, com o recurso do encontro, da apresentação de peças, parece não ser o suficiente perante aos modos perversos que a moda tem se valido para angariar consumidores.

Em outros encontros, Ana experimentou a mudança metodológica. Talvez por isto, talvez por simples disponibilidade, seguiu mostrando o quanto um acessório pode escapar à lógica do consumo de moda. Com suas histórias, a parceira pontencializa que a peça pode ser esquecida para depois ser lembrada, e pode causar indecisão na composição de um “*look* do dia”, mas depois ser a escolha perfeita para determinada ocasião, podendo existir na borda da necessidade de seu guarda-roupa e ser trocado novamente: Ana resgata a mundanidade do colar.

Limbo como uma Caixa de Pandora reinventada, em que os males, o afã e a efemeridade são redesenhados enquanto contidos em um espaço-tempo. A produção deste ponto de existência estende o que existe para além dele: todas as outras peças, falas, interesses, barganhas, risadas, incômodos, encontros. Como em um encontro de maio de 2015, no qual uma das parceiras traz um vestido usado por sua mãe durante sua gravidez. Um cálculo aproximado supõe que a peça seria do final da década de 1960; cálculo este baseado não apenas na idade de sua dona, mas na modelagem da peça, no tipo de jérsi e na estampa psicodélica. Foram várias interessadas e, desde o início havia explicado como o limbo funcionava. O que ocorreu neste dia foi como a eclosão de vários começos. Depois de todas as peças apresentadas, interesses declarados, e experimentações, as barganhas e escambos pareciam ter se esgotado. Então, uma das participantes recomeça a olhar as peças, em um amontoado no meio do círculo, à procura de algo específico: recomeçam os interesses e experimentações. A sensação era de que vários tempos eram possíveis para produção de subjetividade por aquelas práticas do vestir. Práticas que, a partir da impossibilidade de tomar um vestido *vintage*, raro em significação, tal qual um produto, passam a inventar outros modos para tentar alcançar um objetivo que lhes levou até ali: renovar o guarda-roupa através do escambo de peças indesejadas.

O limbo funcionou como uma suspensão para o vestido *vintage* não ser tomado como produto a ser idolatrado, mas também para que as outras peças pudessem ser tomadas com serenidade, em diversos tempos para elas e também para a expressão do desejo das interessadas. O vestido foi trocado e todas as pessoas que não ficaram com ele conversaram sobre, algumas estabelecendo críticas, outras sublinhando a singularidade da peça, todas fabulando mais histórias para esta peça, deslocando-a de sua obsolescência no espaço do BT. Assim como em uma experiência de loja em que nem sempre conseguimos a numeração ou cor desejada de algum produto, acontece? a

frustração forçada pela produção do espaço-tempo do limbo. A diferença é que, no Projeto, passamos a olhar para outras peças de roupas, outras histórias a serem inventadas.

Algumas peças seguirão esquecidas, sem serem tomadas ou dada alguma importância, assim como em um texto onde uma palavra salta aos olhos do leitor e outras se apagam no sentido que este engendra com a proposta do autor. A pretensão não é a de totalizar a produção de sentido; isto seria atordoante, dado que tratam-se de roupas, objetos em profusão no mundo.

A pretensão da invenção do limbo como um espaço-tempo não é o de extinguir experiências de dessubjetivação pelas práticas do vestir, tais quais uma gaveta de presentes comprados em viagens, ou um enxoval de nenê comprado para não durar, mas sim o de testemunhar outras histórias. Se muitas peças ficarão esquecidas, se voltarão para seus guarda-roupas, o importante é pensar que algumas produziram histórias contemporâneas do vestir, modos de se experimentar, de exercitar movimentos de despir-se de pudor e vestir a curiosidade, tão própria do sujeito. Curiosidade por saber qual o próximo capítulo a ser escrito por aquele casaco, aquele lenço, ou um conjunto de colar e brincos.

2.4 Duas Situações de Não-Troca?

Segundo Houaiss (2012), troca se define por:

1 permuta de coisa por outra (...) 2 preferência de alguma coisa em relação a outra (...) 3 transferência mútua de algo entre seus respectivos donos (...) 4 colocação de coisa ou pessoa no lugar de outra; substituição (...) 5 ato de confundir uma coisa com outra (...) 6 mudança, transformação (...) (HOUAISS, 2012, p.774)

São seis definições propostas pelo dicionário. Seis propostas, mais ou menos amplas de sentidos, que se ocupam em traduzir, ao leitor comum, o que é esta operação. Se um dicionário, recurso mais objetivo de uma língua, abre a definição de um verbete para múltiplas possibilidades, me parece que o caminho para sua abertura é possível.

Promover aberturas é esforço realizado através do BT, e seguir olhando para elas, agora é poder pensar que tipo de trocas pode-se sustentar e desdobrar. Valho-me desta reflexão para pensar situações que ocorreram e que me parecem apontar também para aberturas no conceito, na metodologia do Projeto, na trajetória do mesmo e, quiçá, em desdobramentos na vida das parceiras que estiveram envolvidas. As duas situações que escolhi analisar ocorreram no local B, em encontros diferentes. A primeira possivelmente em janeiro de 2010 e a segunda no inverno do mesmo ano.

A primeira ocorreu em um encontro com três pessoas, eu e mais duas. Nessa época, eu levava peças para trocar, como qualquer parceira. Como já citado, sentia certa pressão em fazer acontecer o Projeto, em torná-lo eficiente e, me dobrando a este vetor, participei das permutas deste dia. As presentes eram duas mulheres, ambas com vinte e poucos anos e universitárias; não se conheciam. Nenhuma delas veio através de minha divulgação, souberam pelo *newsletter* do local, que divulgava a realização de um encontro do Brechó de Troca. No início do encontro mantive o protocolo que estabeleci para mim mesma, ou seja, em duas partes onde a primeira é dedicada à exposição de algum conteúdo provocativo do campo da moda e afins, e, a segunda, à explicação da metodologia, da dinâmica do evento e depois cada uma das parceiras foi apresentando-se e mostrando suas peças. Nesta parte, uma delas citou ter chegado há poucos dias de viagem de intercâmbio nacional. Contou que fora para o nordeste brasileiro, conheceu comunidades e teve experiências interessantes em sua área de estudos. Eu e a outra parceira nos interessamos pelo relato desta parceira que seguiu contando coisas, inclusive sobre a origem de uma peça que trouxe para o Brechó de Troca. Ela trouxe poucas peças, cerca de três⁹, e uma delas era uma sandália de artesanato pernambucano, porém com acabamento diferente daqueles mais comuns a este tipo de produção. Não parecia, por exemplo, ter sido comprada em um local como a Casa da Cultura, em Recife, lugar que eu conhecia e sabia que estilo de peças comercializa¹⁰.

⁹O número mínimo de peças é de cinco. Porém o *flyer* do *newsletter* do local tinha a informação imprecisa, indicando apenas o número máximo. Tomei este elemento como menor, dado que o maior problema é o do excesso de peças, que poderiam provocar a reprodução da lógica operante do *fast fashion*. Ainda assim, quando alguém trazia ou traz número menor do que cinco, explico que o número reduzido de peças pode acarretar em menores chances de troca. Dado que o motivador para as pessoas irem aos encontros parece ser o do escambo (que depois desdobra-se nos elementos discutidos neste trabalho, e penso ser honesto explicitar este critério e seu motivo de adoção).

