

Design, Moda e Vestuário: criativas criações criadoras.

João Dalla Rosa Júnior, SENAI/CETIQT

Alberto Cipiniuk, PUC-Rio

Resumo

O presente artigo visa propor uma reflexão acerca da noção de criação presente no debate acadêmico da teoria do design de moda. Para tanto, a noção é apresentada a partir da perspectiva sociológica, proporcionando algumas possibilidades de compreensão da atividade criativa em design de vestuário sob o contexto social, econômico e simbólico de nossa sociedade.

Palavras-chave: Design; Moda; Vestuário; Criação.

Abstract

This article aims to propose a reflection on the notion of creation in this scholarly debate of the theory of fashion design. To this end, the notion is presented from the sociological perspective, providing some possibilities in the understanding of creative activity in fashion design in the social, economic and symbolic context of our society.

Keywords: Design; Fashion; Clothing; Creation.

O contexto da criação

Participando da última edição do Colóquio de Moda, realizada em Maringá em 2011, e, em especial, do Grupo de Trabalho (GT) “Design de Moda: teoria e crítica”, foi possível observar que no campo acadêmico, cujo objeto de estudos é o fenômeno da moda, a definição de design e sua compreensão no espaço social contemporâneo ainda figura como um tema que se apresenta cercado de inúmeras e confusas questões. Neste sentido, percebe-se que a noção de criação perpassa de maneira subjacente estas questões, já que o design pode ser compreendido como uma prática de produção de artefatos contextualizada em nossa sociedade que sofre com a perversão do trabalho e com o jogo de valores que se estruturam na economia simbólica (BOURDIEU, 2009) da relação entre “espaço, tempo e dinheiro” (HARVEY, 2009).

Naquele momento, há mais ou menos um ano, devido às circunstâncias políticas e polêmicas das novas definições acerca da Moda no cenário brasileiro¹, aqueles que integraram o GT se preocuparam em estabelecer algumas fronteiras para uma compreensão do “design de moda”, visando caracterizá-la na esfera da produção do conhecimento (FAÇANHA, 2011) e buscando estruturar uma teoria que fornecesse a mobilidade necessária à compreensão da própria prática do design (LANDIM & MOURA, 2011). Alguns integrantes do GT também se dedicaram a discutir a especificidade do objeto da Moda (LEITE, 2011), isto é, o vestuário e, em especial, a roupa, demonstrando como as definições de design e de moda podem se aproximar pela prática de produção simbólica de objetos (CIPINIUK & CHRISTO, 2011), o que contextualizava o trabalho do designer, fosse este consagrado (D’ALMEIDA, 2011) ou não.

Na recordação das falas e das trocas acadêmicas naquele espaço, lembramos firmemente que a noção de criação pulsava frente às diferentes considerações dos integrantes do GT. Expressões como “o grande estilista”, “as restrições do mercado”, “o usuário”, “o processo criativo” demarcaram o espaço de questionamentos que configurava o próprio objetivo daquele Grupo de Trabalho. Era perceptível que algumas expressões tomavam de empréstimo conceitos da Arte e, neste contexto, observávamos o quanto, para o design de moda, a criação se apresenta como um ponto dos variados tecidos teóricos empregados para a costura de seu próprio corpo. Dessa forma, gostaríamos de propor um caminho pela discussão da noção de criação de modo que possamos dar continuidade a algumas das costuras já traçadas por este GT.

Design – uma prática criativa?

É recorrente, no pensamento acerca das produções criativas, a busca por referências no campo artístico para a delimitação da noção de criação. A Arte, devido a sua tradição e a sua consagração na sociedade atual, possui em sua fundamentação esta noção mais ou menos demarcada e, por isso, torna-se um ponto de partida para que outras atividades criadoras se apropriem destas

¹ Destaca-se aqui a divergência entre a definição autônoma e cultural que a Moda adquiriu no Ministério da Cultura e sua dependência em relação ao Design na classificação dos cursos de graduação realizada pelo Ministério da Educação.

delimitações para a aplicação na estruturação de seu próprio corpo teórico. No entanto, é necessário evidenciar que para a própria arte, a definição de criação possui questionamentos e estes também são transferidos para um campo que se aproprie desta noção.

