



Será a criação de peças de vestuário uma forma de expressão artística?

Carolina Alves Pereira Teixeira e Silva

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Branding e Design de Moda
(2^o ciclo de estudos)

Orientador: Prof^a. Doutora Catarina Vasques Rito

setembro de 2020

Agradecimentos

Apesar do seu carácter individual, a presente dissertação de mestrado é também o resultado de muito apoio e incentivo que me foi dado ao longo do seu desenvolvimento.

Em primeiro lugar, queria agradecer à minha orientadora, a Professora Catarina Rito, pela disponibilidade, compreensão e pelo enorme incentivo que foram imprescindíveis para a realização desta tese. É de louvar todo o seu empenho, por isso expresso a minha profunda gratidão.

Aos meus pais, pois sem eles nada disto teria sido possível. Ao meu avô Carlos, por me ter suscitado o interesse pela arte e por me ter transmitido o seu espírito crítico. À minha avó Vera, por me inspirar e por ter suscitado também o meu interesse pela moda. À minha família em geral por todo o amor e apoio transmitido.

Aos meus amigos, por me ajudarem a ultrapassar momentos mais difíceis e me exortarem a continuar.

Ao Luís, pelo valioso auxílio dado no meu desenvolvimento pessoal, motivo da possível conclusão desta fase da minha vida.

Gostaria de agradecer ao Senhor José, à Senhora Manuela, à Rosa, à Arianne, à Djanaina e ao Rodrigo pela ajuda imprescindível que me deram na concretização do meu projeto experimental.

Queria ainda agradecer a todos aqueles que disponibilizaram o seu tempo para responderem ao meu questionário, a vossa ajuda possibilitou a concretização do presente estudo.

No fundo, um enorme obrigado a todos os que fizeram parte desta etapa importante da minha vida!

Resumo

A moda é ou não uma forma de arte? Será que, enquanto artista, o impulso criativo pode passar pela criação de peças de vestuário ao invés de, por exemplo, pintar um quadro? E será essa criação considerada uma forma de expressão artística?

A discussão sobre se a moda é ou não uma forma de arte tem suscitado um debate ao longo dos tempos não tendo conseguido ainda obter uma resposta unânime. A dificuldade em alcançar uma resposta deve-se à lacuna de encontrar uma definição concreta quer para arte quer para a moda. O facto de a filosofia negligenciar a moda por a considerar um fenómeno demasiado superficial, não digno de uma pesquisa séria, leva também a uma compreensão reduzida sobre o conceito (Svendsen, 2010). Segundo Richard Martin, a desconsideração do tema deve-se de igual forma à falta de vontade de ver a moda como arte, que leva assim a uma grande falta de crítica de moda (citado por Kim, 1998). A perceção do conceito de moda é também muitas vezes ligada especificamente ao seu carácter comercial, o que leva a aumentar a sua desconsideração enquanto possível forma de expressão artística. Mas quais são realmente as origens da moda? Terá esta possíveis diferentes ligações?

A presente dissertação de mestrado tem como principal objetivo compreender qual a perceção sobre a moda como possível forma artística, tendo como questão principal: “Será a criação de peças de vestuário uma forma de expressão artística?”. É também pretendido, em primeiro lugar compreender se é possível chegar-se a um conceito de arte fechado, e se sim, se haverá algo que impeça um artista de se expressar através da criação de peças de vestuário e que estas sejam consideradas uma obra de arte. Em segundo, tomar conhecimento sobre a história da moda e quais as perceções sobre o seu conceito, de forma a compreender se será plausível fazer a associação mais comum, associando a moda ao consumismo.

Com o propósito de responder às questões e atingir os objetivos propostos, foi feita uma revisão de literatura sobre o tema e desenvolvido um projeto experimental. Neste projeto a autora criou uma peça, tendo como principal motivação a autoexpressão, sendo posteriormente desenvolvido um questionário com o objetivo de compreender qual a perceção sobre a criação de roupa como possível forma de arte. Com o conhecimento adquirido na revisão de literatura e com os resultados obtidos através do

questionário, conclui-se que a criação de peças de vestuário pode, de facto, ser uma forma de expressão artística. Contudo, apesar dos resultados obtidos, não se pretende dar uma resposta fechada, afinal “nem todas as modas são arte, da mesma maneira que nem toda a pintura ou escultura o é” (Morais, 1994, p.43). Mas a moda pode, efetivamente, ser arte.

Palavras-chave

Arte;moda;forma;expressão;artística;peças;vestuário;criação;obra;design;percepção;criatividade

Abstract

Is fashion an art form or not? For instance, can the creative impulse, as an artist, go through the creation of garments instead of painting a picture? And can this creation be considered a form of artistic expression?

The discussion about whether or not fashion is an art form has provoked a debate over time and has not yet managed to get a unanimous answer. The difficulty in reaching an answer is due to the gap of finding a concrete definition for both art and fashion. The fact that philosophy neglects fashion for considering it as a too superficial phenomenon, not worthy of a serious research, also leads to a reduced understanding of the concept (Svendsen, 2010). According to Richard Martin, the disregard of the theme is also due to the lack of willingness to see fashion as art, which leads to a great lack of fashion criticism (quoted by Kim, 1998). The perception of the concept of fashion is also often linked mainly to its commercial character, which leads to increasing its disregard as a possible form of artistic expression. But what are the real origins of fashion? Is it possible to have different connections?

This master's thesis has as main objective to understand if fashion is perceived as an artistic form, having as main question: "Is the creation of clothing a form of artistic expression?". It is also intended, first to understand if it is possible to reach a closed concept of art, and if so, if there will be something that prevents an artist from expressing himself through the creation of garments and still being recognized as a work of art. Secondly to learn about the history of fashion and what are the perceptions about its concept, in order to understand if it is plausible to associate fashion mainly with consumerism.

In order to answer the questions and achieve the proposed objectives, a literature review was made on the subject and an experimental project was developed. In this project the author created a piece, having as main motivation self-expression. A questionnaire was later developed in order to understand the possibility of perceiving a creation of clothing as an art form. With the knowledge acquired in the literature review and with the results obtained through the questionnaire, it is concluded that the creation of clothing can in fact be a form of artistic expression. However, despite the results obtained, it is not intended to give a closed answer, after all "not all fashion is art, in the same way that not all painting or sculpture is" (Morais, 1994, p.43). But fashion can, effectively, be art.

Keywords

Art;fashion;form;artistic;expression;clothing;garment;creation;piece;work;design;perc
eption;creativity

Índice

Capítulo 1 - Introdução	1
1.1 Objetivos	2
1.2 Metodologia	2
Capítulo 2 – Enquadramento Teórico	4
2.1 Arte	4
2.1.1 Abordagem ao Conceito de Arte	4
2.1.2 Movimentos Artísticos do Séc. XX	13
2.1.3 Criatividade	31
2.2 Moda	33
2.2.1 Abordagem ao Conceito de Moda	33
2.2.1.1 História da Moda	39
2.2.2 Abordagem ao Conceito de <i>Design</i>	48
Capítulo 3 – Projeto Experimental	52
3.1 Introdução	52
3.2 Objetivos	54
3.3 Metodologias	55
3.4 Desenvolvimento do Projeto Experimental	61
3.4.1 Tema de Inspiração	61
3.4.2 <i>Mind Mapping</i>	61
3.4.3 <i>Moodboards</i>	62
3.4.4 <i>Moodboard</i> Final	63
3.4.5 Criatividade	64
3.4.6 Desenvolvimento de Moldes	68
3.4.7 Experimentação	71
3.4.8 Modelo	75
3.4.9 Material	77
3.4.10 Criação Final	78
3.4.11 Questionário	85
3.5 Análise de Conteúdo	89
Capítulo 4 - Conclusões e Considerações Futuras	93
4.1 Conclusões	93
4.2 Considerações Futuras	99
Referências	101