¹⁰A Casa de Cultura, outrora um presídio e hoje as antigas celas são ocupadas com lojas de artesanato local. Os produtos não costumam trazer uma concepção a partir do olhar do *design* e sim da simplicidade do saber popular que costuma passar de geração a geração de artesãos.

Assim como eu fiquei interessada na peça, em conhecer mais especificações sobre ela, histórias vividas, algo que ultrapassasse uma descrição de material, modo de aquisição, a outra parceira também quis saber mais sobre ela. A parceira, que chamarei de Antônia, parece ter se sentido à vontade para acolher nossa curiosidade e seguiu contando. Disse que em seu intercâmbio fora visitar a cidade de Nova Olinda, no Ceará. O grupo a acolheu para desenvolvesse seus estudos sobre a cultura local e relatou como a comunidade foi se transformando. Antônia contou ainda que a sandália era de produção local, de uma loja chamada Espedito Seleiro. Ela referiu-se ao pequeno comércio como sendo „uma loja legal“, contando como a história de vida do dono e do lugar vinculam-se às raízes da região. Depois de se apresentarem, e eu também, Antônia mostrou as outras peças que trouxe, bem como a outra menina, que assim também o fez.

Poucas barganhas foram feitas, as outras duas parceiras trocaram entre si e eu não. Quando me propunha a levar peças, não costumava efetuar muitas trocas pois sentia a necessidade de acompanhar o processo do grupo. Este esforço de priorizar o processo do grupo em detrimento ao meu desejo de escambo parece cair por terra, dada a manifestação de interesse e curiosidade sobre certas peças, como foi com o caso do par de sandálias trazido por Antônia.

Todos os escambos possíveis foram feitos, mas Antônia não fez nenhum. Perguntei se o fato de não ter feito nenhuma troca lhe incomodava de alguma forma, e ela respondeu negativamente. Tomou a palavra e disse que esse processo que eu havia inventado, de trocas a partir de um diálogo, lhe parecia muito interessante. Afirmou ter gostado da experiência e que não trocou por não sentir necessidade disto. Sua expressão para descrever a vivência demonstrava certa singeleza, uma ideia clara e precisa sobre suas impressões. Parecia estar muito convencida que ter saído de casa para tal evento havia sido uma escolha acertada, demonstrava isso com serenidade.

O encontro cessou após poucas trocas e bastante diálogo. Antônia não retornou a outros encontros. Passou a receber a divulgação via e-mail, pois a cadastrei. A outra parceira também não retornou e também foi cadastrada. Quando o espaço-tempo de um encontro do Projeto se encerra não é possível saber se as histórias ali contadas, as situações vividas, as trocas ou o desejo por alguma troca não efetuada, seguem produzindo algum desdobramento. O que posso afirmar é que, como pesquisadora da relação da roupa com o sujeito, me inquietou saber mais sobre a tal sandália trazida por Antônia. Como ela havia narrado, a etiqueta do produto referia-se a uma marca de

produção artesanal, Espedito Seleiro, produzida em Nova Olinda, Ceará. Como cogitei, a palavra “seleiro” refere-se ao tipo de cliente para a qual o modelo da sandália havia sido inventado: o vaqueiro. Iniciada pelo avô do atual dono da confecção, a família fabricou, entre muitos produtos, a sandália usada por Virgulino Lampião. Este objeto tinha uma particularidade: não tinha as pontas arredondadas para dificultar que seus inimigos pudessem distinguir, em seus rastros, a direção em que caminhava; para qualquer lado os passos da sandália marcavam a mesma forma no solo.

Segundo Barroso Neto (1999), por muito tempo as atividades de artesanato brasileiras foram marginalizadas como mercado de produção e, quando contempladas, era por uma ótica assistencialista. Esse autor entende que é preciso que o artesanato acompanhe as transformações do mundo em que é produzido, que os traços de identificação com a cultura regional devem existir, e acompanhar o período histórico em que os produtos estão inseridos a fim de que a produção manufaturada regional saia de uma lógica assistencialista e aproxime-se das demandas do mercado para assegurar a subsistência a sua própria atividade. Ele sublinha a importância de conhecimentos de *design* que os artesãos possuem e superem as restrições à formação acadêmica, buscando o aprimoramento dos produtos do setor em questão.

O documentário (A Sandália de Lampião, Adriana Yañes, 2014) sobre o artesão das sandálias de Lampião mostra que o atelier passou por uma transformação justificada pelas mudanças vividas no mercado e crise econômica. O atual dono da marca e do atelier, Espedito Seleiro, contou que estava prestes a abandonar as características originais dos produtos da marca quando recebeu uma encomenda de uma sandália tal qual seu avô fez para o cangaceiro Lampião. Depois de confeccionada, a encomenda foi exibida por toda a cidade e o resultado foram crescentes encomendas, trazendo junto o resgate dos antigos produtos e a renovação utilitária de outros, impulsionando uma expressiva recuperação do negócio. Seu Espedito, herdeiro do conhecimento da produção, traduz esteticamente o espírito de vaqueiros e jagunços em produtos contemporâneos.

Uma breve pesquisa mostrou meu desconhecimento não só sobre uma marca e sobre o artesanato nordestino, mas escancarou o potencial comercial que renovou a marca. Capturadas pelo objeto diferente, eu e a outra parceira quisemos saber mais sobre a peça, fomos atrás de algum tipo de consumo que desse conta de nossa demanda.

Antônia foi para casa sem peças novas e, por isso abrem-se para mim algumas questões: será mesmo que ela não trocou nada naquele dia? Ou será que viveu a troca de um relato seu por uma experiência de convívio? Teriam sido ampliados os sentidos de sua história a ponto de ela sentir-se compensada, o suficiente, por aquele evento? Questões sem respostas foram despertadas pelo encontro, fazendo-me pensar sobre o que é, o que pode e até onde vai uma operação de troca.

Retornando ao verbete “troca”, o dicionário Houaiss aponta para algo além da permuta e substituição: a confusão entre elementos, a mudança e a transformação. Para pensar sobre o que, no relato sobre o encontro com Antônia, poderia ter mudado ou se transformado. O trabalho de dissertação da artista plástica Thais Graciotti retoma trabalho de vídeo-performance em que conhecidos e desconhecidos são convidados a trocar. A troca é de roupas e lhes era indicado colocar uma peça sua no corpo do outro, mas de forma diferente do usual: uma blusa usada como calça, meia como gorro.... Ao contemplar o gesto de troca produz novos sentidos para o termo, envolvendo desde a *performance*, o olhar para a mesma, a leitura de texto produzido pelos envolvidos no processo (e que foram incluídos na dissertação), os autores-interlocutores que a artista escolhe. As trocas podem ou não ser simétricas. “Um leve desconforto lhe tomará por um instante. O corpo ao trocar entra em trânsito. Um trânsito em suspensão, que experimenta avanços e recuos sem a necessidade de completar nenhum movimento.” (GRACIOTTI, 2009, p. 21) A pesquisa de Graciotti leva a cabo a desconstrução do termo “troca”; causa tontura, desconcerta o leitor, provoca deslizos. Os depoimentos dos “trocantes” da *performance* mostram um modo de experimentar o ato de troca: flexibilizam mais e mais o que pode ser uma troca. “A perda da direção é estar sujeito, mesmo sem clara consciência, a certo desmoronamento de valores e a um esvaziamento aberto a modificações.” (Ibid, p. 27).