Janet Wolff (1982) demonstrou que no campo da arte, a noção de criação é, na maioria das vezes, compreendida como uma atividade livre resultante do isolamento em que o artista vive em nossa sociedade. Porém, ela evidencia que esta caracterização é fruto de um olhar romântico que se instaura a partir das transformações oriundas do sistema capitalista em relação às formas de trabalho no início do século XIX. Não se pode deixar de comentar também a contribuição de Pierre Bourdieu (2009) ao expor o processo em que o campo da arte ganhou autonomia frente aos outros campos de produção simbólica devido aos valores românticos e idealistas que se expressam, principalmente, através da denegação do próprio capital econômico movimentado pelo campo.

A autora segue seu pensamento sobre a criação afirmando que, contrário à visão romântica, deveríamos estabelecer a atividade criadora como fundamental ao homem, uma vez que qualquer criação, seja ela artística ou não, pode ser caracterizada como uma forma de trabalho. Em outras palavras, a criação é uma atividade que estrutura o homem em sua sociedade e cujo o desenvolvimento gera objetos – criados e criativos – “que o expressam, que falam por ele e sobre ele” (VAZQUEZ, *apud.* WOLFF, 1982: 29). Assim, todas as práticas humanas são por definição, igualmente criativas, inclusive a arte. O que faz com que elas o deixem de ser criativas é o contexto social para o qual elas são destinadas. Na verdade, a grande perversidade dos nossos dias é a constatação de que todas as práticas humanas são pervertidas pela sociedade industrial.

A demarcação teórica de Wolff a faz afirmar que, portanto, a arte é manufatura. O sentido que ela aplica a esta noção reside na ideia de produção, isto é, de um “fazer” que tem por objetivo um resultado material ou utilitário qualquer em que se concentram os esforços dos modos de produção e as ferramentas necessárias para a realização do trabalho. Assim, a noção de criação para a arte deve estar compreendida na esfera do trabalho, tendo em vista que sua prática constrói objetos que integram o homem em sociedade.

Tomando de empréstimo estas definições, podemos observar que a fundamentação teórica da autora sobre criação, bem como a distinção entre os modos de compreensão da atividade criadora no campo artístico, pode ser direcionada ao campo do design e, especificamente, à prática de produção do vestuário.

O design, como prática humana, se constitui como uma atividade criativa. Ele se caracteriza como um “fazer” que visa a materialização de objetos que são criados pelo homem. Enfim, o design "criativo" é uma prática laborativa como qualquer outra da sociedade industrial e no caso do campo do design da moda, a prática produz o vestuário que coloca o homem na rede de relações que o objeto-roupa articula dentro de nossa sociedade (STALLYBRASS, 2008).

Embora tradicionalmente no campo artístico, a produção criativa possa ser classificada como manufatura – feito à mão, caso pensássemos, por exemplo, na pintura -, a produção em design pode se dar tanto pela manufatura como pelo modelo industrial - ou mecânico. Porém, nenhum destes modos ou processos de produção exclui o fato de o design pertencer à esfera do trabalho humano. Ambos (artistas e designers) projetam objetos que, por sua materialidade, ganham significados simbólicos dentro de nossa sociedade. O trabalho criativo, então, se articula, frente a esta matéria que é transformada e valorizada em sua dimensão simbólica da qual não está apartado o valor econômico. Ou seja, a criação se constitui a partir de uma economia simbólica.

Para alguns, esta compreensão do design pode soar um pouco pessimista na medida em que contextualiza o design sobre a esfera do trabalho e, portanto, o coloca diretamente relacionado ao sistema capitalista que rege a economia de nossa sociedade. No entanto, como Wolff (1982) mesmo apresenta, este aspecto social que a noção de trabalho fornece à noção de criação deve ser entendido a partir das possibilidades que existem frente a este modo de funcionamento do campo. O modo de funcionamento do trabalho apresenta as possibilidades da ação criativa de seus agentes. Wolff (1982: 34-37) emprega a expressão dualidade de estrutura, a partir do pensamento de Anthony Giddens, para demonstrar como o próprio campo permite com que a ação humana tenha possibilidades de escolhas e práticas dentro das regras do jogo. Ou seja, é a partir das coordenadas cosmológicas e cronológicas

(BONFIM, 1999) que demarcam a prática do design que a ação criativa se estabelece: um sistema econômico desigual onde o trabalho de alguns sofre constantes desvalorizações em detrimento da acumulação do capital econômico. É frente a este contexto que podemos observar a qualidade criativa, ou não, da produção em design.

