



16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

## A moda sustentável numa perspectiva antropológica

*Sustainable fashion from an anthropology perspective*

Nascimento, Luana; Mestra em antropologia; Universidade Federal do Bahia,  
luananascimento.vieira@gmail.com<sup>1</sup>

**Resumo:** O artigo, baseado numa etnografia urbana, apresenta as principais reflexões sobre a rede de criadores (as) de moda de Salvador. Partindo de um evento, a Feira da Cidade, e acompanhando os trajetos dos (as) interlocutores (as) em seus cotidianos de trabalho foi possível compreender as noções contemporâneas de moda vinculadas à posicionamentos políticos diversos pautados em princípios sustentáveis, étnico-raciais e de gênero.

**Palavras chave:** moda, sustentabilidade, cidade, rede, circuito.

**Abstract:** The article is based in an urban ethnography and presents the main reflections about the fashion creators network in Salvador. The research started from an event, Feira da Cidade, and followed the interlocutors' daily work, making it possible to understand the contemporary notions of fashion linked to a variety of political positions built around principles of sustainability, ethnic-racial and genre empowerment.

**Keywords:** fashion, sustainability, city, network, circuit.

---

<sup>1</sup> Mestra em Antropologia pelo PPGA - Universidade Federal da Bahia (2018). Possui graduação em Ciências Sociais - habilitação em Antropologia - pela Universidade Federal da Bahia (2016) e Bacharel em Design de Moda pela Faculdade da Cidade do Salvador (2010). Pesquisa os seguintes temas: cidade, moda, sustentabilidade e consumo.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

## **Introdução**

Esta comunicação apresenta as principais análises e resultados da pesquisa realizada no mestrado em antropologia que teve como objetivo central mapear a rede de designers de moda de Salvador, a partir de uma feira local, com a finalidade de compreender os sentidos da moda dos (as) expositores (as).

O intuito inicial do projeto era realizar o trabalho de campo apenas na Feira da Cidade, porém, na metade do período da pesquisa empírica o evento ficou embargado pela prefeitura. O que num primeiro momento apresentava ser uma limitação, tornou-se uma possibilidade de aprofundamento das relações com as interlocutoras, sobretudo, ao acompanhar os seus trajetos em outras situações urbanas, tais como: lojas colaborativas, outras feiras, eventos culturais e ateliês.

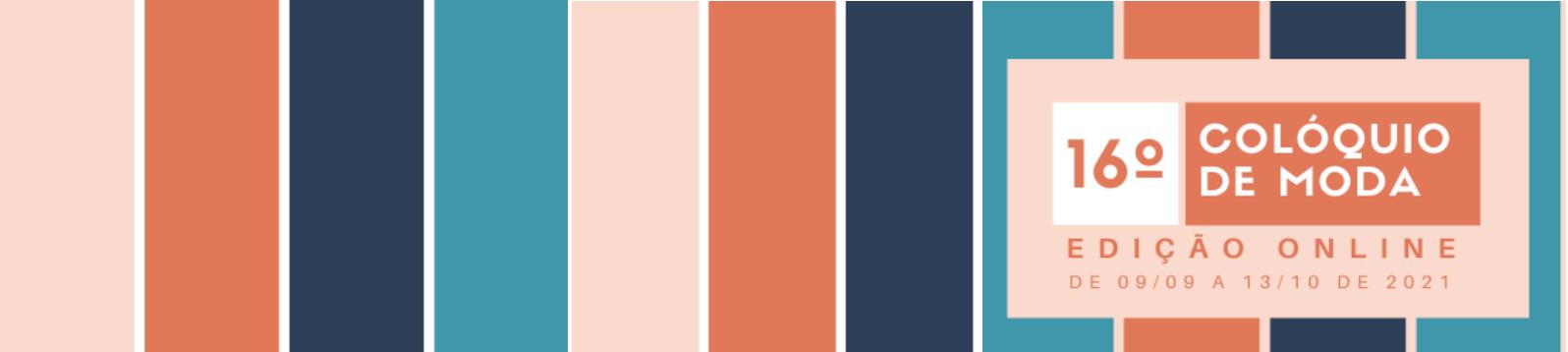
Assim, através de uma abordagem qualitativa, baseada em metodologias como a observação participante e entrevistas semi-estruturadas, foi possível tecer uma rede conformada por um mercado diverso com relação aos perfis laborais (artesãs, estilistas, ourives, artistas, designers de moda), e composta por circuitos da moda independente, destacando-se o sustentável e o afroempreendedor.

O circuito da moda sustentável foi identificado a partir do evento Fashion Revolution Salvador, tendo como questões centrais o combate às explorações trabalhistas nas fábricas têxteis, que acometem sobretudo às mulheres, e as degradações ambientais provocadas pela indústria da moda. Outro evento importante identificado na pesquisa foi Afro Fashion Day, o qual articula profissionais do circuito afroempreendedor, os quais reivindicam por uma maior representatividade negra na moda.

A noção de circuito adotada na pesquisa teve como inspiração a categoria analítica desenvolvida por Magnani (2014) ao realizar etnografias urbanas. O antropólogo define o circuito enquanto “configuração espacial, não contígua, produzida pelos trajetos de atores sociais no exercício de alguma de suas práticas, em dado período de tempo” (MAGNANI, 2014, p. 9).

A noção de rede foi fundamentada a partir da definição de Michel Agier, o qual afirma que “nas redes circula um conjunto de ideias, valores e normas que permitem o





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

seu funcionamento” (AGIER, 2011, p.80). O autor apresenta, também, a perspectiva situacional, a qual propõe uma antropologia simbólica e social dos espaços urbanos através do deslocamento do ponto de vista da cidade e de seus equipamentos para os cidadãos, a partir das situações que ocorrem nas interações entre as pessoas.

A perspectiva comunicacional e polifônica teve como base teórico-metodológica a proposta desenvolvida por Canevacci (2004). Este autor contribuiu para suscitar as reflexões acerca da cidade de Salvador, do ponto de vista dos novos sets de produção e consumo performativo, onde as pessoas circulam não somente para realizar compras, mas também, para vivenciar novas experiências coletivas em diversos espaços da cidade.