A expressão de satisfação de Antônia, naquele encontro do Brechó de Troca, parece apontar para uma assimetria: de um lado o contentamento da parceira, de outro, o desconforto da coordenadora que lhe cedeu atenção e interesse, mas não soube aceitar a singularidade do momento. As práticas do vestir que a parceira traz em palavras-história, vêm como um caso popular. Se multiplicam em imagens de uma avó contando de suas viagens de adolescente aos netos, uma profissional contando como suas experiências de integração acadêmicas permearam sua vida, ou de uma mulher que presenteia uma amiga como uma sandália já obsoleta. Tantas histórias-imagens criadas

para dar conta da potência singularizante das trocas de Antônia com o Brechó de Troca. Ela está na memória, na desconstrução dos conceitos de *design* e de artesanato, na busca por conhecimento, na sensibilização à oferta da troca, na escolha de quando, para que e por que levar minhas peças para troca.

Não se trata aqui de discorrer sobre uma apologia que faça o resgate das produções artesanais brasileiras e que só elas são detentoras de um saber popular acerca dos processos históricos e identitários do país. Tampouco trata-se de uma exaltação a um tipo de saber direcionado ao consumo, aquela que somente algumas pessoas teriam, e que envolvesse sensibilidade para descobrir produções exóticas e de difícil acesso. A presente pesquisa interessa-se por visibilizar o que ocorreu de mais simples neste evento: uma mulher aceita o convite para um evento de trocas que desconhece a dinâmica, leva menos peças do que o proposto, conversa com as presentes e conta uma experiência de sua vida ligada a uma das peças que trouxe, decide não trocar por nenhuma das peças ofertadas a ela, sai satisfeita da experiência. Antônia desperta, com sua simplicidade e modo de se relacionar com sua subjetividade, a alteridade. Em mim, como coordenadora, despertou limite: limite para pensar que cada sujeito faz suas escolhas e que é preciso respeitá-las. Somente afirmando-se como um sujeito, alguém que afirma um modo de consumir que não lhe foi imposto, mas sim cultivado, é que Antônia faz reverberar esta escrita. Uma memória de sua prática do vestir que produz uma imagem duradoura de experiência, que reverbera em atitudes que passo a tomar os encontros¹¹. Sua fala foi serena e disponível, próprias que pessoas que se dispõem a pensar nos exercícios, nas experiências que têm, na disponibilidade que têm em seu corpo e em sua alma¹² para o mundano, da vida, o ordinário. A preocupação é a de apontar que uma experiência de consumo, seja deste tipo de produção ou de qualquer outro, pode produzir uma experiência subjetiva e potente que pode se desdobrar esparramando seu sentido por diversos espaços e t(r)ocando pessoas e coletivos com seu modo singular de expressão.

¹¹As atitudes a que me refiro são de difícil definição. Falam de uma disposição de escutar o desejo das parceiras, de entender que cada uma tem um tempo para demonstrar seu interesse pelas peças apresentadas, que eventualmente é preciso dizer algo e ser firme com atitudes mais vorazes, de insistir para que a palavra circule junto com as roupas. São imprecisões que vão se cultivando no próprio fazer de coordenadora, que se exercitam nos encontros e também na escrita desta pesquisa e em todos os espaços que o BT for ocupar.

¹²Aqui corpo e alma passam a exercer um recurso estilístico que visa poetizar a noção de totalidade do sujeito. Não pretende-se com a expressão nenhuma dicotomização.

Em entrevista a Cristiane Mesquita, Thais Graciotti afirma que “pele, memória e outras instâncias plenas de vida contornam e atravessam não apenas os corpos, mas também os tecidos e as roupas que movem nossas relações. ” (MESQUITA, 2009, p.50) O Brechó de Troca, na figura de sua criadora, passou a pensar que abrir o espaço ao escambo é insuficiente, que trocas outras nos atravessam (a mim, às parceiras, aos locais, ...) e que escrevê-las é poder pensar que modos de práticas do vestir se exercitam neste espaço, e de que modo elas poderiam reverberar. A troca, de posições, de experiências, de histórias, de conhecimento, parece afinar-se com a proposta de Preciosa (2013) para pensarmos no caráter antropofágico da moda brasileira, e de como é irrelevante nos ocuparmos em delinear uma identidade para esta tal qual um espaço de possibilidades. Sobre sua proposta de pensar as operações de uma moda dita brasileira, a autora desenvolve:

Não creio que as criações de Moda estejam dissociadas do exercício de se buscar novos paradigmas éticos e estéticos para se pensar não apenas a criação, mas a própria existência. Afinal, vestimos formas que nos projetam num espaço físico e afetivo, num espaço simbólico de trocas culturais, espaço de invenções e reinvenções subjetivas, e aqui talvez tenhamos um papel relevante. (PRECIOSA, 2013, p.6)

Este espaço de invenções subjetivas é toda a pretensão que almejo com o projeto Brechó de Troca, é claro, e para transformar meia dúzia de histórias em algo potente é preciso, penso, abrir tais histórias e repensar seu modo de propor as trocas, escrever e escrever e escrever. Não se trata de precisar os possíveis efeitos do que eu, Antônia e a outra parceira (posso aqui propor que poderia se chamar Raquel) vivemos naquele encontro, mas de esmiuçar o que ocorreu, de ampliar o olhar e convidá-lo a ocupar tantas posições quanto possíveis a fim de propor nossas histórias e fabulações.

Esta escrita, portanto, ganha novos olhares, reescreve-se, convida autores-interlocutores, pretende ir na contramão do que estamos chamando aqui de *fast fashion*, em direção ao que não está localizado nas lojas de departamentos em 52 coleções anuais, mas no modo de apropriação destes objetos, ou seja, passando por outros lugares, para além de uma *megastore*. São vivências estéreis, que não possibilitam produção de reescritas, pois não se propõem a dar o tempo necessário, a lentidão preguiçosa de uma conversa despreziosa sobre pessoas e roupas, sobre uma menina, sua experiência de intercâmbio dentro de seu próprio país, sua curiosidade pela vida e seu modo sedutor de apontar a potência de uma vivência que poderia passar

despercebida em tantos vôos diretos Porto Alegre – Miami para compras e mais compras e mais compras. Uma cidade como Nova Olinda passa a existir não apenas como sede de um atelier de roupas de vaqueiro que se reinventou, mas como roteiro de passagem de Lampião e de um grupo de estudantes que inclui Antônia, uma gaúcha. Trocas que se multiplicam, são novos modos de praticar modos de se vestir, tocando histórias em nossa pele, inventando novas formas de conhecer as roupas.