Criação: dos outros para os outros

Tomando como base o fato de o design se configurar como uma prática criativa, cujo trabalho gera a produção de objetos, uma possibilidade de costura para a construção de uma teoria acerca da criação em design pode residir na maneira como é desenvolvida esta criação. Para tanto, como Wolff (1982), bem como para Becker (2009), a concepção de criação estética de Mikhail Bakhtin (2010) fornece uma série de elementos que podem auxiliar no fortalecimento desta definição criativa para o campo do design de vestuário.

De um modo geral, a teoria de Bakhtin é adotada pelos sociólogos citados acima para abordar o papel desempenhado pela figura do “autor” – isto é, aquele que cria – em meio a este contexto social de trabalho em que a criação se localiza. Além disso, através do pensamento do autor russo e de sua perspectiva social, eles se apropriam de algumas definições para a investigação acerca dos processos criativos e para a apreciação da qualidade dos objetos criados.

Bakhtin explora as questões referentes à criação estética a partir, principalmente, da alteridade enquanto fator imprescindível para a constituição dos indivíduos. Apresenta o indivíduo através do papel desempenhado pelos outros. Estes outros compreendem diversos aspectos da sociedade em que ele – o indivíduo - está inserido, isto é, sob o contexto daquele que cria. Bakhtin afirma que a dimensão da alteridade está presente em qualquer atividade humana. Os outros estão presentes em qualquer ação que uma pessoa venha a desempenhar, tanto nos acontecimento da própria vida quanto naqueles relacionados à atividade de criação.

No entanto, a partir desta característica da alteridade, Bakhtin esclarece que há uma diferença entre os acontecimentos da vida e os acontecimentos na criação estética. Na vida, o Eu em relação aos outros não está evidente. Ele está em construção e aberto, em constante processo de constituição. Já o Eu e

os outros em uma atividade de criação se tornam delimitados: suas imagens aparecem paralelamente expressas. Nas palavras de Bakhtin,

É isso que diferencia o mundo da criação artística do mundo do sonho e da realidade da vida: todas as personagens estão igualmente expressas em um plano plástico-pictorial de visão, ao passo que na vida, a personagem central - eu – não está externamente expressa e dispensa imagem. Revestir de carne externa essa personagem central da vida e do sonho na vida é a primeira tarefa do artista. (2010: 27).

O design é uma atividade de criação que consiste em produzir artefatos que estão destinados ao outro. O “outro” aqui é compreendido, como aponta Peter Burke (2004: 153), em seu sentido mais simples que sugere “pessoas diferentes de nós”, daí seu emprego no plural – os outros: a sociedade como um todo. O objeto produzido é idealizado no projeto e materializado no produto tendo em vista as pessoas que irão utilizá-lo. A compreensão desta dimensão da alteridade no design estabelece os procedimentos da atividade projetual e confere as características dos objetos produzidos. No caso do design de vestuário, observa-se que o projeto para o desenvolvimento de qualquer roupa parte sempre do “público-alvo”: o outro ao qual o objeto de criação se destina. Com isto, é impossível não encontrar nos escritos de Bakhtin, palavras que parecem estar diretamente destinadas ao design: “o outro indivíduo está todo no objeto para mim, e o seu eu é apenas objeto para mim” (2010: 36).

Assim, é necessário compreender que esta dimensão da alteridade como fundamento da vida estabelece uma relação entre os indivíduos sociais que se estrutura através daquilo que o outro confere ao Eu. No conceito de Bakhtin, é através do excedente de visão que o indivíduo possui em relação aos outros que formam a sociedade. O excedente de visão se baseia na ação de complementaridade que o Eu desempenha sobre o outro:

O excedente de minha visão em relação ao outro indivíduo condiciona certa esfera do meu ativismo exclusivo, isto é, um conjunto daquelas ações internas ou externas que só eu posso praticar em relação ao outro, a quem elas são inacessíveis no lugar que ele ocupa fora de mim: tais ações complementam o outro justamente naqueles elementos em que ele não pode completar-se. (BAKHTIN, 2010: 23).

Não podemos deixar de perceber que na teoria de Bakhtin sobre a criação, existe uma aproximação entre a vida e a atividade criativa justamente porque ambas se expressam pela alteridade. O indivíduo vive e cria porque sua vida está em relação a dos outros em sociedade, sobre os quais ele possui uma diferença: o excedente de visão. Assim, é possível perceber que o aspecto mais singular que pode haver na caracterização do criador – do Eu que cria – é a maneira como ele se relaciona com Outros Eus que fazem parte tanto da sua vida sua como de sua criação.