Em suma, o nexos analítico que entrecruza sustentabilidade, moda e cidade consistiu na principal contribuição desta pesquisa. A originalidade se deu numa abordagem temática ainda pouco explorada no campo da antropologia: a análise do mercado de moda a partir dos (as) criadores (as) e suas manifestações políticas.

### **Antropologia e moda: reflexões sobre a rede de criadores (as) de Salvador**

O título deste primeiro tópico corresponde ao nome da dissertação desenvolvida ao longo do mestrado<sup>2</sup>. O ponto de partida desta pesquisa foi o trabalho realizado na graduação<sup>3</sup>, a monografia intitulada por “Antropologia e moda: reflexões a partir uma designer de acessórios”.

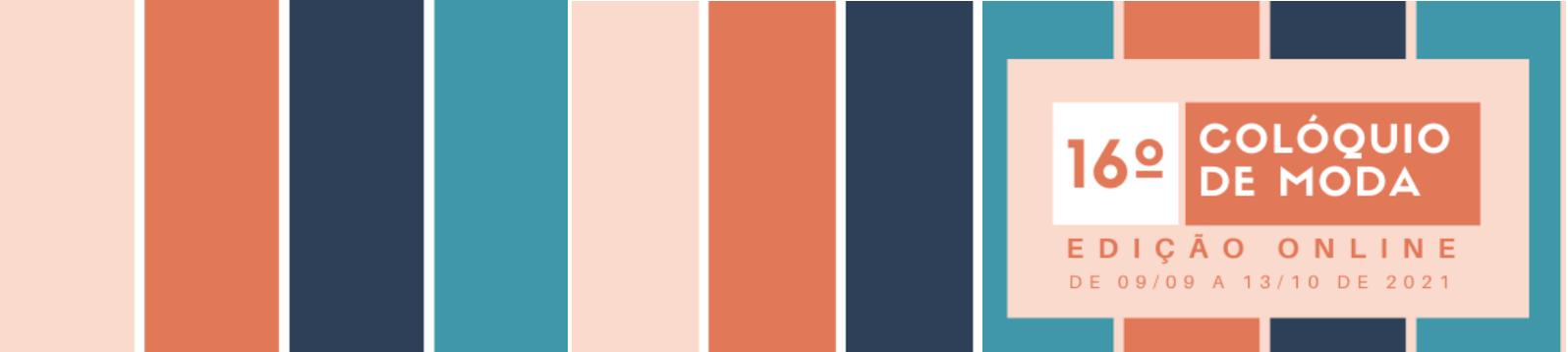
Neste primeiro momento, investiguei três instâncias de uma marca de Salvador, a Andrômeda Acessórios, os seus processos de criação, confecção e comercialização de brincos, colares, pulseiras e bolsas. A pesquisa qualitativa, que durou um ano, perpassou pelo ateliê da designer, que também era a sua casa, lojas e feiras de gastronomia e moda, à exemplo da Feira da cidade.

---

<sup>2</sup> NASCIMENTO, Luana. Antropologia e Moda: reflexões sobre a rede de criadores e criadoras de Salvador. 2018. 121f. *Dissertação* (Mestrado em Antropologia) — Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2018.

<sup>3</sup> NASCIMENTO, Luana. Antropologia e Moda: reflexões a partir de uma designer de acessórios. 2016. 80f. *Monografia* (Graduação em Ciências Sociais – Bacharelado em Antropologia) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

A Feira da Cidade foi o ponto fundamental de transição entre uma pesquisa e outra. O projeto de continuação para o mestrado se deu justamente ao perceber que havia uma articulação da primeira interlocutora com outras marcas de Salvador. Especialmente, no sentido de conformarem uma rede de criação mais próxima ao modelo de produção definido por *slow fashion*<sup>4</sup>.

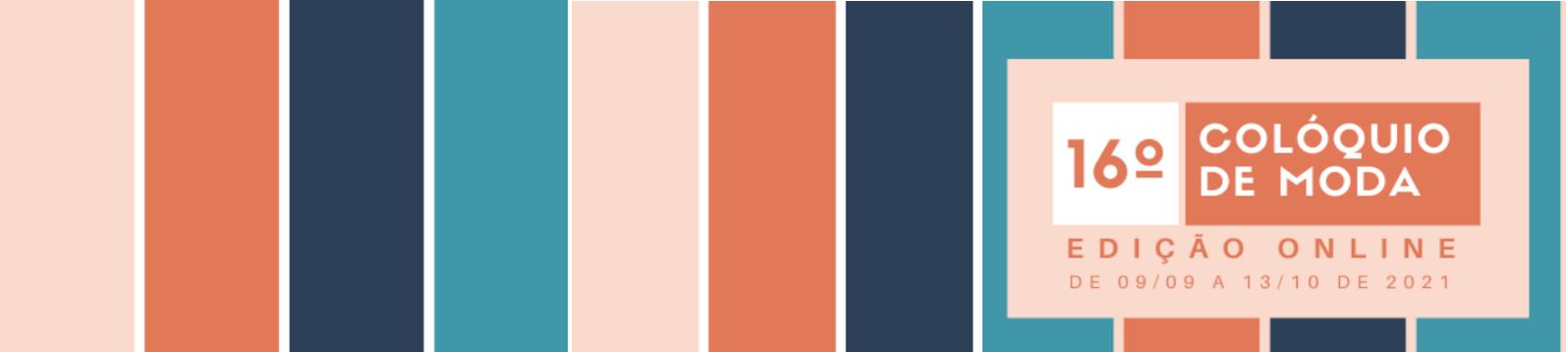
A ideia inicial do projeto era realizar uma pesquisa em profundidade com os (as) expositores (as) de vestuário, porém, o fato da Feira da Cidade ficar embargada por quatro meses, devido a problemas com a prefeitura, fez com que eu tivesse que seguir com outros rumos para o trabalho de campo. Diante disso, antecipei os passos seguintes à inicial observação participante na Feira, ou seja, passei a ir em outros lugares em que os expositores (as) mapeados (as) no evento circulassem pela cidade, tais como: espaços de comercialização, outras feiras, lojas colaborativas, ateliês, encontros profissionais da área, rodas de conversas, espaços culturais e eventos. Para depois deste período, retornar ao evento e realizar a etapa final da observação participante com os (as) interlocutores (as) em seus estandes.