Lista de Figuras

Fig. 1 - Wassily Kandinsky – <i>Mountain Landscape with Church</i> , 1910. Fonte: <i>Widewalls</i>	13
Fig. 2 - Henri Matisse – <i>Woman with a Hat</i> , 1905. Fonte: <i>Wikipedia</i>	14
Fig. 3 - Pablo Picasso – <i>Les Demoiselles d’Avignon</i> , 1907. Fonte: <i>Wikipedia</i>	16
Fig. 4 - Robert Delaunay– <i>Endless Rhythm</i> , 1934. Fonte: <i>Wikimedia Commons</i>	16
Fig. 5 - Sonia Delaunay – <i>Sonia e duas amigas no estúdio de Robert Delaunay</i> , Paris 1924. Fonte: <i>Daily Art Magazine</i>	17
Fig. 6 - Sonia Delaunay – <i>Sonia Delaunay´s Dresses</i> . Fonte: <i>Daily Art Magazine</i>	17
Fig.7 - Umberto Boccioni – <i>Unique Forms of Continuity in Space</i> . Fonte: <i>Widewalls</i>	19
Fig.8 - Paul Klee – <i>Pintura de Maio</i> . Fonte: <i>Met Museum</i>	20
Fig.9 - Wassily Kandinsky – <i>Composição VIII</i> . Fonte: <i>Wikipedia</i>	20
Fig.10 - Piet Mondrian – <i>Composição II em Vermelho, Azul e Amarelo</i> . Fonte: <i>Wikipedia</i>	21
Fig.11 - Yves Saint Laurent – <i>Vestido Mondrian</i> . Fonte: <i>Met Museum</i>	21
Fig.12 - Marcel Duchamp – <i>Fountain</i> , 1917. Fonte: <i>Widewalls</i>	23
Fig.13 - Elsa Schiaparelli em colaboração com Salvador Dali – <i>Hat Shoe</i> , 1937-38. Fonte: <i>Dali Universe</i>	25
Fig.14 - Salvador Dalí – <i>Three Young Surrealist Women Holding in their Arms the Skins of an Orchestra</i> , 1936. Fonte: <i>Artsy</i>	25
Fig.15 - Elsa Schiaparelli em colaboração com Salvador Dali – <i>Lobster Dress</i> , 1937. Fonte: <i>Artsy</i>	26
Fig.16 - Elsa Schiaparelli em colaboração com Salvador Dali – <i>Tear Dress</i> , 1938. Fonte: <i>Spike Art Magazine</i>	26
Fig.17 - Elsa Schiaparelli em colaboração com Salvador Dali – <i>Skeleton Dress</i> , 1938. Fonte: <i>Artsy</i>	26
Fig.18 - <i>Design</i> de Salvador Dali do perfume de Elsa Schiaparelli – <i>Le Roy Soleil</i> 1946. Fonte: <i>Artsy</i>	26
Fig.19 - Jackson Pollock – <i>Lavander Mist, Number 1</i> , 1950. Fonte: <i>Widewalls</i>	27
Fig.20 - Mark Rothko – <i>Orange and Yellow</i> , 1956. Fonte: <i>Wikiart</i>	27
Fig.21 - Andy Warhol – <i>Campbell´s Soup Dress</i> . Fonte: <i>Widewalls</i>	29
Fig.22 - Andy Warhol – <i>32 Campbell´s Soup Cans</i> , 1962. Fonte: <i>Widewalls</i>	29
Fig.23 - Joseph Kosuth – <i>One and Three Chairs</i> , 1965. Fonte: <i>Widewalls</i>	30

Fig.24 - Katie Pye- <i>Heart's Desire</i> , 1983. Fonte: Artigo de Vishna Collins – <i>Art and Fashion</i>	45
Fig.25 - Nell Burns - <i>Thread Sculpting - There are no words</i> . Fonte: <i>Nell Burns Site</i>	45
Fig.26 - Capa da revista <i>Artforum</i> com o vestido de Issey Miyake – 1982. Fonte: <i>Artforum</i>	46
Fig.27 - Etapas da metodologia de Munari. Fonte: Autoria própria	56
Fig.28 - Etapas da metodologia de Bonsiepe. Fonte: Autoria própria	57
Fig.29 - Etapas da metodologia de Löbach. Fonte: Autoria própria	58
Fig.30 - <i>Mind Mapping</i> . Fonte: Autoria própria	61
Fig.31 - <i>Moodboard 1</i> . Criação: própria. Fonte de Imagens: <i>Pinterest</i>	62
Fig.32 - <i>Moodboard 2</i> . Criação: própria. Fonte de Imagens: <i>Pinterest</i>	62
Fig.33 - <i>Moodboard 3</i> . Criação: própria. Fonte de Imagens: <i>Pinterest</i>	63
Fig.34 - <i>Moodboard Final</i> . Fonte: Autoria própria. Fonte de Imagens: <i>Pinterest</i>	63
Fig.35 - Esboços 1. Fonte: Autoria própria	64
Fig.36 - Esboços 2. Fonte: Autoria própria	65
Fig.37 - Esboços 3. Fonte: Autoria própria	65
Fig.38 - Esboços 4. Fonte: Autoria própria	66
Fig.39 - Esboços 5. Fonte: Autoria própria	66
Fig.40 - Esboços 6. Fonte: Autoria própria	66
Fig.41 - Esboços 7. Fonte: Autoria própria	67
Fig.42 - Esboços 8. Fonte: Autoria própria	67
Fig.43 - Esboço Moldura. Fonte: Autoria própria	68
Fig.44 - <i>Draping 1</i> . Fonte: Autoria própria	69
Fig.45 - Moldes retirados do manequim. Fonte: Autoria própria	70
Fig.46 - Moldes em papel vegetal. Fonte: Autoria própria	71
Fig.47 - Moldes modificados. Fonte: Autoria própria	71
Fig.48 - Verificação dos moldes já cosidos. Fonte: Autoria própria	72
Fig.49 - Testes do comportamento da tinta e tipos de materiais a utilizar. Fonte: Autoria própria	73
Fig.50 - Testes de tipos de ponto de bordado. Fonte: Autoria própria	74
Fig.51 - Protótipo do vestido em pano cru. Fonte: Autoria própria	75
Fig.52 - Teste do protótipo com o desenho. Fonte: Autoria própria	76
Fig.53 - Decisão das medidas da moldura. Fonte: Autoria própria	76
Fig.54 - Madeira a utilizar na moldura. Fonte: Autoria própria	77
Fig.55 - Materiais a utilizar no vestido. Fonte: Autoria própria	77
Fig.56 - Corte dos moldes no tecido final. Fonte: Autoria própria	78

Fig.57 - Vestido final cosido. Fonte: Autoria própria	78
Fig.58 - Execução da pintura no vestido. Fonte: Autoria própria	79
Fig.59 - Execução do bordado. Fonte: Autoria própria	80
Fig.60 - Moldura finalizada. Fonte: Autoria própria	81
Fig.61 - Lado 1 da criação no seu estado mais estático. Fotografia: Rodrigo Santos	82
Fig.62 - Lado 2 da criação no seu estado mais estático. Fotografia: Rodrigo Santos	82
Fig.63 - Pormenor desenho 1. Fotografia: Rodrigo Santos	83
Fig.64 - Pormenor desenho 2. Fotografia: Rodrigo Santos	83
Fig.65 - Criação no seu estado dinâmico. Modelo: Djanaina Vaz Turpin. Fotografia: Rodrigo Santos	84
Fig.66 - Secção 1 do questionário. Fonte: Autoria própria	85
Link de acesso: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd7EKRza1ewzn5K-FG4cldDa8dPNm7xVEP7Sx7bVHsadG1Qw/viewform	
Fig.67 - Secção 2 do questionário – 1ª pergunta. Fonte: Autoria própria	86
Fig.68 - Secção 3 do questionário – 2ª pergunta. Fonte: Autoria própria	87
Fig.69 - Secção 4 do questionário – 3ª pergunta. Fonte: Autoria própria	88
Link do vídeo: https://www.youtube.com/watch?v=m-lsaEZIPzo	

Lista de Quadros

Quadro 1 - Aplicação da metodologia de Munari ao projeto prático experimental, 59
adaptado pela autora

Lista de Gráficos

Gráfico 1 - Idades. Fonte: <i>Google Forms</i>	91
Gráfico 2 - Géneros. Fonte: <i>Google Forms</i>	91
Gráfico 3 - Níveis de escolaridade. Fonte: <i>Google Forms</i>	91
Gráfico 4 - Pergunta 1. Fonte: <i>Google Forms</i>	92
Gráfico 5 - Pergunta 2. Fonte: <i>Google Forms</i>	92
Gráfico 6 - Pergunta 3. Fonte: <i>Google Forms</i>	92

Capítulo 1 - Introdução

Introdução

De acordo com Lars Svendsen, filósofo norueguês, a moda é um dos fenómenos mais influentes na civilização ocidental desde o Renascimento, por isso, a compreensão de moda devia contribuir para uma melhor compreensão de nós mesmos (Svendsen, 2010). Contudo, a moda tem sido sistematicamente desconsiderada pela filosofia que, segundo Svendsen, deve-se ao facto de a considerar como um fenómeno demasiado superficial, não digno de uma pesquisa séria (2010). A desconsideração do tema moda, segundo Richard Martin, deve-se também à falta de vontade de ver a moda como arte, o que leva a uma grande falta de crítica de moda (citado por Kim, 1998).

A discussão sobre se a moda é ou não uma forma de arte tem suscitado um debate ao longo dos tempos não tendo conseguido ainda obter uma resposta unânime. A dificuldade em alcançar uma resposta deve-se à lacuna de encontrar uma definição concreta quer para arte quer para a moda. Várias são as opiniões em relação a esta problemática. Alguns autores, como Michael Boodro, consideram que arte é arte e moda é simplesmente uma indústria (citado por Kim, 1998). Este tipo de distinção é baseado principalmente na natureza comercial da moda (Kim, 1998). Contudo, Elizabeth Wilson, autora do livro *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*, defende que a moda não tem de estar ligada ao capitalismo, ela é proveniente de um passado religioso e místico que a liga profundamente à magia e ao ritual, da mesma forma que o drama o é (2003).