A segunda situação de trocas que escolho relatar e discutir, transcorrida no inverno de 2010, é a de um grupo pouco maior que o primeiro, com cerca de oito pessoas. Quase todas as parceiras trouxeram a quantidade sugerida na divulgação, menos Carla, que trouxe um par de botas de chuva e somente isto. Fiz a abertura do encontro em dois tempos, mantendo a proposta metodológica, e as parceiras iniciaram suas apresentações e de suas peças. Neste dia, as parceiras demonstravam seu interesse pelas peças durante a apresentação, faziam perguntas sobre tamanho, textura e outras técnicas. No diálogo entusiasmado, uma fala que aparece com frequência na apresentação de novas parceiras se repete duas ou três vezes: “eu não conhecia o Projeto, então não sabia o que escolher para trazer”. Carla foi uma das que abriu sua fala com esta frase. Entusiasmada como todas as parceiras, mostrou suas botas, e comentou que estavam em desuso e que ela julgava importante não manter sob sua posse peças nestas condições. Na apresentação, ainda contou ser jornalista, que gostaria de cobrir o tema de moda no local onde trabalhava, mas que acabou lotada nas questões rurais. Comentou não gostar do tema, mas que “trabalho é trabalho” e que pretendia satisfazer seu desejo de trabalhar com a moda no futuro. Também elogiou a iniciativa do Brechó dizendo que se interessou em seguir trocando suas peças em um ambiente de bate-papo, de encontro entre pessoas.

Nesse dia, várias peças foram trocadas, as botas de Carla foram barganhadas por mais de uma parceira, mas o escambo não se efetivou. Sempre cordial, ela agradecia as roupas ofertadas nas barganhas e justificava com “infelizmente não caberia no meu quadril” ou “agradeço, a camisa é linda, mas não combina com meu estilo”. Assim como Antônia, Carla foi clara, serena e precisa. O encontro se encerrou após todas as possibilidades de troca. Agradei a presença das parceiras, seu interesse pelo Projeto e nos despedimos.

Cerca de dois meses depois desta edição, Carla me enviou um convite via e-mail. O convite era para um encontro em seu apartamento para aquisição de peças de

roupas e acessórios da qual estava se desfazendo; tinha feito uma seleção de peças que não lhe interessavam mais e que gostaria de doar para pessoas conhecidas, amigos, colegas e afins. Pedia apenas para que cada um levasse algo para comer, para criar uma confraternização em torno daquele momento. Decidi ir ao encontro. Eu e Carla tínhamos uma amiga em comum, também convidada e que me acompanhou no evento. Lá já estavam duas amigas de Carla, sucedidas por uma terceira que chegou a seguir. A anfitriã justificou sua proposta: “neste apartamento moramos eu e Rodrigo, meu companheiro. Temos este armário e não desejo trocá-lo. Se gosto muito de uma peça de vestuário e desejo adquiri-la, o critério é tirar algo do armário para que tudo caiba nele. Decidi convidar vocês para dar um bom destino às roupas”.

Duas amigas de Carla levaram peças para troca e ela referiu ter sido boa a ideia. Eu e Fernanda ainda comentamos que não sabíamos que isso era possível, mas Carla sublinhou que não era necessário, que seu desejo era desfazer-se de tudo o que fosse possível das peças expostas em cima de sua cama e dos sapatos no chão. Peguei três peças de meu interesse, mostrei-as à Carla que me incentivou para que eu as levasse; e outras mais. Conversamos um pouco, conheci as amigas da anfitriã e depois nos despedimos e fui embora junto com Fernanda. Depois deste encontro, Carla não foi a mais nenhum Brechó de Troca. Depois disso estabelecemos contato em redes social virtual e percebi que ela seguiu seu desejo de trabalhar na área de comunicação ligada ao campo da moda.

A pergunta de Carla, antes de apresentar seu par de botas de chuva, repete uma fala constante do Projeto. A divulgação ora explicita minuciosamente, ora não, mas que sempre oferece um contato para que as interessadas possam fazer perguntas e assim elucidar dúvidas antes de ir. Várias pessoas ligam para obter informações, mas destas, poucas chegam a ir ao encontro. Uma parte considerável das pessoas que vão pela primeira vez, não teve suas dúvidas sanadas. Destas, várias retornam ou mantêm algum tipo de contato, seja comigo, seja com os temas que atravessam o Brechó de Troca. Parece-me que, ao proferir uma pergunta, a parceira pode estar questionando tanto o Projeto, o que ele pretende, como ela pode beneficiar-se dele, como a si própria, afirmando que foi a um espaço supostamente de moda (dado seu caráter de **nova** proposta de aquisição e descarte de roupas e acessórios) sem refletir sobre, sem supor o que poderia encontrar, sem ter objetivos ou expectativas, ou ainda, como não se

permitiu o risco de levar quaisquer coisas da qual desejasse se desfazer; peças disponíveis ao escambo.

Mas se esta questão é posta ao grupo diversas vezes, se a dúvida sobre o que levar é tão recorrente, por que escolher a história com Carla para discutir? O que pode haver nela algo que valha a ampliação de um olhar, a possibilidade de trocas e do exercício de novas práticas do vestir?

O maior motivo é a eleição. No que tange aos limites da escrita, do objetivo de uma dissertação, dos prazos para produção de uma pesquisa, é preciso alguma objetividade. As histórias que envolveram Carla e o Brechó de troca parecem ser claras e simples de discorrer, de reescrever. Ainda faltariam elementos do baú da recordação a complementarem as análises para esta produção. Entretanto, o fato de não poder escrever sobre outras situações traz à tona justamente a necessidade de escrita, a afirmação de que muitas histórias passam com aceleração pelo Projeto e que é preciso ter delicadeza para não rechaçar tais memórias, mas, através delas, situar o leitor para a multiplicidade das possibilidades de desdobramento da dúvida sobre o que levar ao BT. Entretanto, sua clareza nos possibilita pensar sutilezas, pensamentos e reescritas ainda sem arremate, mas que nem por isso devem ser desprezadas, assim como os esquecimentos. São ideias que convidam pessoas como Carla a passarem com liberdade pelo Projeto, que sugerem que o uso dele possa ser pontual, mas não efêmero.

Vou até um trabalho da artista Louise Bourgeois, de 1996. A artista tem obras de diferentes tipos e é tida como escultora, mas também produz espécie de instalações que denomina de “células”, cada uma com um tema. Essa que referencio é chamada “Clothes”. Louise é filha de um artesão que recuperava tapeçarias e sua obra tem influência da sua vida envolta em linhas e carretéis, além de ter caráter autobiográfico. Na célula “Clothes”, Bourgeois, a artista, suspende roupas suas em suportes semelhantes aos que seu pai usava para seu trabalho de restauração. Também cria espaços circundados por algo como biombos feitos por janelas; e dentro desses espaços suspende outras peças de roupas. Em algumas delas a artista insere letras com a frase: “The cold of anxiety is very real”¹³ Tal como qualquer obra de arte, seu ato provoca, amplia olhares e convida-nos a desdobrar seus sentidos na medida de nossas

¹³ Minha tradução: “O frio da ansiedade é muito real”.

possibilidades. Escrevo aqui as minhas e alguns alinhavos que pude fazer com as histórias de (não) trocas.