Ao longo destes trajetos percorridos, fui percebendo que a diversidade presente na rede não se dava apenas às diferentes categorias laborais apresentadas, mas também, devido aos processos criativos, produtivos e de posicionamentos políticos vinculados as marcas. Fui tecendo, assim, uma rede (AGIER, 2011) heteróclita composta por circuitos (MAGNANI, 2002) da moda independente. Dentre os circuitos mapeados: da alfaiataria, das estilistas consagradas, de cooperativas têxteis, das marcas comerciais, o afroempreendedor e o sustentável foram mais expressivos no momento da pesquisa.

---

<sup>4</sup> Segundo Neder (2016) diferentemente das *fast fashions*, o *slow fashion* tem princípios marcados pelo conceito de tempo pausado e valores sociais que prezam pelo consumo consciente e o convívio humano. É um tipo de produção que demanda pesquisas sobre processos criativos e produtivos, a escolha de materiais sustentáveis e formas de diversificar o uso de um mesmo objeto para atender a diferentes situações. Tem como premissa criar vestimentas com significado emocional, evitando tendências passageiras, contribuindo para a longevidade das roupas, a preservação do meio ambiente e o bem-estar social.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

### **Moda, rede e cidade**

Para tratar da perspectiva de rede, o antropólogo urbano Agier (2011) foi a principal referência teórico-metodológica. O autor assinala dois aspectos importantes na construção de redes: a ancoragem e o desenvolvimento das redes, para em seguida se dedicar a outro conceito importante, a qualidade. Sua abordagem se encaixa no percurso do trabalho de campo que se iniciou com a primeira interlocutora da monografia, a qual se caracterizou como a ancoragem, “dado que cada indivíduo retira da sua posição, na ordem social da cidade, certa caracterização moral” (AGIER, 2011, p. 78).

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

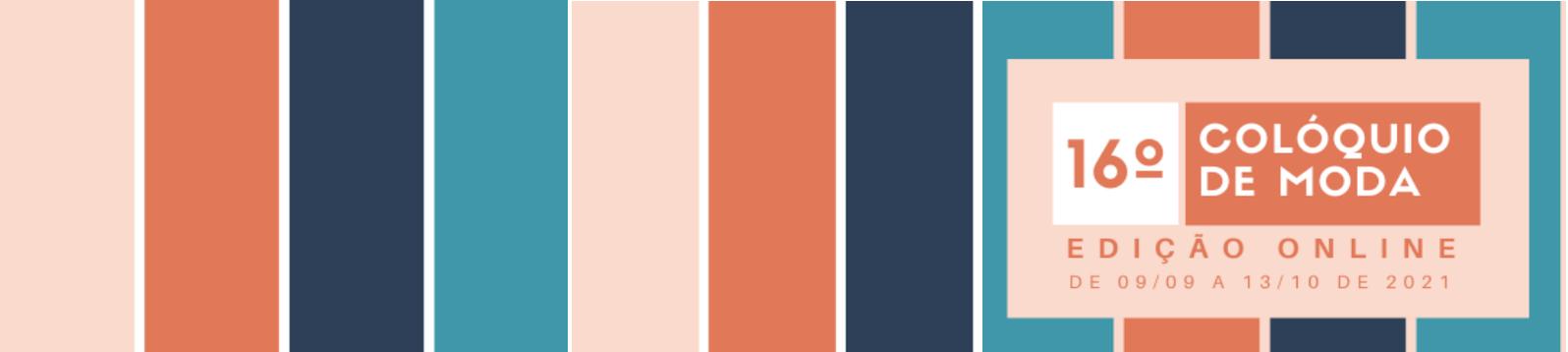
O conteúdo moral investigado foi a noção de moda que emergiu nos diferentes discursos dos (as) interlocutores (as). A definição cunhada pela a interlocutora da monografia, dialogou com o que foi exposto ao longo do trabalho de campo realizado no mestrado. A ideia de moda, de maneira geral, foi apresentada pela rede como uma forma de expressão de ideias, conceitos, sentimentos, questionamentos de comportamentos, modos de pensar, e sobretudo, enquanto um meio de posicionamento político. Essa correlação ficou evidenciada ao me deparar com pessoas que têm questionado os padrões de beleza vigentes, propondo práticas de responsabilidade socioambiental e lutado por representatividade étnico-racial e de gênero, a partir de suas criações.

É válido pontuar que o intuito deste trabalho não foi o de versar sobre a moda trazendo as definições previamente elaboradas por diversos autores (as)<sup>5</sup>. Ainda que muitas definições acerca do fenômeno tenham se reforçado nos discursos difundidos,

---

<sup>5</sup> Lipovetsky, Calanca, Simmel, Baudrillard, dentre outros (as).





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

evitei ir à campo buscando formulações teóricas prontas, mas aberta para ver, observar e ouvir sobre os cotidianos laborais destes (as) criadores (as) e suas representações acerca do fazer moda.

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

No contexto específico da cidade de Salvador, o setor da moda não representa uma atividade econômica expressiva. Isto não se deve à qualidade dos trabalhos desenvolvidos pelas profissionais da área, afinal existe estilistas renomadas como Marcia Ganem, Luciana Galeão, Goya Lopes e Carol Barreto. O que ocorre, até então, são dificuldades com relação à mão-de-obra qualificada, de fornecedores e matérias-primas diversificadas, da profissionalização de alguns setores, à exemplo do setor de costura e modelagem, e o fato da cidade não ter se figurado enquanto um polo da indústria têxtil. A noção de “mercado difícil” apareceu de forma recorrente ao longo do trabalho de campo.

Apesar deste contexto, evidenciou-se que o advento das feiras de gastronomia e moda, sobretudo após o surgimento da Feira da Cidade, no ano de 2014, contribui para o fomento da economia criativa local para diversos (as) criadores (as) que passaram a ter maiores oportunidades de divulgação e comercialização de suas peças.