Assim, é importante compreender se a criação de peças de vestuário pode ser uma forma de expressão artística. O interesse por esta temática surge na dificuldade em obter uma resposta, pelo interesse em compreender o porquê da forte ligação da moda ao capitalismo e em ganhar conhecimento sobre as suas origens para poder, desta forma, descobrir possíveis diferentes ligações para além do capitalismo. Compreender as várias conceções que existem sobre a questão principal, saber a evolução da história tanto da moda como da arte e apreender conceitos como moda, arte, *design* e criatividade, permite ter uma visão geral e compreender se, de facto, se considera que uma pessoa pode expressar-se artisticamente através da criação de roupas. A importância de o fazer está em permitir ter uma opinião mais suportada sobre como olhar para a moda, permitindo uma possível mudança consciente na relação das pessoas com a moda e a sua valorização como forma de autoexpressão. Essa mudança, consequentemente, poderá ajudar a vários níveis:

- ao nível empresarial: onde a valorização e o estigma pelas marcas de moda passa a ser maior;

- ao nível pessoal: levando as pessoas a expressarem-se de forma mais coerente com a sua essência e vontade;
- ao nível de sustentabilidade: havendo uma produção mais suportável devido a uma seleção mais consciente por parte das pessoas;
- ao nível de produtividade e criatividade: visto que a exigência de produção abrandaria, isso ajudaria os criadores de moda a sentir mesmo pressão e aumentar assim a sua criatividade, tal como defende Marc Jacobs na sua entrevista online com a *British Vogue* (a partir do minuto 18:30) (Vogue, 2020).

Desta forma, ao longo do desenvolvimento da investigação, pretende-se também responder às seguintes questões secundárias: é possível chegar-se a um conceito fechado de arte? Se sim, o que impede um artista de se expressar através da criação de peças de vestuário e estas serem consideradas uma obra de arte? Será a moda não considerada uma forma de arte por ser, em geral, associada ao consumismo e à indústria? E será plausível associá-la principalmente ao consumismo?

1.1 Objetivos

O principal objetivo deste estudo é compreender se, nos tempos que correm, se se considera, ou não, a criação de peças de vestuário como uma forma de expressão artística. Tem-se assim como questão primordial: Será a criação de peças de vestuário uma forma de expressão artística?

Para isso, os objetivos específicos que irão ser discutidos, de forma a abranger todos os aspetos necessários para uma devida reflexão sobre o tema, são os seguintes:

- Tomar conhecimento de várias definições sobre moda, *design*, arte e criatividade;
- Perceber se existem limites no conceito de arte, de forma a compreender se os mesmos impedem a moda de poder ser uma forma de expressão artística;
- Conhecer as opiniões quanto às origens da moda e tomar conhecimento da evolução da sua história;
- Conhecer alguns movimentos artísticos mais recentes, surgidos no séc. XX;
- Compreender as perceções existentes à cerca da moda ser uma forma de arte.

1.2 Metodologia

A metodologia utilizada na presente dissertação de mestrado é composta por duas partes. A primeira parte é de carácter não interventivo, onde é feita uma revisão de literatura com base principalmente em livros, artigos científicos e alguns suportes digitais. A segunda parte da dissertação tem um carácter interventivo, um projeto experimental onde é criada uma peça cuja

principal motivação é a autoexpressão, a expressão artística. Esta criação tem a ambiguidade de poder ser tanto apreciada no seu estado mais estático, como pode ser vivida ao ser usada como uma peça de vestuário comum. Num segundo momento, após a criação referida, foi desenvolvido um questionário que possibilitou compreender a percepção social sobre a possibilidade de a moda ser uma forma de expressão artística. O questionário foi enviado tanto de uma forma aleatória, como enviado especificamente a inquiridos dentro das áreas da arte e da moda, de forma a obter um resultado geral, abrangendo percepções com maior e menor conhecimento sobre o tema.

Capítulo 2 – Enquadramento Teórico

2.1 Arte

2.1.1 Abordagem ao Conceito de Arte

A definição de arte é complexa, uma questão que tem sido alvo de atenção por parte de distintos investigadores de distintas áreas, há várias décadas. Segundo George Dickie, a tentativa de definir arte especificando as condições necessárias e suficientes é um esforço antigo (1974). Os pontos de vista sobre a definição de arte são variados, recuando à Antiguidade Clássica com Platão até aos dias mais recentes com pensadores contemporâneos: Danto, Miller, Venturi, Weitz, etc (Refosco, Gursoy, & Broega, 2011). “No sentido de chamar a qualquer obra uma “obra de arte”, esta tem que ter algumas características básicas para poder ser assim classificada” (Refosco et al., 2011, p.57).

Para uma abrangente introdução contemporânea a este problema será bastante referenciado o livro de Noël Carroll, *Philosophy of Art - a contemporary introduction*, que define a arte em vários conceitos-chave, como representação, expressão, qualidades formais e estética. Carroll aborda ainda a Teoria Neo-Wittgensteiniana e as teorias, Institucional e da Definição Histórica da Arte, propostas por George Dickie e Jerold Levinson respectivamente.

Com o interesse de responder à pergunta “o que define arte?” obtém-se dois grupos de filósofos distintos: os que desenvolveram conceitos de arte com condições necessárias que são conjuntamente suficientes e os filósofos que acreditavam que a arte não pode ser definida (Carroll, 2002).

As primeiras teorias de arte conhecidas na filosofia ocidental foram propostas por Platão e Aristóteles. A forma de arte específica que mais os preocupava era a do drama (Carroll, 2002). Como refere Carroll, Platão considerava que a imitação, a simulação de aparências, era a essência do drama, ou seja, que este se baseava na imitação de ações (2002). Para além do drama, Platão e Aristóteles concordavam que a pintura, a dança e a música, sendo as duas últimas acompanhamentos dramáticos, se baseavam também na imitação (Carroll, 2002). Ou seja, como afirma Carroll, para os filósofos nada era uma obra de arte a menos que fosse uma imitação de algo (2002). Assim, “a imitação era pelo menos uma condição necessária para os tipos de práticas que chamamos de arte” (Carroll, 2002, p.21). No livro *Philosophy of Art - a contemporary introduction*, Noël Carroll argumenta que a arte do século XX acabou por mostrar que esta teoria é falsa pois pinturas populares como as de Yves Klein demonstram que não pretendem imitar nada (2002). Contudo, a teoria de Platão e Aristóteles não era assim tão falsa visto que na altura as práticas de arte se baseavam realmente a imitar a natureza mas, com o tempo, a arte foi-se reinventado de forma a mostrar que tal teoria era muito limitativa para a definir.

A Teoria Representacional surgiu como resposta ao problema trazendo o termo de representação, onde a imitação é uma subcategoria (Carroll, 2002). Segundo esta teoria, uma obra de arte é uma representação de outra coisa, sem ter de se parecer com ela, e que é reconhecida pelo público como tal (Carroll, 2002). Mas claro, rapidamente se encontram obras de arte que não são representações de nada em específico, como por exemplos obras arquitetônicas (Carroll, 2002). “Nem a teoria da imitação da arte nem a teoria representacional mais ampla da arte parecem bem-sucedidas” (Carroll, 2002, p.26). No entanto, Carroll fala ainda de uma variação mais recente da Teoria da Arte Representacional, a qual se pode chamar de Teoria Neo-Representacional (2002). De acordo com esta teoria, uma obra de arte é qualquer coisa que necessariamente expressa algo sobre algum assunto, tem algo a dizer, possui conteúdo semântico (Carroll, 2002). Mas, mais uma vez, a teoria não se mostra muito credível quando se fala por exemplo em obras de arquitetura ou outras obras que não foram concebidas com o objetivo de abordar o conceito de beleza (Carroll, 2002). Como Carroll afirma, as obras de arte decorativa são um exemplo de obras que por si só são belas, sem terem o objetivo de refletir sobre o conceito (2002).

Se até então as teorias de arte se baseavam na representação do exterior, a partir do séc. XIX a história muda. Os artistas começaram a olhar mais para dentro e menos para fora, preocupando-se mais com os seus sentimentos e com a maneira como experimentavam o exterior a partir do interior. Como consequência, surgiram as teorias da arte como expressão. “Embora as teorias da arte da expressão sejam diferentes em muitos aspectos, um tipo de teoria, popularizada por Leo Tolstoy, considera a expressão como uma forma de comunicação. Quando eu me expresso para si, eu comunico para si” (Carroll, 2002, p.61). Segundo Carroll, de acordo com esta teoria o que diferencia a arte de outras formas de comunicação é que esta se foca em expressar junto do público a emoção sentida pelo artista (2002). Podendo-se então concluir, segundo a mesma teoria, que existem três condições necessárias: um artista, uma audiência e um sentimento partilhado (Carroll, 2002). Contudo, um artista pode expressar os seus sentimentos criando uma obra de arte e decidir não partilhá-la com o público (Carroll, 2002). Assim, pode-se concluir mais uma vez que estas condições não são necessárias para definir arte, “afinal de contas, uma obra de arte exibida é a mesma que não é exibida” (Carroll, 2002, p.67).