FIGURA 6: FRAGMENTO DA OBRA CELL (CLOTHES) DE LOUISE BOURGEOIS



Suas obras só começaram a ser expostas e reconhecidas quando já tinha quase setenta anos. Bourgeois entende a escultura como um corpo, seu corpo; um casaco suspenso, um corpo que queixa a ansiedade, queixa-se da invasão do tempo: “clothing is... na exercise of memory... It makes me explore the past... how did I feel when I wore that...” (MOMA, 2016). Nesse jogo, de um tempo para existir que oscila entre a ansiedade, e do saber do outro (de seu pai e as linhas e o pimento dos tapetes, do campo da arte que só lhe fez visível depois de anos de trabalho), a artista declara que o casaco não dá conta de um frio metafórico, um frio que é o do distanciamento, um frio que a demanda externa provoca. Pendurado como obra, ele tem mais potência do que

sobre a pele. Com sua Célula, ela inventa uma troca de sentidos, produz metáfora, mas não esquece o que pode uma roupa; ao contrário, inventa uma prática do vestir que ocupa nossa alma lembrando quão extensa pode ser a nossa quando farta de aquecimento, de conforto, de acalanto.

A ansiedade é sintoma contemporâneo e próprio do campo da moda. É uma sensação de taquicardia que persegue aqueles que buscam mais e mais novidades, “pois quem procura acha”, diz o dito popular. São proposições que não cessam de se inventar: novas coleções, modos prescritivos em formato de guia, blog, consultoria, livro, programa de televisão, e ainda marcas mais e mais autorais, projetos sustentáveis etc. Uma infinidade de ideias para vestir que o sujeito demanda e o campo ocupa-se em produzir, em um movimento que confunde papel de consumidor e produtor. É um sintoma que produz um sujeito em sua solidão profunda, mesmo ocupando de forma igual o sujeito ao seu lado. Solidões que não se partilham, que não se interessam em viver em coletividade, produzindo resistência a esses modos de operar produção de subjetividade.

Carla, a jornalista que deseja trabalhar no campo da moda, assim como tantas outras potenciais parceiras, parece desejar “andar na moda”, encontrar uma novidade que sustente a continuidade de seu interesse. Talvez ela ainda não soubesse (e sabe-se lá se isso de fato se materializou) que o campo da moda se desdobra em tantas formas de operar quanto pode nossa imaginação. A sua maneira de aproximar-se deste campo parecia apontar para um desejo de informar coisas sobre este campo, traduzir coisas que ocorrem no mercado, nas passarelas, em projetos, e escrevê-los para um público leigo. O trabalho do jornalista preconiza ser essa ponte. Vivendo-se como ponte, experimentando inventando um encontro com roupas e pessoas, produzindo um conhecimento para si, sobre o que poderia fazer ou não com suas roupas indesejadas, Carla parece ter sido via de uma construção de si. Parece ter entendido que o descarte pode ter diferentes modos de ser, que uma informação de moda pode ser praticada de diferentes maneiras. Essa compreensão pode ter sido gatilho em uma produção de si, ser jornalista. Assim como a moda foi acelerada, mas nem por isso efêmera, pois costuraram partes de Carla, inventaram um ser jornalista de moda que passa pela contaminação com a notícia. Sem frieza ou ansiedade, apenas ato contínuo e um punhado de trocas.

Antônia, uma estudante intercambista que circula pelo BT, e Carla não têm uma história parecida em suas ocupações no Brechó de Troca. Enquanto Carla vagava em deslize por experiências que pudessem jogá-la à possibilidade de viver de moda, Antônia viveu a moda sem precisar dela. Produções distintas, mas ainda assim produções. Formas de viver, de exercitar, seja no BT, antes ou depois dele, práticas que levam a uma ampliação do que significa vestir-se. Cultura produzindo novos sentidos para a profissão de jornalista, que possibilita que experiências podem ser partilhadas, transformando vidas. Nesta troca de significados, invenção de verbetes, talvez seja possível afirmar que, nestas situações, a moda foi escutada, falada e vista, que as parceiras vestem cultura.

3 COSTURAS

A escrita da pesquisa, amparada por um caminho, um modo de percorrer o material proposto, foi tecendo algumas situações do Projeto que mais ou menos se prestam a discutir os objetivos propostos. No início do trajeto foram pensados pelo menos seis situações que abraçavam a ideia de responder um problema. Mas as guinadas da marcha ré, percorrida em ziguezague, foram descartando desvios que mais buscavam florear o caminho do que manter a ordem de prioridade do percurso: chegar a um destino. O que poderia produzir uma disciplina que historicamente veio compondo-se e dobrando-se à noção de uma interioridade, de um componente inconsciente dos sujeitos que poderiam produzir um “por traz de”, um oculto, a partir de um elemento supostamente tão exterior como a roupa?

Nesta pesquisa, o que pretendi foi costurar uma posição profissional com um olhar para o campo da moda. Descrever um Projeto, traduzir os motivos de produção dele para, a partir disso, problematizá-lo. Foi primeiro necessário assumir o quanto a publicidade é recurso inegavelmente constituinte de trabalhos com projetos. Trazer os materiais-guia à tona, olhar para os *flyers*, foi importante para iniciar uma discussão acerca dos recursos de visibilização que vim criando para tornar conhecido o Projeto para um grupo que sustentasse sua existência. É preciso olhar para suas práticas para afiná-lo mais com a proposta do que com o usual efêmero do campo midiático de que a moda se vale. Lembrar que sua proposta é datada de um espaço-tempo próprio em que a efemeridade do *fast fashion*, que imprime um modo prescritivo divulgado aos quatro cantos, é pressuposto para pensar em como valer-se dos recursos midiáticos.

Mas me pergunto se a busca por visibilidade do Projeto também poderia ser pensada como busca por visibilidade do olhar de uma psicóloga social para o campo da moda como possibilidade de pesquisa e intervenção. Se os incômodos dos efeitos do modo *fast fashion* de operar as práticas do vestir no contemporâneo foram impulsionadores para que eu montasse o Projeto, pensá-lo (como objeto de pesquisa) pode ser um modo de dar forma a esse incômodo? Movimentos micropolíticos passam a existir a partir de ações como que por causas, partilhadas como algo possível. Penso ser pertinente olhar para o modo como vem sendo cuidadosamente preparada e em constante mutação a divulgação do BT. Será que suas alterações vêm oferecendo

maiores chances de um incômodo passar a ser coletivo? É possível pensar que estratégias de publicização se prestem tanto como esforço de existência ético-política como modo de afirmação de um campo de ação e pesquisa do campo da Psicologia Social?

Além do olhar para a estratégia em si, a busca da elaboração e veiculação de *flyers* do Projeto, o modo de construção dos mesmos poderia ser olhado, o modo de tornar claro a quem o observa, poderia manifestar não apenas uma abertura às discussões acerca da visibilização, mas talvez ainda outra que se abra para uma noção de ampliação da ideia de troca. Se a imagem for potente em uma direção de abertura, traduzindo o convite às trocas, talvez seja possível pensar tal conceito, sua inserção na concepção do Projeto, desde sua divulgação até os possíveis desdobramentos dos encontros. O que pode, o que é uma troca? Só se faz troca de roupas em um grupo de escambo desses objetos? O que podem os sujeitos que se dispõem a frequentá-lo?