Desta forma, pode-se afirmar que a Feira é considerada um marco de fomento à moda e à economia criativa local. Um novo lugar de consumo, ou melhor, um “enclave do consumo performativo” (CANEVACCI, 2004). Em que instâncias como arquitetura, design, moda, *style* e comunicação visual se cruzam, recriando, assim o que o Canevacci



(2004) definiu por metrópole comunicacional, onde a proliferação dos signos caracteriza estes novos *sets* do consumo.

Estes novos formatos de consumo possibilitaram, também, o surgimento do que Canevacci (2004) definiu por consumidor-*performer*, o qual constrói seu próprio itinerário e transita nos espaços e estilos. Para participar das diferentes edições da Feira da Cidade, por exemplo, o (a) consumidor (a) precisa se deslocar por diversos bairros de Salvador: Barra, Pelourinho, Stella Maris, Pituba, Itagira, Imbuí, Santo Antônio, Ribeira, dentro outros.

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

### **A noção de circuito e a construção etnográfica**

A noção de circuito adotada nesta pesquisa tem como inspiração teórico-metodológica a proposta por Magnani ao realizar etnografias urbanas. A categoria analítica é empreendida pelo autor enquanto “a configuração espacial, não contígua, produzida pelos *trajetos* de atores sociais no exercício de alguma de suas práticas, em dado período de tempo” (MAGNANI, 2014, p. 9). De acordo com ele, através desta categoria é possível “ligar pontos descontínuos e distantes no tecido urbano, sem perder, contudo, a perspectiva de totalidades dotadas de coerência” (MAGNANI, 2014, p.2-3).

Sua perspectiva *de perto e de dentro* contribuiu para o encontro com as particularidades na cidade. Nessa asserção do autor, a partir de um recorte mais microscópico é possível alcançar âmbitos analíticos mais amplos através de suas categorias intermediárias, consideradas como *unidades de sentido* e *unidades de inteligibilidade*. (AUGÉ, 1994; MAGNANI, 2012 apud MAGNANI, 2016, p. 14). Assim, corroborando com seu ponto de vista “é preciso situar o foco nem *tão de perto* que se

confunda com a perspectiva particularista de cada usuário ou grupo e nem tão *de longe* a ponto de distinguir um recorte mais geral, distante das experiências cotidianas" (MAGNANI, 2016, p. 14).

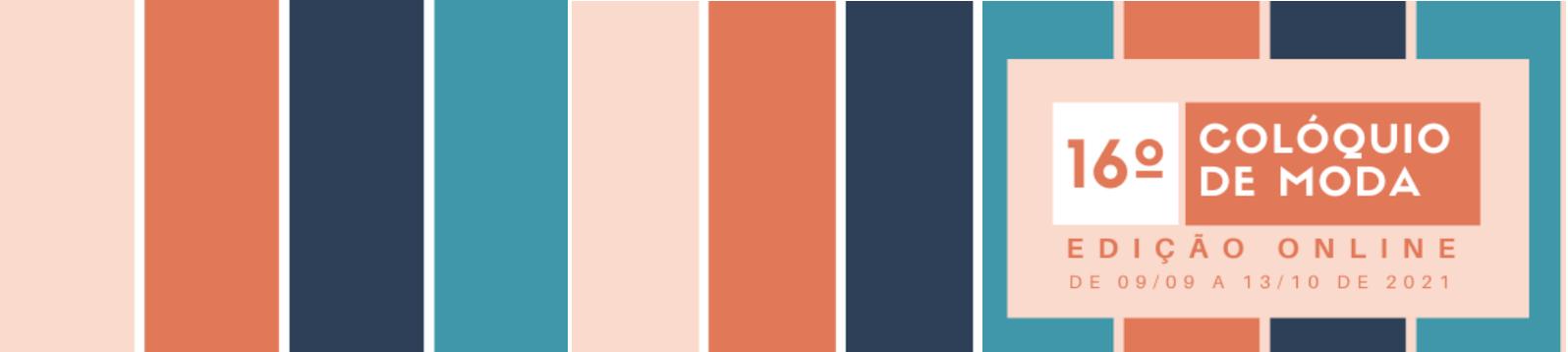
É preciso realizar, neste caso, uma antropologia na cidade e da cidade, ambas "como polos de uma relação que circunscrevem, determinam e possibilitam a dinâmica do objeto que se estuda" (MAGNANI, 2013, p. 57). Nesse sentido, a cidade não emerge como ponto de partida da investigação, mas sim "as sobreposições, os links e passagens entre os recortes identificados pelas unidades de análise" (MAGNANI, 2016, p. 196).

Essa relação proposta entre a descrição de contextos empíricos e o quadro analítico mais amplo dos fenômenos culturais caracterizam a prática etnográfica. A qual, nesta pesquisa, não pretendeu ser confundida enquanto método. Como já sinalizado por Peirano (1995), a etnografia consiste num produto final da antropologia, numa possibilidade de diálogo, e sobretudo de *dialética* (COMAROFF, 2010), entre a teoria e a prática de campo.

### **O circuito sustentável**

Dentre as interlocutoras da pesquisa, Dora foi uma das principais para o desenvolvimento do trabalho de campo. A marca "Com Amor Dora", a qual foi mapeada num dos primeiros momentos da Feira da Cidade, comercializava roupas e acessórios. Naquele período, ainda fazia parte da Feira e revendia suas peças na loja colaborativa Somos Coletivo Criativo, que se localizava no Shopping da Bahia e possuía seu próprio negócio, a loja colaborativa "Guapa", localizada no térreo do Shopping Rio Vermelho.