Para além da Teoria da Expressão de Arte, também o Formalismo apareceu como reação à Teoria Representacional (Carroll, 2002). Influenciada pelos movimentos artísticos da altura, como o Cubismo e o Minimalismo, o Formalismo afirma que a condição que está presente em toda a obra de arte é a forma (Carroll, 2002). De acordo com Carroll, a teoria diz que “X é uma obra de arte se e somente se X for projetado principalmente para possuir e exibir forma significativa” (2002, p.115). Assim, não negando a existência de representação em obras de arte, a Teoria Formalista considera que a forma significativa é o que faz algo ser uma obra de arte (Carroll, 2002). “Ou seja, o conteúdo representacional é sempre estritamente irrelevante para determinar se um candidato é ou não uma obra de arte” (Carroll, 2002, p.116). Mas não existem obras de arte reconhecidas principalmente pelo seu valor representacional? Carroll dá os

exemplos de *Guernica*, de Pablo Picasso, que representa o bombardeamento à cidade Guernica, e da arte tradicional que era basicamente religiosa ou política (2002). Assim, pode-se concluir que também o Formalismo não demonstra ser uma teoria infalível de arte.

O Neoformalismo, por outro lado, já considera que uma obra de arte para ser considerada como tal tem de possuir forma, conteúdo, e estes dois têm de estar relacionados de maneira satisfatoriamente apropriada (Carroll, 2002). “Mas, como já vimos, nem toda a arte atende a essa condição. Algumas obras de arte não têm significado. Algumas obras de arte são exclusivamente dedicadas à produção de um efeito no público” (Carroll, 2002, p.131).

Uma outra teoria da arte é a Teoria da Estética que, tal como o nome indica, liga a arte e a estética. Segundo os teóricos da estética, não se pode falar de arte sem invocar o conceito de experiência estética (Carroll, 2002). Segundo Carroll, a Teoria da Estética defende que uma obra de arte é concebida com o objetivo de suportar experiências estéticas (2002). A definição estética de arte pode vir de várias formas, dependendo da sua conceção de experiência estética mas, como refere ainda o autor, nenhuma delas fornece condições suficientes para a definição de arte (2002). Carroll considera que estas teorias são demasiado amplas, incluindo artefactos humanos que não são obras de arte, e limitadas, excluindo a arte antiestética (2002). “Assim, as teorias estéticas da arte não são teorias de arte adequadas e abrangentes” (Carroll, 2002, p.202).

Até agora foi possível tomar conhecimento de várias teorias, como a Teoria Representacional da Arte, o Neorepresentacionalismo, a Teoria da Expressão, o Formalismo, o Neoformalismo e as Teorias Estéticas da Arte, que tentam definir arte com condições necessárias conjuntamente suficientes. Todas estas teorias mostraram ser insuficientes no objetivo de tentar identificar toda e qualquer obra de arte. Mas como já foi referido no início deste subcapítulo, existem teorias que defendem que a arte não pode ser definida por condições necessárias.

Segundo Carroll, o grupo de filósofos que consideram que a arte não poder ser definida foi influenciado pelo livro *Investigações Filosóficas* de Ludwig Wittgenstein, podendo ser chamados de “Neo-Wittgensteinianos” (2002).

A filosofia da arte Neo-Wittgensteiniana, portanto, tem três partes. Primeiro, há o argumento do conceito aberto. Isso tem um lado positivo e um lado negativo. O lado positivo é a caracterização do conceito de arte como um conceito aberto. O lado negativo ou crítico é a rejeição da proposição de que a arte pode ser essencialmente definida por meio de condições necessárias e suficientes. A segunda parte da visão Neo-Wittgensteinianos é o método da semelhança familiar. Essa parte pode ser chamada de reconstrutiva: ela tenta reconstruir o modo como identificamos e classificamos objetos como arte. A última parte da posição é de reabilitação: ela propõe recuperar o que vale a pena nas teorias de arte existentes, relendo-as como contribuições inconscientes para a crítica de arte (Carroll, 2002, p.217).

Assim, os Neo-Wittgensteinianos negam qualquer definição essencial de arte, no sentido de haver condições necessárias. Na possibilidade de a arte ser definida por estas condições necessárias que são conjuntamente suficientes, como Carroll refere, Morris Weitz afirma que isso seria incompatível com a conceção da prática de arte como aquela que oferece a possibilidade permanente de mudança, expansão e novidade (2002). A teoria defende assim que o termo arte deve ser um conceito aberto. Contudo, os Neo-Wittgensteinianos concordam que é preciso alguma maneira para identificar arte, sem ter que ser uma definição (Carroll, 2002). Como refere Carroll, “segundo Wittgenstein, eles pensaram que o procedimento que devemos seguir é o que eles chamam de método de semelhanças familiares” (2002, p.209). Para explicarem o método de semelhança familiar, os filósofos referem a análise de jogos que Wittgenstein faz nas suas investigações filosóficas. Segundo Wittgenstein, existem inúmeros jogos diferentes, uns que envolvem competição, outros não, uns que envolvem equipamentos, outros não, e assim adiante (Carroll, 2002). Apesar de não existir condições necessárias que definam qualquer jogo que exista no mundo, as pessoas conseguem identificar uma atividade como sendo um jogo (Carroll, 2002).

Fazemos isso observando se se assemelha ou não em aspectos significativos com algumas coisas que já consideramos como jogos paradigmáticos. Quando certas atividades de computador surgiram, nós consideramo-los como jogos por causa de muitas semelhanças com coisas que já consideramos como jogos paradigmáticos: envolviam competição, pontuação, *turn-taking*, contadores, tempo de lazer e assim por diante (Carroll, 2002, p.213).

No fundo, a filosofia da arte Neo-Wittgensteiniana defende a abordagem da semelhança de família que explica como é possível distinguirmos a arte da não-arte sem invocar as características necessárias e suficientes que essencialmente definem a arte, mas identificando obras de arte em termos de semelhanças com obras de arte paradigmáticas (Carroll, 2002). A Teoria Neo-Wittgensteiniana foi a filosofia de arte que dominou as décadas de 1950 e 1960. Contudo, dúvidas começaram a surgir em relação à ideia do conceito aberto e da semelhança de família, passando assim a dominar nas décadas de 1970 e 1980 duas influentes teorias: a Teoria Institucional da Arte e a Definição Histórica da Arte (Carroll, 2002).

Existem numerosas versões da Teoria Institucional, contudo, a mais abordada é a de Dickie (Carroll, 2002). A Teoria Institucional defendida por George Dickie afirma que uma obra de arte no sentido classificatório é, em primeiro lugar, um artefacto e, em segundo lugar, um conjunto de aspetos dos quais lhe foi conferido o *status* de candidato a apreciação por alguma pessoa ou pessoas, agindo em nome de uma certa instituição (o mundo da arte) (Dickie, 1974). Aqui, quando se fala em artefacto fala-se num produto do trabalho humano, não tendo de ser obrigatoriamente um objeto, mas uma performance, por exemplo, é também considerada um artefacto (Carroll, 2002). George Dickie afirma ainda que

A teoria institucional da arte pode soar como dizendo, “uma obra de arte é um objeto do qual alguém disse ‘eu batizo este objeto de uma obra de arte’. E é mais ou menos assim, embora isso não signifique que conferir status de arte seja uma questão simples (Dickie, 1974, p.436).

Dickie conclui que “a teoria institucional da arte não revela tudo o que arte é capaz de fazer. Ainda há muito a ser dito sobre os tipos de coisas que a arte pode fazer” (Dickie, 1974, p.437). Na verdade, segundo Carroll, esta teoria não parece muito viável pois existe a possibilidade de o homem criar uma obra de arte e não expor ao público, mostrando assim como as relações sociais não são uma condição necessária para identificar arte (2002). Noël Carroll dá como exemplo as disposições das pedras Neolíticas que não foram feitas com objetivo de mostrar a um público (2002). Mas então o que as faz serem consideradas uma obra de arte? Segundo a Definição Histórica da Arte foi a intenção do criador de promover prazer visual, assim será fácil reconhecê-las como arte, já que prazer visual é um motivo conhecido como sendo motivo para a criação de arte (Carroll, 2002).