Transpondo esta condição para o campo do design, podemos perceber que a prática se fundamenta pela produção dos objetos cujo destino são os outros. O excedente de visão daquele que cria em design – designer - se expressa pelo projeto que visa a relação de complementaridade do Eu – aquele que utiliza o objeto - com os outros – a própria sociedade. No design, os outros são aqueles outros Eus a quem se destina o objeto simbólico que coloca o indivíduo em relação ao outros da sociedade.

Especificamente, na prática do design de vestuário, projetar roupas é uma atividade de criação em que o autor pessoa se difere do autor criador. Na atividade projetiva do design, o Eu criador-designer e os Eus dos outros se materializam e são representados através dos objetos que espacializam o tempo e as relações sociais do contínuo da vida. Como Bakhtin afirma: “a atividade estética começa propriamente quando retornamos a nós mesmos e ao nosso lugar fora da pessoa que sofre, quando enformamos e damos acabamento ao material da compenetração [...]” (BAKHTIN, 2010: 25).

A forma não é um espelho

O acabamento, ao qual Bakhtin se refere, se expressa pela forma que o objeto de design se constrói. Bakhtin deixa evidente a importância que a forma assume em seu pensamento estético porque nela é possível perceber os valores que estão em jogo na diferenciação entre vida e as atividades criativas. Ou seja, na criação, há sempre uma transposição de valores das relações entre a vida do Eu e dos outros para a forma dos objetos produzidos na qual estas relações estão representadas. O objeto espacializa as transformações do contínuo da vida. A materialidade que o trabalho criativo proporciona condensa a alteridade da vida e da própria criação. No caso do design de vestuário, o

objeto-roupa encerra os valores sob a forma contextualizada na economia simbólica do trabalho: o Eu e os outros são expressos em objetos acabados cuja duração no tempo será ritmada pelo Vir-a-Ser da novidade.

Para delimitarmos esta questão da forma que a representação adquire devido à passagem da vida à criação, é necessário que compreendamos que neste processo não há um simples reflexo dos valores da vida no objeto produzido pela atividade criadora. Como Faraco (2010) sugere, a criação gera uma refração, porque

o autor-criador é [...] uma posição refratada e refratante. Refrata porque se trata de uma posição axiológica conforme recortada pelo viés valorativo do autor-pessoa; e refratante porque é a partir dela que se recorta e se reordena esteticamente os eventos da vida.

Ou seja, os objetos de design não são espelhos do contínuo da vida, pois não refletem a realidade vivida. A ideia de reflexão, para o campo da Física, sugere que simplesmente há uma mudança de direção das ondas de energia que incidem sobre uma superfície, tal como acontece num espelho. A refração, ao contrário, se difere porque há uma alteração nas características daquilo que é observado. Basta lembrar-se daquela experiência de atravessar com um objeto uma superfície aquosa, o que resulta na distorção da percepção da aparência do objeto devido à refração provocada pela água nas ondas luminosas necessárias para a observação do fenómeno. É este o sentido de refração que se encontra no trabalho criativo.

No campo de design de vestuário, podemos dizer, então, que a criação transforma os valores da vida em consonância aos valores da atividade económica e simbólica. Janet Wolff nomeia isto de mediação estética (1982: 72-77). Segundo a autora, a forma assumida por um objeto de criação se estrutura através das condições materiais e sociais de produção da prática criadora e através dos códigos e das convenções estéticas existentes. Assim, os objetos não estão circunscritos somente nos aspectos simbólicos da vida, mas também nas convenções e no modo de produção do design que conferem materialidade aos valores da própria vida. O objeto fruto da prática do design ganha uma forma específica que se configura pelas características da atividade do design de vestuário sobre a vida do Eu e dos Outros.

Esta transposição de valores da vida ao objeto criado pode ser compreendida a partir da abordagem que Becker (2009) faz das representações sociais. O autor se dedica a investigar o que chama de “multivocalidade das representações”, isto é, a maneira com que as representações evidenciam o diálogo de vozes das quais são produtos. Ele retoma o conceito de dialógico a partir do pensamento de Bakhtin para expor a relação de diferentes vozes na construção das representações. Este mesmo pensamento é apresentado por Janet Wolff (1982: 132-149), cuja atenção se concentra em como estas vozes demarcam o papel do autor na criação estética.