A Loja Guapa tornou-se uma grande referência para a pesquisa, principalmente no que se refere às questões relativas aos circuitos da moda sustentável e o afroempreendedor. O espaço comercializava, além da marca Com Amor Dora, as peças de vestuário de outras criadoras da Feira da Cidade, que também foram interlocutoras desta pesquisa. A loja, ademais, era ponto de encontro entre profissionais da moda, consumidores (as) e amigos (as) para encontros e debates sobre produção e consumo



16º

COLÓQUIO  
DE MODA

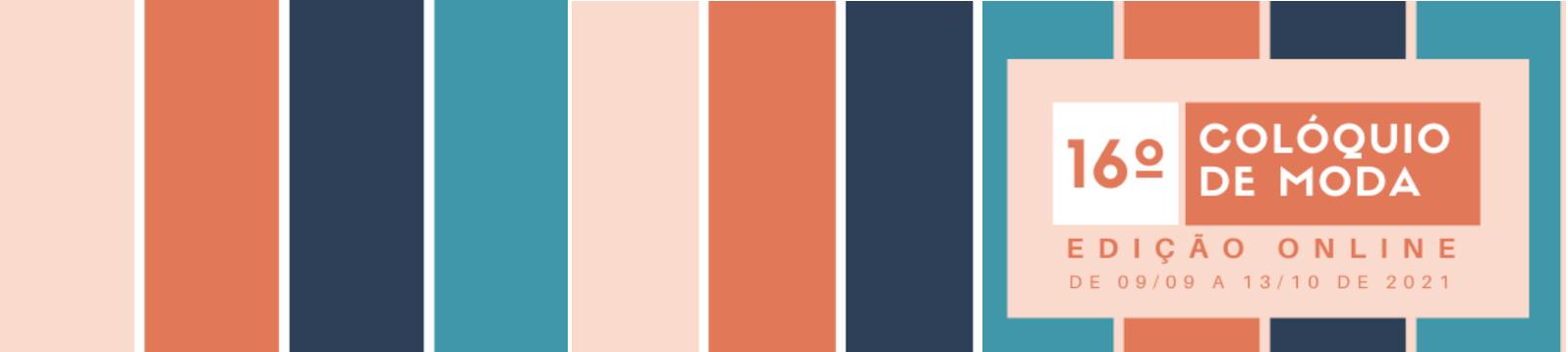
EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

responsável, sendo um dos locais que sediou o *Fashion Revolution Week*. Evento articulador do circuito da moda sustentável de Salvador.

Uma das principais pautas do Fashion Revolution é a denúncia do trabalho análogo à escravidão através do questionamento de quem está por trás das cadeias produtivas em todos os processos da indústria da moda. Desde a pessoa que cultiva e produz matéria-prima, passando por quem pensa a criação, executa a produção, comercializa as peças de vestuário e quem as consome. A finalidade é poder construir um futuro mais ético e sustentável através da substituição dos modelos de negócios para os que valorizam a mão-de-obra nas confecções, bem como os recursos naturais utilizados nas mesmas.

Uma das propostas centrais do movimento como alternativa para a redução do impacto socioambiental negativo é a substituição dos modelos de produção baseados numa economia linear para os de tipo circular. Neste último caso, os produtos são restaurados através de estratégias de reparo ou reciclagem, evitando o consumo exagerado de recursos finitos e eliminando ao máximo os resíduos dos sistemas produtivos. O objetivo é manter as peças em ciclos de uso, primeiramente, a partir da produção de roupas com maior qualidade e durabilidade. E, também, através das possibilidades de trocas de roupas usadas, vendas para brechós, alugueis, dentre outras práticas que evitem o descarte constante tanto nas confecções, quanto pelas pessoas que consomem as peças de vestuário.

Na conjuntura do circuito sustentável de Salvador o advento das lojas colaborativas foi citado como um dos exemplos de modelos possíveis da desconcentração de renda nas empresas. Visto que, neste formato de loja, as pessoas envolvidas podem dividir o trabalho, os custos e ganhos, distribuindo assim o dinheiro e o poder. Os brechós também foram apontados como alternativa de consumo e comercialização consciente, e o mito da má energia vinculada às peças de brechós foi constantemente debatido. Dentre uma conversa e outra realizada ao longo do Fashion Revolution Salvador, uma das interlocutoras comentou: “*qual será a energia de uma roupa que foi feita por uma pessoa*



16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

*que trabalha 16 h por dia, sete dias por semana, longe de sua família, recebendo centavos de dólar para sobreviver?”.*

Este e tantos outros questionamentos foram levantados pelo circuito com o objetivo de alcançar as seguintes premissas no mercado da moda: trabalho justo e decente, igualdade de gênero e étnico-racial.

### **O circuito afro-empendedor**

Ao realizar o trabalho de campo no *Fashion Revolution Week* Salvador, nos anos de 2017 e 2018, ficou evidente que os recortes de raça e gênero também se destacaram nas rodas de conversa. Sobretudo, porque, a invisibilidade de marcas afrorreferenciadas e de pessoas negras em espaços de poder não representa uma escassez destes profissionais no setor da moda, mas sim uma consequência do racismo estrutural brasileiro que ainda persiste, inclusive numa cidade majoritariamente negra.

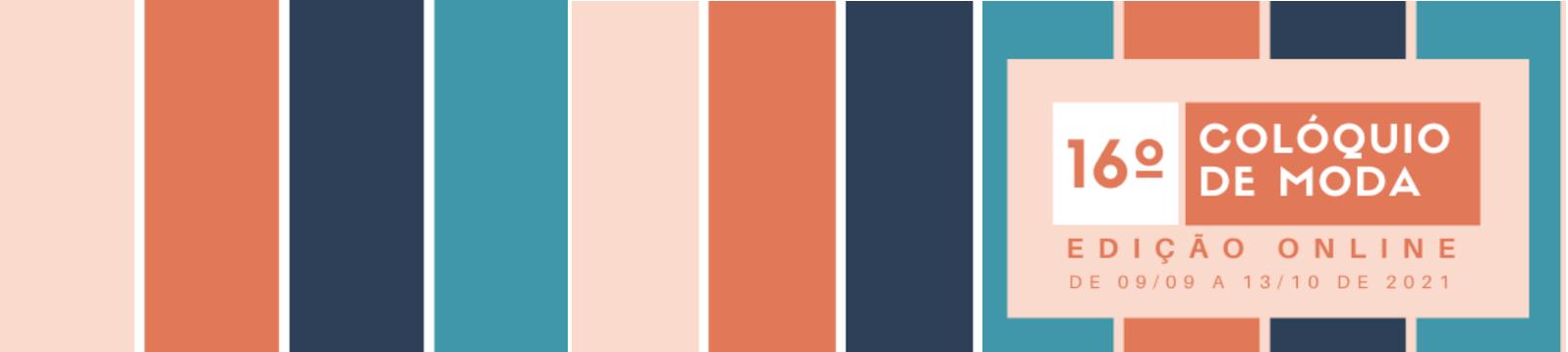
Com relação às questões de gênero, o movimento ressalta sobre o protagonismo masculino vigente nas posições de liderança, enquanto que as mulheres ainda constituem a maior parte da mão-de-obra nas fábricas têxteis. De acordo com dados da organização *Fashion Revolution*<sup>6</sup>, aproximadamente, 75 milhões de pessoas trabalham para fazer nossas roupas e 80% são mulheres entre as idades de 18 e 35 anos. A maioria vivendo em condições insalubres, sujeitas à exploração, abuso verbal e físico e com baixa remuneração.