A Definição Histórica da Arte defendida por Jerrold Levinson afirma que algo é uma obra de arte se pretende apoiar algum aspeto bem precedente da arte (Carroll, 2002). Tal como Carroll refere,

A Definição Histórica da Arte sustenta que é condição necessária da arte que ela seja subscrita por uma certa intenção por parte de seu criador: uma intenção de oferecer o artefacto para alguma arte reconhecida. O adversário da definição histórica nega que tais intenções sejam sempre necessárias. Às vezes, o simples fato de que um artefacto pode ser usado para servir uma função historicamente reconhecida é suficiente para chamar um objeto de arte, independentemente da intenção do criador original (Carroll, 2002, p.249).

Outra teoria acerca da definição de arte foi ainda proposta por Arthur Danto. Este autor afirma que a arte é definida em termos da sua estrutura histórica e teórica, isto é, a sua institucionalização é realizada a um nível abstrato (Danto, 1964). Segundo o autor, é essencialmente a teoria por detrás de uma obra de arte que o leva para o mundo da arte, pois sem essa teoria muitas vezes seria impossível reconhecer uma obra como sendo arte, dando o exemplo das caixas *Brillo* de Andy Warhol (Danto, 1964). A sua teoria foi inicialmente confundida como uma Teoria Institucional. Contudo, no seu livro *A Transfiguração do Lugar Comum*, Danto afirma que

aprender que um objeto é uma obra de arte é saber que ele tem qualidades que faltam ao seu símile não-transfigurado e que provocará reações estéticas diferentes. E isso não é institucional, mas ontológico — estamos lidando com ordens de coisas completamente diferentes (Danto, 2005, p.157).

No fundo, o filósofo defende que obras de arte se diferenciam de coisas banais por qualidades que não são perceptíveis através dos sentidos. As obras de arte são metafóricas, algo que tem de ser interpretado, que provém do mundo invisível. “Ver algo como arte requer algo que o olho não pode repudiar – uma atmosfera de teoria artística, um conhecimento da história da arte: um mundo da arte” (Danto, 1964, p.580).

Depois de analisar as duas teorias, Carroll considera que tanto a Teoria Institucional da Arte quanto a Definição Histórica da Arte se mostraram também inconclusivas (2002). Desta forma, o autor pensa que a resposta é fornecer uma “narrativa histórica” (Carroll, 2002). Tal abordagem para classificar obras de arte estabelece o *status* da arte de um candidato ao conectar o trabalho em questão a obras de arte e práticas previamente reconhecidas. Carroll privilegia desta forma o método da narração histórica por uma razão: todas as famosas teorias da arte foram destruídas pelo aparecimento de inovações de vanguarda (2002). "Comparado a essas abordagens, o método da narração histórica não tem nada a temer da vanguarda; como um procedimento para identificar a arte, ela é bem adaptada para incorporar as mutações da vanguarda na evolução contínua da arte” (Carroll, 2002, p.264). A narração histórica surge, portanto, como a ferramenta classificatória e o método preferido de Carroll para lidar com desenvolvimentos modernos e contemporâneos (Miller, 2007).

Concluindo, é possível ver como o desacordo em relação a esta problemática é grande e consistente. O desacordo é tal que já existe uma grande quantidade de arte dedicada a abordar a questão da sua própria natureza (Carroll, 2002). Depois de uma revisão às várias tentativas de definição da arte é notável que ninguém foi capaz de articular uma definição satisfatória de arte e que, portanto, parece improvável poder-se identificar uma obra de arte através de condições fechadas e necessárias. Tal como o próprio Carroll se questiona “muitos dos nossos conceitos não são governados por definições essenciais. Então, porquê supor que a arte é?” (2002, p.266). A arte como conceito aberto parece ser a resposta mais viável ao problema, visto que qualquer tentativa de provar o contrário mostrou-se falível até então. Se realmente existisse uma definição essencial de arte então não seria tão difícil de a estipular (Carroll, 2002).

“Arte” em si é um conceito aberto. Novas condições (casos) surgiram constantemente e, sem dúvida, surgem constantemente; novas formas de arte, novos movimentos surgirão, o que exigirá decisões por parte dos interessados, geralmente críticos profissionais, quanto à extensão ou não do conceito. Esteticistas podem estabelecer condições, mas nunca condições necessárias e suficientes para a correta aplicação do conceito. Com a “arte”, as suas condições de aplicação nunca podem ser exaustivamente enumeradas, pois novos casos sempre podem ser previstos ou criados por artistas ou até pela natureza, o que exigiria uma decisão da parte de alguém de estender ou fechar o antigo conceito ou inventar um novo.

O que estou a argumentar então é que o caráter muito expansivo e aventureiro da arte, as suas mudanças sempre presentes e novas criações tornam logicamente impossível garantir qualquer conjunto de propriedades definidoras (Weitz, 1956, p. 32).

Um fator ilustrativo desta crença é a história da arte no séc. XX. Com o surgimento de teorias que definiam a arte com condições necessárias e fechadas, e uma vez que os artistas contemporâneos tomavam conhecimento das mesmas, eles faziam arte para confundir tais perspectivas sobre a arte, como por exemplo a *Fountain* de Duchamp (Carroll, 2002). Ao tentarem fechar o conceito de arte, os artistas criavam para demonstrar o contrário. Segundo Morris Weitz, as teorias de arte erraram pelo simples motivo de tentarem definir aquilo que não pode ser definido (Weitz, 1956).

No livro *As Teorias da Arte*, Jean Luc Chalumeau apresenta uma vastidão de opiniões pertinentes sobre o que é arte de acordo com as várias épocas da história. Na antiguidade, Platão afirmava que “a beleza absoluta poderia apenas existir nas figuras geométricas, nas cores puras, nos sons puros: a beleza é uma abstração.” (citado por Chalumeau, 1997, p. 25). Com idêntica opinião, Aristóteles declarava que o belo não é a essência da arte, mas que para ele a beleza da natureza é superior à da arte (citado por Chalumeau, 1997). Já Plotino afirmava que “o artista transforma a matéria (o feio) numa forma racional (o belo) (Citado por Chalumeau, 1997, p. 28). Segundo Chalumeau, Plotino considera que é a arte que permite transcender a natureza (1997).

Ultrapassando a ideia de que a arte se limita apenas a imitar a natureza, alguns autores enfatizam a importância da imaginação para a criação artística. Eugene Delacroix declara que “as mais belas obras de arte são aquelas em que se exprime a fantasia pura do artista.” (citado em Chalumeau, 1997, p. 57). Na mesma linha de pensamento, Cennino Cennini afirma:

Para a arte a que chamamos a arte da pintura é necessário possuir imaginação para, através do trabalho da mão, encontrar coisas que ainda não foram vistas (que tenham aparência de coisas naturais) e de as fixar com a mão, mostrando como real o que o não é (citado por Chalumeau, 1997, p. 32).

Portanto, torna-se essencial que o carácter individual seja expresso e isso é conseguido através da imaginação que é única em cada indivíduo. Segundo Delacroix, a tarefa do artista “é «ir buscar à sua imaginação os meios de representar a natureza e os efeitos» e expressá-los segundo o seu temperamento particular” (citado por Chalumeau, 1997, p. 57). Ou seja, as obras de arte são produzidas pela imaginação do artista que interpreta a realidade de uma forma única e de seguida a torna física. “A imaginação criadora de obras de arte não foge da realidade; pelo contrário, penetra-a, colhe nela o aspecto que a identifica como o modo de sentir do artista” (Venturi, 2007, p.19). Desta forma, as sensações e os sentimentos são o que originam qualquer obra de arte (Venturi, 2007). Tal como o historiador e professor de arte Lionello Venturi

defende, “o valor de uma obra de arte não depende daquilo que a inspirou, mas do modo como a inspiração foi elaborada pela imaginação.” (2007, p. 26). Ao obter a inspiração através de sensações que provêm da interação com o real, o artista cria segundo a sua própria interpretação. Ao fazê-lo, Kant defende que a essência da arte é uma finalidade sem fim, que não existe uma razão específica para a sua existência e, “no entanto, as suas partes surgem tão cheias de sentido, tão ligadas entre si, tão necessariamente situadas no seu lugar, como se concorressem para a consecução de um fim plenamente determinado” (citado por Simmel, 2014, p.91). Assim, ainda segundo Kant, “uma obra de arte só pode ser compreendida e julgada por si mesma”, o valor desta está em si mesma, em todas as partes que a constituem e que formam um só (citado por Venturi, 2007, p. 28).

Venturi declara ainda que uma forma artística é criada, e não inventada ou copiada, e que esta se distingue pela sua criatividade (2007). Para o autor, a obra de arte é tanto concreta como abstrata: concentra porque o seu conteúdo pertence ao mundo da vida e abstrata porque a sua forma é o resultado de um distanciamento mental feito pelo artista do mundo físico (2007). Qualquer atividade mental produz sempre um conhecimento, existindo, contudo, tipos de conhecimento distintos: o conhecimento científico; o conhecimento místico; e o conhecimento artístico (Venturi, 2007). Venturi explica:

O conhecimento científico alcança-se por meio de tipos e categorias, que a razão formula como verdades. O conhecimento místico deve-se à completa dedicação do indivíduo ao universal, sem recorrer à razão. O conhecimento artístico também não se deve à razão mas, em vez de ser dedicação ao universal, é conhecimento do individual, de um individual em que o universal presumivelmente se espelha. A pintura de uma paisagem representa alguns fragmentos do mundo individualizados, como uma certa árvore, um certo rio, uma certa montanha. Mas essas individualizações só se transformam em obra de arte enquanto criações da imaginação do artista e é a imaginação humana que pertence ao mundo do universal e do infinito. Isto é: aquela pintura de uma paisagem é o conhecimento de um indivíduo, por exemplo, uma árvore, mas no qual a imaginação do artista imprimiu o valor de um universal humano.