Pensar nesta lógica de alcance parece perpassar também a busca por lugares que acolhessem o BT. O local, assim como o Projeto, ainda precisa ser construído. Experimentar o quanto é possível permitir afetar-se pelas operações do local e, ao mesmo tempo, manter-se em constante incômodo com os engessamentos do *fast fashion*. Das imposições da vida, dos desejos de construção de rede: ser psicóloga e inventar um Projeto com roupas que tenha visibilidade demanda esforço de ocupar lugares e produzir junto com eles.. Se um local é mais acolhedor do que o outro, se possibilita novas experimentações para o Projeto, pois nem sempre a realidade proporciona continuidade na parceria. O que esta situação de pesquisa parece apontar é uma discussão do quanto a afirmação de uma posição ético-política assumida pelo BT, de constante exercício à disponibilidade de transformação, de troca com o que o mundo oferece em seu processo pode mostrar que muito pouco pode se sustentar; mas que mesmo assim valerá se seguir produzindo situações de experiências coletivas com os espaços, de A a O, e com quem o frequenta.

Para olhar, entretanto, para a relação com os locais é preciso também olhar para o modo como a interferência da mídia foi se dando em cada um. O quanto este canal de captura dos processos de produção de subjetividade pelo vestir pode ter mais ou menos abertura em quais locais. O quanto o local passa a dar certo respaldo à coordenação e possibilita novas posições sobre o Projeto perante olhares vorazes de consumo de imagens midiáticas efêmeras. Os locais ainda parecem mostrar o quanto o não-

fechamento deste canal é exercício constante de busca da manutenção de uma posição ético-política ainda sem eficiência desejada, mas já vislumbrando novas posições nesta relação: construção de um tecido depende da dedicação a ele, e não a outros.

E se não é na imagem sobre o Projeto que se produz um hábito, um exercício que inventa produções de subjetividade singulares com as roupas, talvez na insistência-invenção de espaços-tempos dentro do Brechó de Troca se possibilite esta experiência. A invenção do limbo passa a tensionar os espaços-tempos ocupados pelas peças de roupas levadas aos encontros. Pensar o quanto esta criação mantém um caráter utópico, de rompimento da lógica de aceleração do consumo de moda, pode ser ansiogênico. Ao invés disso, a discussão do que esta invenção pôde produzir buscou certa manutenção ou atualização da vivência deste novo espaço-tempo para o vestir. Seguir escrevendo, relatando, discutindo sobre o que o BT cria amplia suas possibilidades de existência. Entretanto, a vontade de ir além, escrevendo sobre seis situações em que perpassam esta criação, e compartilhá-las com interlocutores, me parece uma direção não para a resposta ao problema de pesquisa, mas ao menos a marca da posição ética e política de insistência em visibilizar algumas destas memórias.

A fragilidade das afirmações acerca da potência das trocas, das reverberações, dos desdobramentos e também das críticas ao modo de operar a publicidade e outros elementos atravessados no BT podem falar de um lugar onde ele se situa: em uma margem tênue entre um projeto de Psicologia e uma proposta do campo da moda. O fato de estar transversalizado pelos dois campos de saber-fazer, parece fazer de suas ações algo necessariamente mutante. Para que o elemento “roupa” passe a firmar-se como mote, como atratividade para aproximação de parcerias, me parece, em um primeiro momento, impossível descolar a noção de moda, dado que o objeto-roupa tem em si elementos de efemeridade: analisar um casaco, por exemplo, é um exercício que trará dezenas e dezenas de informações, podendo ser alimentadas pelo contexto em que ele se apresenta, que denotam camadas, superfícies de saber sobre o objeto que vão se depositando, mas nem por isso transformando-o, produzindo novos sentidos. Um casaco pode revelar saberes técnicos, outros sociais atrelados, outros históricos; mas se não puder ser visto como objeto incompleto passará a reduzir sua função ao consumo, à efemeridade, estando ele em um guarda-roupa, vitrine, editorial de moda ou museu.

A ideia de ser mutante é para tentar sublinhar que, falar de roupa significa falar de moda, mas não somente. Um movimento que seja estanque, muito lento ou sem

disposição pela mudança, seria engolfado pelo ritmo da moda. A mutação aqui deve ser pensada como um movimento de “correr por fora”, de fazer um outro traçado que o do campo da moda, mas inspirado em suas ferramentas, suas estratégias. Um movimento que se inspire nele, mas que não se disponha a aceitar seus modos efêmeros de práticas do vestir. Um movimento que use a transgressão, o humor e outras estratégias mundanas para desfocar da efemeridade e focar na visibilização das situações de produção de subjetividade.

Talvez não seja possível uma intercessão dos campos da moda e da intervenção da psicologia social. Talvez o incômodo do olhar psi ao campo da moda tenha se posto como ponto de partida para modos de produção de subjetividade que subvertam-no. Não me parece útil ocupar-me de um esforço de justificar que ações do Brechó de Troca possam ter recolocado o problema da efemeridade do consumo de moda, do uso dela. É mais fecundo pensar que questões as ações do BT produziram com os sujeitos, que se tentaram parceiros, e suas roupas; pensar se os desdobramentos sugeridos aqui nos relatos produziram efeitos outros que não falem ao funcionamento reprodutivo de ações de moda. Aqui vale lembrar os esforços não alcançados por esta pesquisa; a análise do processo grupal, por exemplo, como mais do que um elemento atravessador, mas fundante da proposta, não pôde ser contemplada e pensa-se em analisá-lo posteriormente em outras pesquisas sobre o BT. O grupo foi condição desejosa para a formulação de uma metodologia que sustentasse os objetivos do BT e, por isso, seus processos interessam para serem escritos e problematizados. Outros temas e conceitos poderiam ter sido debatidos; a questão de gênero, por exemplo, embora presente na escolha da palavra “parceira”, no feminino, não desdobra a realidade das tentativas de convidar públicos tão heterogêneos quanto possível. Estratégias de convite ao público masculino foram feitas sem sucesso e sem investigação do motivo. Pensar acerca do sentido de a moda seguir sendo produzida para mulheres (aqui sequer me arrisco a abrir a discussão de tal público é cis ou trans, dada relevância e seriedade da questão) me parece muito importante para o futuro das reflexões do BT sobre suas estratégias de publicização e metodologia.

Foram quatro situações (desdobradas em outras), pinçadas de 7 anos, três meses (e contando), de Brechó de Troca. No exercício do bordado de luxo, de *haute couture*, pouco espaço há para lantejoulas que caem quando pinçadas para serem penetradas pela agulha que as aloca junto ao tecido a bordar. Alguns vídeos de publicidade deste tipo de

marca de design de moda mostram o movimento preciso deste tipo de ofício: o erro não é desejado. Mas os relatos das bordadeiras afirmam que o custo de tamanha precisão são dedos feridos pelas agulhas. Cá com meus botões, penso que estas bordadeiras de luxo devem pensar, quando feridas, algo como “ainda bem que meu sangue não borrou o tecido”: é uma indústria feroz. Em minha pesquisa não é possível precisar ainda, dado a proximidade de todo o processo, do envolvimento até o talo, se pingos de sangue escorreram borrando o texto. Se imprecisões conceituais, costuras precoces, análises imprecisas fizeram desta pesquisa algo ainda superficial, frágil ou mesmo descartável. O que consigo vislumbrar é que, do lado de cá do olhar da escrita, algumas lantejoulas não foram afixadas (pelo menos duas situações pulularam desejosas por serem relatadas e analisadas) no tecido do texto. E que com este desejo incompleto, com movimentos ainda imprecisos, furos nos dedos com a agulha foram feitos.