As possíveis soluções para tais questões são refletidas através das principais diretrizes apontadas pelo circuito sustentável que intersecciona com o afroempendedor, que são: a moda deve ser ecologicamente correta, ou seja, tem que gerar o mínimo de impacto negativo possível. Deve ser socialmente justa, extinguindo a exploração de mão-de-obra feminina nas cadeias produtivas - *“não adianta ter mulheres trabalhando 18 horas por dia, ganhando 2 dólares nesta jornada, para fazer uma coleção linda de*

---

<sup>6</sup> <https://www.fashionrevolution.org/>





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

*algodão orgânico*”<sup>7</sup>. Deve ser economicamente viável, os produtos não devem ter preços muito altos apenas pela justificativa de serem sustentáveis. Por fim, a moda sustentável deve ser culturalmente diversa, sobretudo, ao contemplar as marcas dos (as) empreendedores (as) locais. Neste último ponto, a diversidade cultural deve reverenciar as marcas afroempreendedoras que possuem grande expressividade na cidade de Salvador.

Estes (as) criadores (as) do circuito afro-empendedor<sup>8</sup> lutam pela representatividade negra na moda e construção de uma rede de fortalecimento dentro deste mercado para que possam se reconhecer, se olhar, se inspirar e ocupar os diversos lugares da cidade. Demandas semelhantes às que apareceram no circuito sustentável, o que levou a constatação de que as motivações que impulsionam estas pessoas a trabalharem neste ramo profissional não correspondem apenas ao retorno financeiro, mas também, às suas questões coletivas voltadas para as transformações de um modelo hegemônico de vida e de fazer moda. Assim, pode-se afirmar que o circuito da moda sustentável e o afroempendedor se interseccionam, pois ambos se inserem nos mesmos espaços de comercialização da cidade como feiras itinerantes e lojas colaborativas e possuem reivindicações políticas semelhantes.

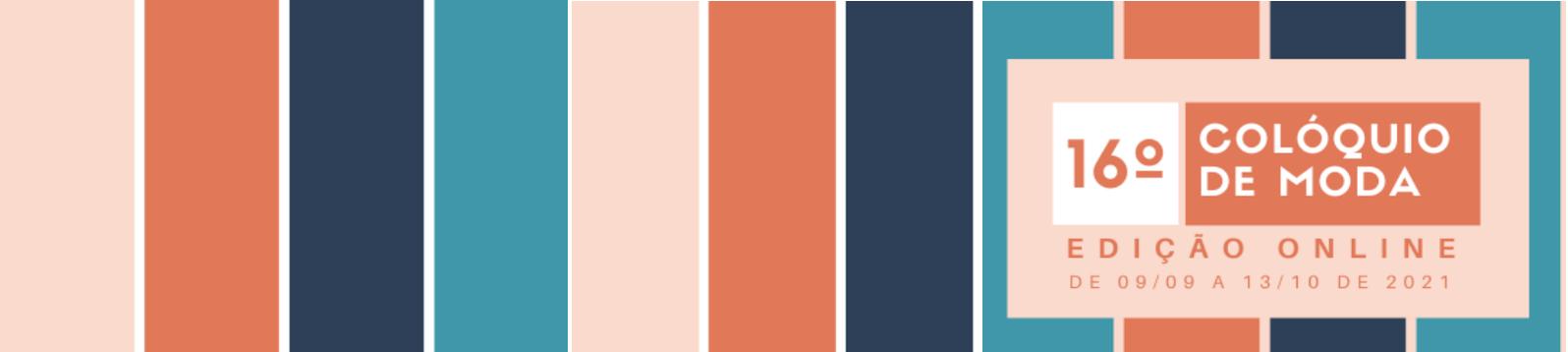
As marcas Com Amor Dora e La Abuela, das criadoras e sócias da loja colaborativa Guapa, Dora e Tarsila, também participaram ativamente do Afro Fashion Day, outro evento importante que inclusive teve ações do Fashion Revolution em suas edições. Desde o seu surgimento, no ano de 2015, o Afro Fashion Day vem fomentando o mercado afroempendedor de Salvador, sendo considerado um marco na cidade, pois reúne criadores (as), empresários (as), pesquisadores (as), modelos, blogueiras (os), maquiadores (as), produtores (as), jornalistas, fotógrafos (as) e consumidores (as)

---

<sup>7</sup> Fala de uma das interlocutoras-chave da pesquisa, a articuladora local do Fashion Revolution e idealizadora da empresa Justamoda.

<sup>8</sup> Dresscoração, Najarablack, Carol Barreto, Negrif, Jeferson Ribeiro, Ori Turbantes, etc.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

reunidos (as) num só espaço de representatividade, fortalecimento e expansão do afroempreendedorismo.