Sentidos e sentimentos variam de homem para homem, até mesmo de momento para momento da vida de cada homem. A imaginação criadora varia de artista para artista e mesmo de obra para obra em cada artista. Por isso qualquer obra de arte é única, as formas de arte são infinitas e a perfeição de forma não existe. Isto é: todas as formas são perfeitas quando são criadas. (...)

Para perceber se é perfeita, não se deve compará-la com outras formas ou com um determinado tipo de forma (como a forma clássica), mas reconstruir a personalidade do artista e compreender se ela foi absorvida na própria imaginação criadora (Venturi, 2007, p.20-21).

Por fim, o autor refere a importância da naturalidade e da espontaneidade na criação de uma obra de arte, que são factos ilustrativos de que a imaginação do artista não provem do vazio mas sim de sentimentos e sentidos provenientes da “<<natureza>> do Homem” (Venturi, 2007, p.25). “Se a personalidade é ou não verdadeiramente artística, só a intuição das suas obras nos pode dizer” (Venturi, 2007, p.29).

“A arte alimenta-se de ingenuidades, de imaginações infantis que ultrapassam os limites do conhecimento; é aí que se encontra o seu reino.
Toda a ciência do mundo não seria capaz de penetrá-lo.”

Lionello Venturi (Wikipedia, 2020)

2.1.2 Movimentos Artísticos do Séc. XX

Em geral, a arte do século XX foi sobre a mudança de perspectiva (Lee, 2016). A maneira de ver e compreender as coisas foi mudando e isso fez com que os artistas abandonassem a perspectiva linear e encontrassem novas formas de representar a realidade (Lee, 2016). Dentro dos inúmeros movimentos artísticos que tiveram origem no século XX, serão apenas abordados aqueles que foram considerados mais relevantes.

Expressionismo

Diz-se ter sido Matisse o primeiro a aplicar o termo «Expressionismo» (Pereira, 1987). Na primeira década do séc. XX, “Matisse empregava frequentemente o termo «expressão» acompanhado do de «sensibilidade»” (Pereira, 1987, p.211). O Expressionismo surgiu como oposição ao Impressionismo e ao racionalismo das formas e ao equilíbrio das sensações cromáticas que tanto caracterizavam a pintura do séc. XIX (Pereira, 1987). Este movimento permitiu trazer de volta o drama do homem à obra plástica, passando esta a representar a percepção do artista à cerca da realidade (Pereira, 1987). São as experiências emocionais que levam o artista a querer transpor tais sensações para o plano físico, criando assim uma obra de arte representacional das suas próprias inquietações interiores (Pereira, 1987).

No fundo, “a integração do drama humano e a imaginação, como ponto de partida e base da representação, caracterizam, pois, esta nova concepção da arte” (Pereira, 1987, p.211). O movimento enfatizava a autoexpressão, a cor e as emoções (Lee, 2016). Kandinsky e Klee são exemplos de artistas bastante famosos que pertenceram a este movimento (Lee, 2016).



Fig.1 - Wassily Kandinsky – *Mountain Landscape with Church*, 1910. Fonte: *Widewalls*

Fauvismo

Tal como o Expressionismo, o Fauvismo reage contra os valores impressionistas do século anterior (Pereira, 1987). Contudo, ao contrário dos expressionistas, os fauvistas fizeram propostas de carácter plástico, mostrando o fascínio pelas cores puras (Pereira, 1987).

“No Salon d’Automne de 1905, em Paris, as obras de Henri Matisse (1869-1954), Georges Rouault (1871-1958), e André Derain (1880-1954) provocam escândalo”, cita Ferrari (2001, p.23). Foi aí que o crítico Vauxcelles os define de «*fauves*», que significa «feras», devido à violência dos seus trabalhos que se destacavam pela distorção das formas e das cores (Ferrari, 2001).

Segundo Pereira, foi Matisse que deu corpo à teoria fundamental do Fauvismo (1987). “Nas suas obras procura a captação de cores puras sobre plano liso, tentando transmitir ao espectador sentimentos de pureza, tranquilidade, sem interferência de assuntos inquietantes” (Pereira, 1987, p.215). Ferrari considera que o que atraiu Matisse e outros *fauves* foi uma forma de pintar mais dramática e mais sentida (2001). Assim, o temperamento do criador era mais relevante que regras de composição ou a escolha cromática segundo a realidade (Ferrari, 2001). O que importa é que os elementos que compõem a obra, principalmente as cores, “correspondam às necessidades do pintor” (Ferrari, 2001, p.32).



Fig.2 - Henri Matisse – *Woman with a Hat*, 1905.
Fonte: Wikipedia

Cubismo

O Cubismo sugeriu uma nova concepção da realidade, uma nova forma de olhar para o mundo (Pereira, 1987). Este movimento recusava a natureza e reconstruía o mundo logicamente, representando-o de forma bidimensional, geométrica (Pereira, 1987).

A primeira fase do cubismo, com efeito, nasceu entre 1906 e 1907 (...), no quadro «Les Demoiselles d'Avignon» de Picasso ou, melhor, na metade direita dessa obra, onde, à semelhança de uma escultura negra, as formas são construídas por planos violentamente contratados, numa arquitectura bem sublinhada (...) (Pereira, 1987, p.217).

Artistas como Delaunay e Mondrian juntaram-se ao movimento cubista em 1909 e 1912, respetivamente (Pereira, 1987). Como aponta Pereira, “o Cubismo representou um dos momentos fundamentais da história da pintura europeia” (1987, p.227). Tendo evoluído de formas e propostas de Cézanne relacionadas com volume e espaço, o Cubismo propôs olhar-se de uma forma completamente nova para o mundo, propondo um espaço bidimensional, o primeiro passo para a criação de um espaço moderno (Pereira, 1987). “Apollinaire explica a modernidade dos pintores cubistas pela superação da geometria euclidiana e a exploração da quarta dimensão”, cita Ferrari (2001).

Na génese do Cubismo serão determinantes as influências exercidas sobre Picasso e Braque, tanto pela escultura africana como pelas artes primitivas. De igual modo foi importante o conhecimento da arte de Cézanne, vista por ambos no Salão de Outono de 1907 e, ainda, a publicação da carta deste a Émile Bernard, onde se encontra a seguinte frase: «Tratar a natureza pelo cilindro, a esfera, o cone.» Quanto a Picasso, serão também determinantes as influências da própria escultura ibérica (Pereira, 1987, p.227).

O movimento em questão teve duas fases: o cubismo analítico e o cubismo sintético (Ferrari, 2001). O cubismo analítico tratou as formas geometricamente, fragmentando-as pela utilização da linha e planos e possibilitando assim a representação de um objeto de vários pontos de vista, propondo assim a mobilidade do observador (Pereira, 1987). Desta forma, a primeira fase quase que desaguou na abstração (Ferrari, 2001). “Após a experiência do cubismo analítico, os cubistas apercebem-se da urgência de recompor a realidade, que se tem de sondar mais profundamente e não dissolver”, explica Ferrari (2001, p.38). Esta fase destacou-se pelas colagens de “pedaços da realidade”, que permitia com que as pinturas se tornassem mais tangíveis (Ferrari, 2001, p.38).

Ferrari afirma que o Cubismo não é abstração, mas pretende penetrar a realidade de forma mais profunda possível (2001). O seu objetivo é mostrar todos os ângulos de um objeto ou figura e não se contentar apenas com uma simples reprodução incompleta (Ferrari, 2001).

Entre os vários pintores cubistas, Picasso e Braque foram os que mais se destacaram (Pereira, 1987). A autora Silvia Ferrari aponta também o artista Robert Delaunay e a sua mulher Sonia que constituíram o movimento designado de “orfismo”, movimento que realçava “o interesse pelos valores líricos das relações cromáticas, embora analisadas de acordo com critérios de ascendência cubista” (2001, p.39). Para além de pintar, Sonia Delaunay também criou peças de roupa feminina (Michalska, 2016). Tal como o seu marido Robert comentou, Sonia deu a sua criativa e bastante harmónica conceção sobre a utilização dos tecidos, que até então eram tratados como papéis de parede, ao pensar em todas as suas transições desde o tecido plano às roupas finais (Michalska, 2016). Sonia explicou:

All [my] works were made for women, and all were constructed in relation to the body. They were not copies of paintings transposed on to women’s bodies, as one couturier has done with Mondrian and Pop Art [...] I find all that completely ridiculous. It’s a promotional medium, but it isn’t a basis for either development or construction: it’s a circus (Michalska, 2016).