A diferença do corpo infantil, que entendia que a moda era ofício que merecia esforço e, por isso, alguns dedos foram alfinetados pela imprecisão, para este agora de pesquisadora em formação, é que entendi que a busca por parcerias produz cicatrizações eficientes. Isto porque o coletivo, a alteridade, os interlocutores, são provocadores para novos bordados. São novas pinçadas a serem cuidadosamente escolhidas para composição de novos trajés. E, para seguir bordando novos tecidos, com o mínimo de lantejoulas de desperdício, o mais relevante me parece seguir suportando não-respostas e produzindo mais e mais escritas de um trabalho que não pode cessar em pensar-se; dado que desejo seguir em sua ação.

REFERÊNCIAS

Abecedário de Gilles Deleuze Parte 3 M-Z. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WenlFB3pbso> Acesso em: 05 mai. 2016.

A sandália de Lampião. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1DQsUNOWv14> Acesso em: 16 mar. 2016.

AGAMBEN, G. *O que é o contemporâneo? E outros ensaios*. Chapecó, SC: Argos, 2009.

BARNARD, M. *Moda e Comunicação*. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARROSO NETO, E. *Design, identidade cultural e artesanato*. Primeira Jornada Iberoamericana de *Design* no Artesanato, 1999.

BARTHES, Roland. *Sistema da Moda*. São Paulo: Ed. Nacional: Ed. da Universidade de São Paulo, 1979.

BAVCAR, E. A imagem, vestígio desconhecido da luz. In: NOVAES, A. (org) *Muito além do espetáculo*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

BERLIM, L. *Moda e Sustentabilidade: uma reflexão necessária*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

CALLAN, G.O. *Enciclopédia da Moda*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

CALVINO, I. *As Cidades Invisíveis*. Rio de Janeiro: O Globo, 2003.

CAMPANHA DO AGASALHO Disponível em: <http://www.rs.gov.br/lista/1354/campanha-do-agasalho/foto199638> Acesso em: 23 mar. 2015.

CIETTA, E. *A Revolução do Fast-Fashion: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

COIMBRA, C; BOCCO, F.; NASCIMENTO, L. Subvertendo o conceito de adolescência. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, v. 57, n 1, p. 2-11.

DELEUZE, G. Foucault. São Paulo: Brasiliense, 2013.

ECO-92. Wikipedia. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/ECO-92> Acesso em: 30 nov. 2014

- FLÜGEL, J.C. *Psicologia Del Vestido*. Buenos Aires: Editorial Paidós, 1964.
- FONCESA, T.M.G.; COSTA, L.A.; MOEHLECKE, V.; NEVES, J.M. O Delírio como Método: a poética desmedida das singularidade. *Estudos e Pesquisa em Psicologia*, UERJ, ano 10, n.1, p.169-189, 2010.
- FONSECA, T.M.G.; NASCIMENTO, M.L.; MARASCHIN, C. (org.) *Pesquisar na diferença: um abecedário*. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- FONTENELLE, I. A. O fetiche do eu autônomo: consumo responsável, excesso e redenção como mercadoria. *Psicologia & Sociedade*, 22 (2), Cidade: Editora, 2010, p. 215-224.
- FOUCAULT, M. *A coragem da verdade: o governo de si e dos outros II*. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011.
- FOUCAULT, M. *A hermenêutica do sujeito*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- FOUCAULT, M. *Nascimento da biopolítica*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- FOUCAULT, M. O sujeito e o poder. In: DREYFUS, H.; RABINOW, P. *Michel Foucault, uma trajetória filosófica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995, p. 231-249.
- FOUCAULT, M. Poder e Saber. In: *Ditos e Escritos IV – Estratégia Poder-Saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1996, p. 223-240.
- GRACIOTTI, T. Trocas [e silêncios]. Disponível em: http://www.sapientia.pucsp.br/tde_arquivos/22/TDE-2009-07-22T07:28:25Z-8115/Publico/Thais%20Graciotti%20Pontes.pdf, p. 215-224. Acesso em: 17 mar. 2016.
- GUERRA, C. Hoje Vou Assim. Disponível em <<http://www.crisguerra.com.br>> Acesso em: 20 fev. 2015.
- HENNIGEN, I; GUARESCHI, N. A Subjetivação na Perspectiva dos Estudos Culturais Foucaultianos. *Psicologia da Educação*, São Paulo, n.23, 2006/2, p.57-74.
- HOUAISS, A. *Minidicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2010.
- HUR, D. Da biopolítica à noopolítica: contribuições de Deleuze. *Lugar Comum*, Rio de Janeiro, n. 40, p. 201 – 215, 2013.

LAVER, J. *A roupa e a moda: uma história concisa*. São Paulo: Companhia das Letras: 1989.

LATOURE, B. O que é Iconoclash – ou, há um mundo além da guerra das imagens? *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 14, n. 29, p. 111-150, jan/jun 2008.

LAZZARATO, Maurizio. *As revoluções do Capitalismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

LEVENTON, M. (org.) *História ilustrada do vestuário: um estudo da indumentária, do Egito antigo ao final do século XIX, com ilustrações dos mestres Auguste Racinet e Friedrich Hottenroth*. São Paulo: Publifolha, 2009.

LIPOVETSKY, G. *O império do efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, G; ROUX, E. *O luxo eterno*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MESQUITA, C. Políticas do Vestir: recortes em viés. Disponível em: <http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=8152> Acesso em: 17 mar. 2016.

MESQUITA, C. Pistas para um método ziguezague: trajetos entre fluxos vestíveis e design de moda. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/6-Coloquio-de-Moda_2010/71889_Pistas_para_um_metodo_ziguezague_-_trajetos_entre_flux.pdf> Acesso em: 17 mar. 2016.

MESQUITA, C. Biopolíticas da Aparência. *Anais 4º Colóquio de Moda*. ABPEM, 2008. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/4-Coloquio-de-Moda_2008/42862.pdf> Acesso em: 20 mar. 2015.

MESQUITA, C.; GRACIOTTI, T. *Ziguezague: trocas*. Dobras (Barueri, SP), v. 3, p. 48-50, 2009.

MESQUITA, C.; PELBART, P.P. *Ziguezague: A ética do tempo*. Dobras (Barueri, SP), v. 3, p. 19-21, 2009.

MOMA. Louise Bourgeois: the complete prints & books. Disponível em: <<http://www.moma.org/explore/collection/lb/index>> Acesso em: 12 abr. 16

MURANO. *Revista Ventura*, Rio de Janeiro, n. 21, set-nov. 1992.