Ambos os autores partem da ideia de que a multivocalidade é oriunda da própria condição da relação entre o Eu e os outros na criação estética, já que esta se caracteriza como uma atividade coletiva. Neste sentido, Bakhtin é revisitado uma vez que ele empregou o termo dialógico para expressar como a alteridade que estrutura a condição social da vida passa a ser expressa na atividade de criação. Embora Bakhtin, seguidos por Wolff e por Becker, se atenha à criação verbal e, por isso, seu pensamento esteja inscrito no domínio da linguagem, as vozes podem ser compreendidas como uma metáfora à designação da relação de alteridade da vida. Com isto, a importância da forma na criação reside na maneira pela qual a materialidade do objeto criado expressa a qualidade do diálogo estruturante na relação do Eu e dos outros na vida e do qual é produto.

Além disso, é necessário destacar que esta preocupação formal também contempla a esfera dos modos de produção da prática criativa. Em outras palavras, que a forma material do objeto criado dá forma aos valores sociais que movimentam o sistema de trabalho capitalista sob o qual vivemos e produzimos. Os objetos são frutos de uma refração que faz com que eles mesmos sejam refratantes dos valores em jogo na atividade criadora.

O fim é só um começo

A prática de produção em design do vestuário se configura como atividade criativa na medida em que pode ser tomada com um trabalho dentro de nossa sociedade. Todos os trabalhos são criativos, no entanto, nosso sistema econômico e simbólico faz com que alguns pareçam mais criativos e

outros menos. Em meio a este contexto, o design produz artefatos que relacionam a vida de inúmeros indivíduos aos objetos criados.

A produção destes objetos é fruto do diálogo de diferentes Eus com os Outros da sociedade e se destina aos Outros Eus de toda esta sociedade. Na criação, no entanto, os valores econômicos e simbólicos são refratados na forma material do objeto ao mesmo tempo que esta própria forma refrata estes valores para toda a sociedade. Esta é a posição dialógica da criação.

Dessa forma, o que se coloca como um horizonte frente a este contexto, talvez resida na maneira como podemos investigar a ação criativa do designer. Explorar como a forma criada concentra a dualidade que estrutura a ação criativa e de que modo o processo de criação age sob o contexto do trabalho coletivo podem configurar um procedimento metodológico. Em suma, uma pergunta: o que é refratado e o que a criação refrata?

Referências Bibliográficas

BAKHTIN, Mikhail M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

BECKER, Howard S.. **Falando da sociedade**: ensaios sobre as diferentes maneiras de representar o social. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

BONFIM, Gustavo Amarante. Coordenadas cronológicas e cosmológicas como espaço das transformações formais. *In.*: COUTO, Rita Maria de Souza; OLIVEIRA, Alfredo Jefferson de. **Formas do design**: por uma metodologia interdisciplinar. Rio de Janeiro: 2AB: PUC, Dep. de Artes e Design, 1999.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2009.

CIPINIUK, Alberto; CHRISTO, Deborah Chagas. MoDuS de design e de moda. *In.*: **Anais eletrônico** [CD] do **7º Colóquio de Moda**, set. 2011, Maringá, Brasil.

D'ALMEIDA, Tarcisio. Alexander Mcqueen: o estilista da imaginação fantástica da moda contemporânea. *In.*: **Anais eletrônico** [CD] do **7º Colóquio de Moda**, set. 2011, Maringá, Brasil.

FAÇANHA, Astrid. A moda como campo do saber. *In.*: **Anais eletrônico** [CD] do **7º Colóquio de Moda**, set. 2011, Maringá, Brasil.

FARACO, Carlos Alberto. Aspectos do pensamento estético de Bakhtin e seus pares. *In.*: CÍRCULO – RODAS DE CONVERSAS BAKHTINIANAS: Bakhtin e a atividade estética – novos caminhos para a Ética, comunicação disponibilizada pelo autor, São Carlos / SP, 2010, p. 1-6.

HARVEY, David. **Condição Pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 2009.

LANDIM, Paula da Cruz; MOURA, Mônica. Contribuições para uma teoria do design de moda. *In.*: **Anais eletrônico** [CD] do **7º Colóquio de Moda**, set. 2011, Maringá, Brasil.

LEITE, Adriana Sampaio. Por uma crítica dos objetos de moda. *In.*: **Anais eletrônico** [CD] do **7º Colóquio de Moda**, set. 2011, Maringá, Brasil.

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

WOLFF, Janet. **A Produção Social da Arte**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.