Fig.3 - Pablo Picasso – *Les Femmes d'Alger (O Version O)*, 1907. Fonte: Wikipedia



Fig.4 - Robert Delaunay – *Endless Rhythm*, 1934. Fonte: Wikimedia Commons



Fig.5 - Sonia Delaunay – Sonia e duas amigas no estúdio de Robert Delaunay, Paris 1924.
Fonte: *Daily Art Magazine*



Fig.6 - Sonia Delaunay – *Sonia Delaunay's Dresses*. Fonte: *Daily Art Magazine*

Futurismo

Foi em 1910, depois do manifesto já publicado por Marinetti em Paris, que alguns artistas italianos publicaram um novo texto fundador do Movimento Futurista (Pereira, 1987).

No seu manifesto de 1910, defendendo o divisionismo como «essencial complementarismo inato para o pintor moderno», libertado das falsas cores betuminosas dos museus, os futuristas proclamavam que «tudo se move, tudo corre, tudo se transforma rapidamente: um perfil nunca está imóvel mas aparece e desaparece sem parar; o autocarro lança-se dentro das casas que ultrapassa e por seu lado as casas precipitam-se sobre o autocarro, fundem-se nele». Desprezando todas as formas de imitação, o futurismo foi a primeira estética a dar a abstracção como fim do seu caminho – e aos futuristas se devem algumas das primeiras obras abstractas (Pereira, 1987, p.235).

O Futurismo negou o passado e tudo o que era tradição, para se focar e orientar para o futuro (Pereira, 1987). Assim, como Pereira afirma, o movimento procurou representar figuras em ação através da representação simultânea de posições sucessivas (1987). No fundo, o Futurismo experimentou pintar/representar a relação de espaço-tempo, criando assim um dinamismo total através da decomposição de cores e formas (Pereira, 1987). Dinamismo é realmente a palavra-chave deste estilo artístico que acredita ser a única forma de se poder representar o dinamismo universal (Pereira, 1987).

No fundo, segundo Ferrari, “os futuristas pretendem reproduzir a realidade no seu perpétuo devir, na sua presença feita de passado mas que já anuncia o futuro” (2001, p.40). Por pretender abranger todos os domínios do real, o movimento não se limitou apenas à pintura e chegou então também à escultura, ao teatro, à música, à arquitetura, à literatura e ao cinema (Ferrari, 2001).



Fig.7 - Umberto Boccioni – *Unique Forms of Continuity in Space*. Fonte: *Widewalls*

Arte Abstrata

Segundo Pereira, as origens da Arte Abstrata podem-se encontrar no período neolítico, contudo, esta ganha a sua importância no século XX (1987). A pintura abstrata propôs um processo criativo mais intelectual onde o pintor criava a sua ideia sobre o objeto e onde se refletia à cerca da própria arte (Pereira, 1987). Neste movimento, destacaram-se dois artistas: Klee e Kandinsky (Pereira, 1987). Como explica Pereira, cada um desenvolveu o seu estilo pessoal:

Klee é um poeta do colorido, associado a uma permanente fantasia inventiva. Nas suas telas todos os elementos delicadamente se acordam: linhas, formas e cores, numa invenção puramente imaginária, sem referências imediatas ao real. Kandinsky pode justamente considerar-se um dos primeiros a praticar uma arte abstracta. O seu universo formal, reflectindo as considerações teóricas expressas em obras com «O espiritual na arte» ou «Espaço Ponto Linha», não remete para a identificação da realidade exterior, mas é expressão de recordações de infância, de lugares e objectos difusamente aparecidos à consciência na idade adulta (Pereira, 1987, p.268).



Fig.8 - Paul Klee – Pintura de Maio. Fonte: *Met Museum*

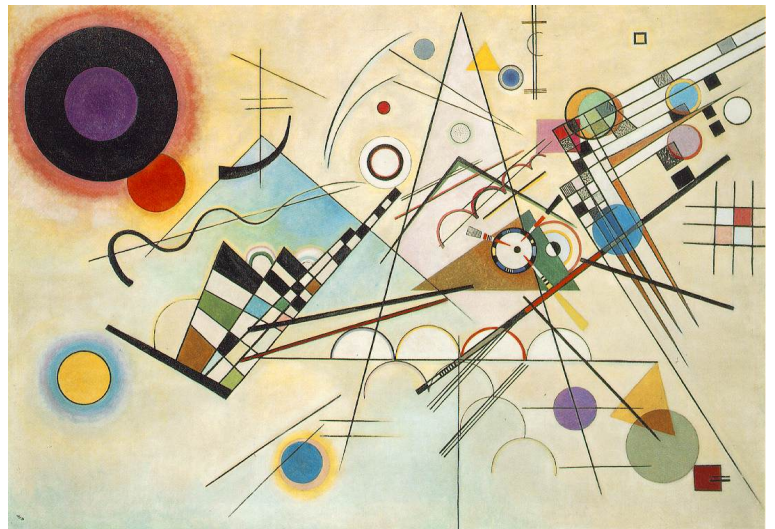


Fig.9 - Wassily Kandinsky – Composição VIII. Fonte: *Wikipedia*

Neoplasticismo

O Neoplasticismo nasceu em 1917 na Holanda, também conhecido como *De Stijl* devido ao título da revista que continha os principais pressupostos teóricos do movimento (Pereira, 1987). A grande preocupação do Neoplasticismo era de carácter plástico, como explica Pereira:

Sobre a superfície da tela pretendem os pintores organizar uma obra pura. Para tanto utilizam, sobretudo, três cores primárias: o vermelho, o preto e o azul, a que juntavam, em menor percentagem, o preto e o branco.

Inseridas no movimento mais vasto da arte abstracta, as obras dos neoplasticistas representam um equilíbrio consante entre formas rectangulares coloridas e segmentos de recta desenhados a preto (Pereira, 1987, p.269).

Tal como no Cubismo, a pintura neoplástica tratava o espaço bidimensionalmente de forma a não incluir perspectivas, refere Pereira (1987). Um dos nomes principais deste movimento foi Piet Mondrian cujo estilo é caracterizado pela pintura geométrica, pelo equilíbrio de cor e forma, os seus retângulos coloridos em fundos neutros, as suas linhas verticais e horizontais e, em geral, o seu jogo rítmico de composição (Pereira, 1987).

Em geral, e tal como Ferrari cita, o Cubismo pretendeu “exprime-se em termos universalmente válidos, e por isso renúncia a qualquer manifestação de emotividade e de individualidade que, em geral, são expressas por formas morfológicas complexas e excessos cromáticos” (2001, p.51).

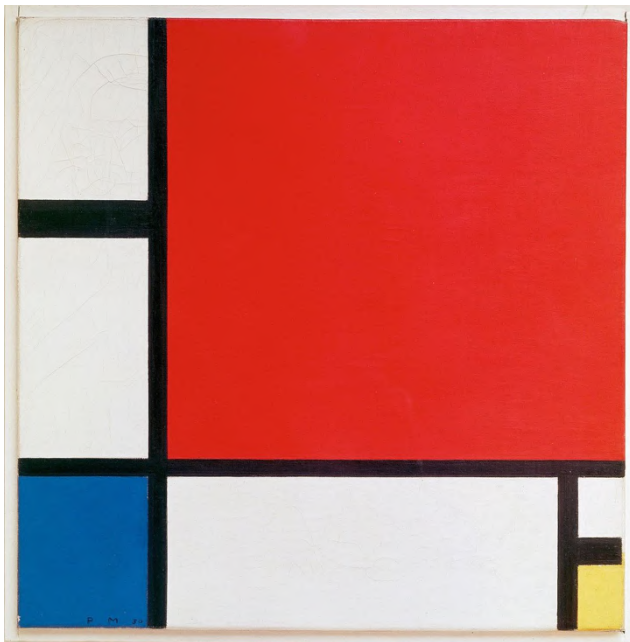


Fig.10 - Piet Mondrian – Composição II em Vermelho, Azul e Amarelo. Fonte: *Wikipedia*



Fig.11 - Yves Saint Laurent – Vestido Mondrian. Fonte: *Met Museum*

Dadaísmo

O Movimento «Dada», cujo nome não tem um significado específico propositadamente, surgiu por volta de 1916 na Europa e na América como revolta contra os princípios absurdos que sustentavam a guerra (Pereira, 1987). O choque provocado pela Primeira Guerra Mundial fez com que os dadaístas desprezassem os valores ocidentais e quisessem começar do zero, possibilitando assim uma nova fase vivencial e cultural (Pereira, 1987).