- NICOLACI-DA-COSTA, A.M. O Cotidiano nos Múltiplos Espaços Contemporâneos. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*. set.-dez. 2005, v. 21 n. 3, p.365-373.
- ORLANDI, L. Acerca do Ziguezague. In: *Moda em Ziguezague: interfaces e expansões*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.
- PASSOS, E; KASTRUP, V.; ESCOSSIA, L. (org.) *Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade*. Porto Alegre: Sulina, 2010.
- PEIXOTO JUNIOR, C.A. *Singularidade e subjetivação: ensaios sobre clínica e cultura*. Rio de Janeiro: 7Letras: Editora PUC-Rio, 2008.
- PEIXOTO JUNIOR, C.A.; LAUREANO, P.S. Dois Desejos, Dois Capitalismos. *Revista Lugar Comum – Estudos de Mídia, Cultura e Democracia*. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Laboratório Território e Comunicação – LABT e C/ESS/UFRJ, n.37-38, maio-dez. 2012.
- PRECIOSA, R. *Com que roupa eu vou*. 2008 (texto para catálogo de exposição).
- PRECIOSA, R. Mudar, Parecer e seus Possíveis Desígnios. In: *Styling e criação de imagem de moda*. São Paulo: Editora Senac, 2012.
- PRECIOSA, R. *Rumores discretos da subjetividade: sujeito e escritura em processo*. Porto Alegre: Sulina: Editora da UFRGS, 2010.
- PRECIOSA, R. Moda Brasileira, lugar de contaminações. *Anais 9º Colóquio de Moda*. Abepem, 2013. Disponível em <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda_2013/ARTIGOS-DE-GT/Artigo-GT-Moda-e-Territorios-de-Existencia-processos-de-criacao-e-subjetivacao/Moda-Brasileira-Lugar-de-Contaminacoes.pdf> Acesso em: 12 abr. 2016.
- PRECIOSA, R.; BRANDAO, L. Da criação autoral à anônima: expandindo o conceito de criação. *Cultura Visual*, v. 17, p. 39-49, 2012.
- RS LANÇA "CAMPANHA DO AGASALHO 2012" Disponível em: <<http://portoalegrenacopa.blogspot.com.br/2012/06/rs-lanca-campanha-do-agasalho-2012.html>> Acesso em: 5 abr. 2015.
- ROCHE, D. A. *Cultura das aparências: uma história da indumentária (séculos XVII – XVIII)*. São Paulo: Editora Senac, 2007.

SANT'ANNA, M.R. *Teoria de moda: sociedade, imagem e consumo*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

SANT'ANNA, M.R. Criação do Prêt-à-Porter, História, Contexto e Crítica. *Anais 1º Colóquio de Moda*. ABPEM, 2005. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/1-Coloquio-de-Moda_2005/COMUNICACOES-R_Z.pdf> p. 48-67. Acesso em: 10 fev. 2015

SANT'ANNA, M.R. Poder e Aparência - incontornáveis questões da teoria de moda. *Anais 4º Colóquio de Moda*. ABPEM, 2008.

SEBRAE. *Brechós – um segmento em expansão*. Disponível em <<http://varejosebrae.blogspot.com.br/2014/07/brechos-um-segmento-em-expansao.html>> Acesso em: 20 fev. 2015.

SILVA, R.N. A Individualização do Social. In: *A invenção da Psicologia Social*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2005.

STALLYBRASS, P. *O casaco de Marx: roupas, memória, dor*. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2008.

TESSLER, E. Da casca de laranja do casaco do pai: o corpo torturado de Louise Bourgeois. In: KEIL, I; TIBURI, M. (orgs) *O corpo torturado*. Porto Alegre: Escritos Editora, 2004.

ZEVS. Disponível em: <https://br.pinterest.com/berlinstreet/zevs/> Acesso em: 12/04/16

WIKIPEDIA. ZEVS. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Zevs_%28artist%29> Acesso em: 12 abr. 2016.

A N E X O

ANEXO: Fragmento do relato-guia

LISTAGEM DESCRITIVA DOS ENCONTROS DO BRECHÓ DE TROCA

2009

Janeiro – Local A

Participantes: seis (entre eles um homem)

Estratégia: ***Os participantes são convidados a levar— apresentado no *flyer* de divulgação enviado via e-mail e afixado na semana anterior no local onde aconteceu — ***de 5 a 10 peças de roupas e/ou acessórios ~~por participante~~, Cadeiras dispostas em ***círculo***~~roda~~, duas mesas (uma para pequeno lanche e outra para receber as peças), etiquetagem das peças (para identificação do dono), abertura em duas partes (~~acolhimento— em que contei sobre minha motivação para criar e produzir o Projeto— explicação da dinâmica~~), desenvolvimento (~~apresentação das peças por cada participante falando sobre cada uma das peças que trouxe, experimentação das peças de interesse, barganha e trocas~~) e fechamento (agradecimentos). ***A primeira parte do acolhimento, desde o primeiro encontro até hoje, consiste em dar boas-vindas ao evento, explanar sobre temas, discussões, polêmicas ou informações em que a moda no contemporâneo seja o centro.

Observações: ***Neste dia, por ser o primeiro, escolhi (na abertura) relatar os motivos que me pareciam ter levado a produzir o evento. Falei de minha formação como psicóloga, meu interesse na maneira como adquirimos nossas roupas e de como, me parecia, na maior parte das vezes por compras em lojas como Renner e C&A. Acrescentei que minha vontade de trabalhar com grupo e de pesquisar o assunto. E ainda disse que esperava que este espaço fosse campo de análise de um projeto de mestrado e de doutorado. A segunda parte da abertura segue até hoje (com exceção dos encontros em que todas as parceiras já vieram ao menos uma vez) da mesma forma: explico como é a dinâmica do encontro. Digo que cada participante deve apresentar-se (como bem entender) e mostrar todas as peças que trouxe e, a cada uma contar algo sobre. A fala sobre a peça também é livre. Depois o próximo participante fala, e o outro, até que todos vejam as peças de todos. Após as pessoas experimentam as peças de seu interesse e, no final, acontecem barganhas e trocas. Ofereço-me como mediadora em

todas as partes do processo. O fechamento é um agradecimento pela presença de todos e, no final, recebo o valor dos ingressos. Neste dia as pessoas aconteceram ***cerca de 4 trocas por participante. O participante do sexo masculino fez uma troca, de camiseta sua por uma blusa feminina. Justificou sua troca: um presente para sua dinda.***A pessoa que ficou com uma de suas camisetas referiu ser uma ótima aquisição para seu filho, em fase de crescimento. As apresentações são tímidas, todos falam pouco e dirigem, tanto suas apresentações como a das peças que trouxeram, para mim. Procuo “devolver” com o olhar, encorajando-os a falar. Todos repetiram a mesma fala “não sabia **o que deveria** trazer”. E, em pelo menos uma peça por participante, foi referido “não estou usando mais e resolvi passar adiante”.

Fevereiro – Local A

Participantes: três

Estratégia: Idem anterior (menos etiquetagem das peças). Na abertura repetição tanto da fala sobre motivações como a explicação da dinâmica. ***Fui mais sucinta do que no primeiro encontro, pois duas participantes se repetiram, foram nestes dois primeiros encontros. Julguei que dar atenção a nova participante, no sentido de tornar claro o que estávamos fazendo ali, era importante.***

Observações: Duas participantes se repetiram. A maior parte das trocas foram entre uma destas e a “nova”. Ambas trouxeram peças de tendência de moda, ***roupas que poderiam ter estado há pouquíssimo tempo em alguma vitrine de loja de *fast fashion*, ou então em revistas especializadas.*** A outra participante também trocou, porém menos. A “nova” participante referiu ter comprado algumas de suas roupas em uma viagem “de mochila” pela Europa. As outras duas falaram menos, de forma mais econômica, de seus itens.