### **Considerações Finais**

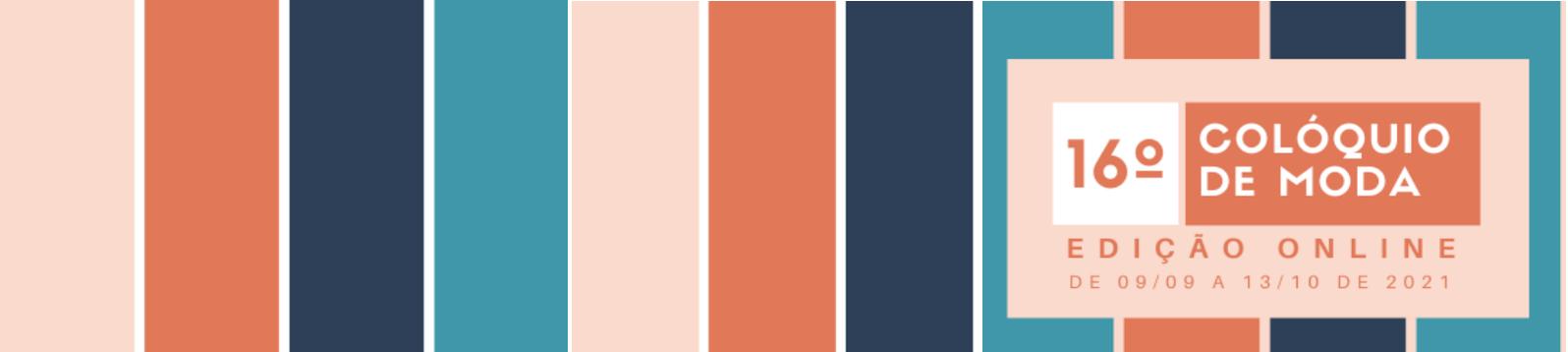
A rede mapeada ao longo da pesquisa não correspondeu a todos (as) criadores (as) de moda de Salvador, afinal são muitas as pessoas que se dedicam a viver de criações de vestuário. A noção de rede foi tecida, assim, por fluxos que se inter cruzaram através de circuitos da moda independente, mapeados a partir da Feira da Cidade, destacando-se o sustentável e o afroempreendedor.

As feiras itinerantes, a exemplo da Feira da Cidade, vêm fomentando a articulação e manutenção desses circuitos, o que ficou evidente ao escutar de algumas interlocutoras que suas produções, divulgações e vendas tiveram aumento significativo após a participação nestes modelos de feira. Inclusive entre os (as) próprios (as) criadores (as) que estavam há mais tempo no mercado de moda de Salvador, havia uma compreensão do aumento significativo de marcas que surgiram após o advento destes eventos.

A partir desta compreensão, notou-se também que diversas lojas colaborativas de rua, e algumas presentes nos principais shoppings centers foram abertas ao longo destes anos, e as vendas realizadas *on-line* favoreceram essa dinamização comercial, que até um tempo atrás se localizava, exclusivamente, nos grandes centros comerciais. A chamada transição na moda, ressaltada, sobretudo, pelo circuito sustentável, reforça esse caminho de diversificação do mercado. Com o advento das feiras, que circulam de modo itinerante por diversos bairros da cidade, foi possível expandir o público que passou a conhecer e a consumir uma confecção de moda legitimamente baiana, bem como a ocupar as praças, ruas e espaços públicos em seus momentos de lazer aos finais de semana.

Embora o enfoque da pesquisa fosse observar os profissionais que trabalhassem com processos criativos, ficou claro que nesta rede não circulam somente os/as criadores (as) de vestuário, mas também fornecedores, distribuidores, costureiras, vendedores (as), modelistas, jornalistas, produtores (as), consumidores (as), blogueiras (os), pesquisadores (as), professores (as), estudantes, fotógrafos (as), modelos, maquiadores (as). Todos (as)





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

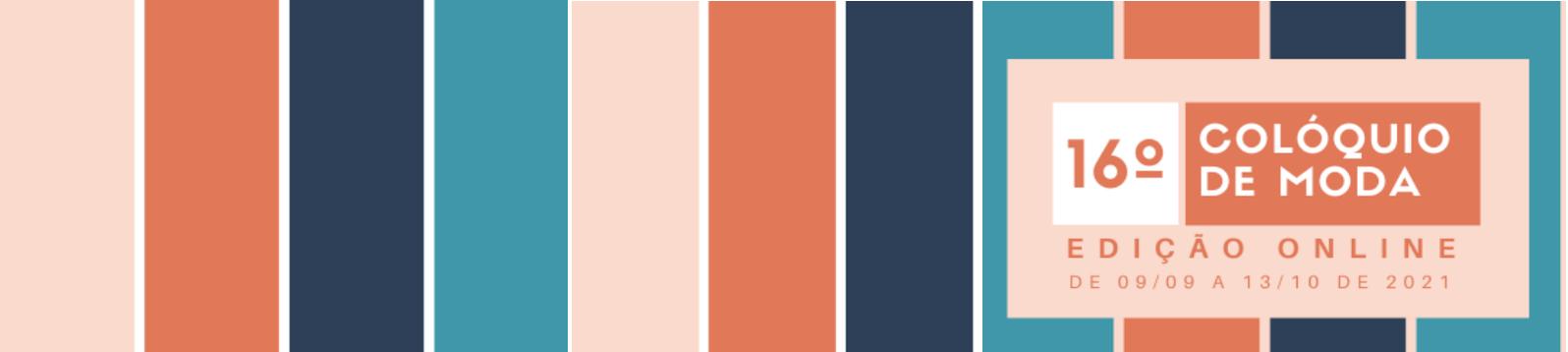
construindo espaços de encontros, de vendas, produção, consumo, de debates, de lutas, de resistências, de criação, de aprendizados, de trocas, de solidariedade, de amizade, inimizade, de estilos de vida, de competição, de colaboração, de disputas, de afetos e desafetos, conformando e permitindo a existência de uma rede de criadores (as) onde parte das pessoas envolvidas se posicionam politicamente e desenvolvem sentimentos de pertencimento e afinidades que contribuem para a existência e permanência de seus circuitos.

Assim, constatou-se que a rede composta é heterogênea e multifacetada, em termos étnicos, geracional, de gênero e ocupacional. Os (as) profissionais envolvidos (as) realizam apropriações diversas dos espaços urbanos através das feiras itinerantes, lojas, lojas colaborativas, eventos e debates, construindo suas dimensões acerca da moda através dos cotidianos de trabalho, hábitos de vida e de suas relações com outros(as) profissionais. É válido destacar que os circuitos mapeados nesta rede não foram dados de antemão, e sim construídos para demarcar a forma pela qual dentro da categoria de criadores (as) locais existe uma diversidade do pensar e de fazer moda.

O conhecimento construído acerca da diversidade de modas existentes em Salvador foi revelador ao confrontar-se com a compreensão de uma moda baiana essencialista, e não descortinada pelo viés dos (as) criadores (as) locais: estilistas, *designers* de moda, artesãs, ourives e artistas. Assim, a moda não foi reduzida apenas a uma estética singular local, étnica e ufanista, pois esta representa apenas uma parte do prisma de possibilidades criativas. A moda na cidade de Salvador, então, foi considerada polifônica, pois está em contínuo fluxo de interações entre os circuitos apresentados por tramas de pertencimento que compõem a rede de criadores (as) locais.

Na rede tecida, foi constatada uma diferenciação mais marcante entre as categorias de *designer* de moda e artesã, sobretudo no que diz respeito aos processos de confecção. Os (as) criadoras (as) que fizeram cursos técnicos ou ensino superior na área de moda, e realizavam um trabalho de pesquisa para a confecção de seus objetos, se definiam por *designers* de moda. Já as (os) autodidatas, ou que aprenderam a confeccionar por diversas outras vias que não fossem os cursos técnicos ou de ensino superior de moda, ou ainda,





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

que não realizavam um trabalho de pesquisa para a confecção de seus produtos, inseridas (os) mais em práticas de reprodução e/ou cópia, se definiam como artesãs ou artesãos.

Apesar destas diferenças, todos (as) se reconheciam como pequenas empresas, que produziam em pequena escala, de modo mais artesanal, seguindo todas as etapas dos processos de criação, confecção e comercialização, terceirizando minimamente a mão-de-obra para a produção de seus produtos com algumas costureiras, ou pequenas fábricas localizadas em Salvador ou nas cidades vizinhas.

Conclui-se, por fim, que as transformações socioculturais nos modelos de produção e consumo de peças de vestuário propostas pela rede de criadores (as) são urgentes para que possamos ter um futuro possível no planeta. Para isso, é preciso haver um trabalho de conscientização por parte destes (as) para a supressão das explorações de mão-de-obra em suas confecções e a consolidação de negócios pautados na economia circular (redução, reutilização, recuperação e reciclagem de materiais) inclusiva. E além disso, se faz necessário uma comunicação mais ampla com diversos setores socioculturais, bem como a inclusão de diferentes perfis de criadores (as) e públicos consumidores (as) para que as pautas debatidas não recaiam em tendências passageiras da moda.

### Referências

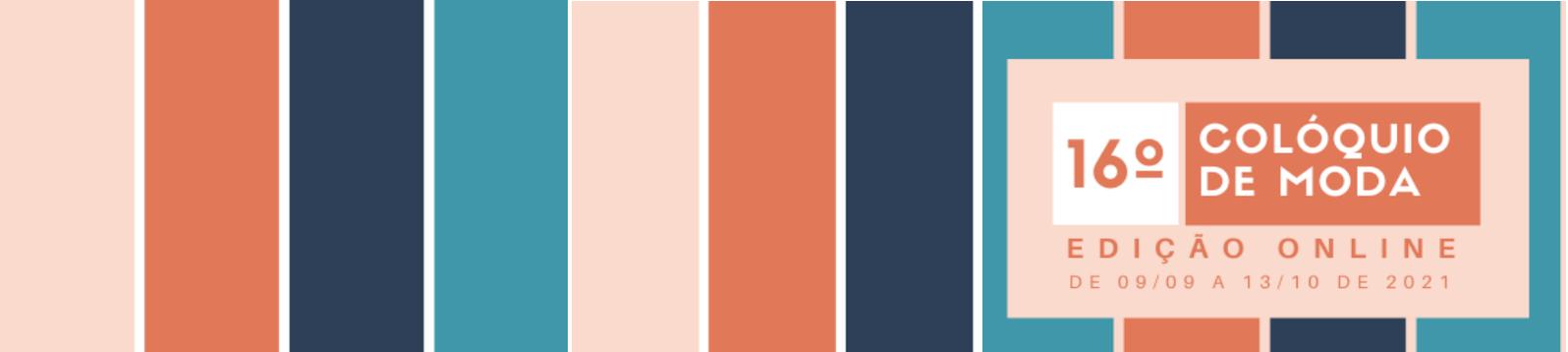
ADERALDO, Guilherme. BERGAMO, Alexandre. A experiência do status: roupa e moda na trama social, São Paulo, Ed. Unesp, 2007, 226 pp. *Revista de Antropologia*, São Paulo, v. 52, n. 1, p. 377-385, jan. 2009. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/ra/article/view/27339/29111>.

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

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

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





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

COMAROFF, John & Jean. “Etnografia e Imaginação Histórica”, *PROA - Revista de Antropologia e Arte*, vol.1, n.2, 2010.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 17, n. 49, São Paulo, junho, 2002. p. 11-29.

\_\_\_\_\_. O Circuito: proposta de delimitação da categoria. *Ponto Urbe*, 15, São Paulo, 2014. p. 1-14.

NASCIMENTO, Luana. Antropologia e Moda: reflexões sobre a rede de criadores e criadoras de Salvador. 2018. 121f. *Dissertação* (Mestrado em Antropologia) — Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2018.

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

NEDER, Mônica de Queiroz, VOLPINI, WILSON, Javer, SIMÃO, Larissa Maria. Processo criativo: tempo para experimentar. *IARA: Revista de Moda, Cultura e Arte*, v. 8, n. 2, jan. 2016.

PEIRANO, Marisa. Etnografia não é método. **Horizontes Antropológicos**, v. 20, n. 42, dez. 2014, Porto Alegre, p. 377-391.

ROCHEDO, Aline. *Do croqui às galerias: a vida social de um vestido*. 29ª REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA, 3 a 6 de agosto de 2014, Natal, RN. Anais 29ª Reunião Brasileira de Antropologia.