Particularmente significativos do espírito dada são os «*ready made*» de Duchamp. Estes objectos já fabricados eram retirados do seu contexto usual, sofriam pequenas intervenções ou mudavam apenas de significado após a colocação de um título. Conhecendo a tradição cultural do Ocidente e as suas concepções de objecto artístico, pretendiam os dadaístas provocar um choque na opinião pública e levá-la, pelo absurdo, a uma revisão dos seus valores.

O permanente estado de provocação pretendido pelos dadaístas (a começar pela escolha do nome do grupo), com repetido recurso a um humor desmistificador, visava chamar a atenção para o absurdo reinante.

Por outro lado, os dadaístas proclamavam a importância dos valores da liberdade e espontaneidade no processo criativo, abrindo por isso caminho aos surrealistas (Pereira, 1987, p.279).

No fundo, ao mesmo tempo que os dadaístas provocavam e questionavam os valores ocidentais, estes também propunham uma nova forma de olhar para as coisas muito mais livre. Tal como refere Ferrari, visto que a arte passou a ser vista como uma atividade individual, a própria ideia de beleza “morreu” e com ela também a crítica de arte e a relação de dependência entre o artista e o público (2001). O Dadaísmo não pretendia ter um estilo próprio e, como prova disso, foram as criações de Duchamp que eram compostas de objetos retirados do quotidiano e consideradas obras de arte somente pela sua assinatura (Ferrari, 2001). Marcel Duchamp mostrou um grande desprezo pela obra de arte em si e revelou ao homem o seu poder de eleger o que quiser sobre título de arte (Pereira, 1987).

Tendo assumido uma posição anti-arte, o Dadaísmo criou novos conceitos estéticos, “provando que «a arte pode ser reduzida a zero, sem deixar de existir»”, afirma Seuphor (Pereira, 1987, p.272).



Fig.12 - Marcel Duchamp – *Fountain*, 1917. Fonte: *Widewalls*

Surrealismo

O Surrealismo surgiu depois do Dadaísmo perder a sua força, baseando-se nas teorias psicanalíticas de Freud (Pereira, 1987). Assim, tal como refere Pereira, o movimento começa a explorar a questão do inconsciente, criando imagens vindas do psíquico automático, dando muita atenção à atividade onírica (1987). Vindas do interior de cada artista, as pinturas surrealistas eram muito individuais, mostrando um imaginário surpreendente e uma linguagem bastante poética (Pereira, 1987). Contudo,

(...)o Surrealismo tem de ser definido para além do seu aspecto estético e da sua expressão pictural. Ele é essencialmente uma ética, fundamentada na total liberdade de imaginação por sobre os entraves psicológicos e sociais da civilização burguesa – e ultrapassa uma concepção do homem para, em estilo de vida, atingir uma visão do mundo, uma «weltanschauung». Sintetizando o permanente oscilar entre o racional e o supra-sensível, ele marca o ponto de encontro do sonho e da realidade, a «surrealidade», que só a intuição poética pode alcançar (Pereira, 1987, p.227).

Em geral, o Surrealismo procurava uma criatividade automática e a exploração dos próprios sonhos, de potencialidades individuais mais escondidas e por isso mais reais, eliminando assim a utilização da razão, do consciente (Pereira, 1987).

Salvador Dalí foi dos artistas mais conhecidos pelo seu trabalho surrealista (Wikipedia, 2019). Para além da pintura, o artista também enveredou pelo mundo da moda em colaborações com a *couturier* Elsa Schiaparelli nos anos 30 e 40 (Universe, 2017). Ambos trabalhavam com a missão de criar algo novo e, segundo o diretor executivo do Museu Dalí, Hank Hine, “eles reconheceram absolutamente a genialidade um do outro e tinham um profundo respeito” (Yotka, 2017). Hine afirma ainda que a parceria entre Schiaparelli e Dalí era natural, partilhando um lado artístico que se caracterizava por uma ousadia real, “eles compartilharam esse sentimento de fazer coisas surpreendentes que iriam chocar e surpreender” (Cain, 2017). No fundo, ambos partilhavam um senso de criatividade artístico (Universe, 2017). Segundo o site *Dali Universe*, Schiaparelli chegou a aclamar que a sua amizade com vários artistas surrealistas, como Dalí e Man Ray, lhe proporcionou uma fonte de fuga e libertação “da realidade aborrecida de fazer um vestido só para vender” (2017). Para Schiaparelli o *design* de roupa não era uma profissão, mas sim uma arte (Cain, 2017).

Shoe Hat, *Skeleton Dress* e *Lobster Dress* são alguns exemplos das criações feitas por Dalí e Schiaparelli (Cain, 2017; Universe, 2017; Yotka, 2017). Tal como citado por Yotka no site da *Vogue*, o seu processo criativo pareceu ser “*a two-way street*”, onde Schiaparelli pedia a Dalí para fazer o *design* do seu perfume e Dalí pedia a Schiaparelli para interpretar as suas pinturas, como aconteceu com o *Tear Dress* e com o *Skeleton Dress*, ao interpretar as suas formas femininas (2017).

Cain declara no site da *Artsy*:

O artista ficou tão impressionado com o trabalho da designer que, no seu livro *A Vida Secreta de Salvador Dalí* (1942), opinou que a segunda metade da década de 1930 foi definida “não pelas polêmicas surrealistas no café da Place Blanche, ou por o suicídio do meu grande amigo René Crevel, mas pelo estabelecimento de costura, que Elsa Schiaparelli estava prestes a abrir na Place Vendôme.” Com humildade característica, ele continuou: “Aqui novos fenômenos morfológicos ocorreram; aqui a essência das coisas se tornaria; transubstanciado; aqui as línguas de fogo do Espírito Santo de Dalí estavam descendo.” (Cain, 2017).

No fundo, Dalí abraçou a moda pois partilhava do mesmo fascínio pelo tempo, pela fantasia e pela transformação (Persson, 2019). O artista chegou ainda a fazer 3 capas para a revista *Vogue* (Persson, 2019).



Fig.13 - Elsa Schiaparelli em colaboração com Salvador Dalí – *Hat Shoe*, 1937-38. Fonte: *Dali Universe*



Fig.14 - Salvador Dalí – *Three Young Surrealist Women Holding in their Arms the Skins of an Orchestra*, 1936. Fonte: *Artsy*



Fig.15 - Elsa Schiaparelli em colaboração com Salvador Dalí – *Lobster Dress*, 1937. Fonte: *Artsy*



Fig.16 - Elsa Schiaparelli em colaboração com Salvador Dalí – *Tear Dress*, 1938. Fonte: *Spike Art Magazine*



Fig.17 - Elsa Schiaparelli em colaboração com Salvador Dalí – *Skeleton Dress*, 1938. Fonte: *Artsy*



Fig.18 - *Design* de Salvador Dalí do perfume de Elsa Schiaparelli – *Le Roy Soleil* 1946. Fonte: *Artsy*

Expressionismo Abstrato

Desenvolvido nos Estados Unidos e com raízes no Surrealismo, o Expressionismo Abstrato é o primeiro movimento artístico do pós-guerra (Pereira, 1987). Segundo Pereira, Arshile Gorky pode ser considerado um pintor que fez a transição do Surrealismo para o Expressionismo Abstrato ao explorar de forma ousada os seus valores expressivos (1987).

Este movimento, o qual trouxe uma total renovação estética com as suas características emotivas e expressivas, teve dois tipos de pintura distintos: uma identificada pelas obras energéticas e gestuais de Pollock, Franz Kline e Willem de Kooning; e outra identificada por cujo estilo era mais tranquilo e mais puramente abstracto (Pereira, 1987).

Tal como afirma Pereira, o Expressionismo Abstrato tem como artista principal Jackson Pollock (1987). Pollock rejeitou a pintura tradicional de cavalete e, através da técnica *dripping*, que servia nada mais do que um veículo, o pintor expressava as suas emoções de forma espontânea (Pereira, 1987).

«Eu quis expressar os meus sentimentos e não ilustrá-los. A técnica é simplesmente um veículo, um meio para fazer uma afirmação. Quando pinto possuo uma imagem ou uma noção global do que estou tratando. Posso controlar o fluxo de cores; não existe o acaso, como não existe princípio nem fim.»

(Jackson Pollock) (Pereira, 1987, p.303).



Fig.19 - Jackson Pollock – *Lavander Mist, Number 1*, 1950. Fonte: *Widewalls*



Fig.20 - Mark Rothko – *Orange and Yellow*, 1956. Fonte: *Wikiart*

Pop Art

Com a extinção do Expressionismo Abstrato, as telas cobertas de tintas projetadas emocionalmente dão lugar a imagens reais providas do mundo popular (Ferrari, 2001). Assim, nasce a *Pop Art (Popular Art)* que, tal como diz o nome, reproduzia o mundo popular, quase sem interpretação por parte do artista, inspirando-se em elementos da vida quotidiana (Ferrari, 2001). Segundo Pereira,

O termo pop'art, abreviatura de Popular Art, é atribuído ao crítico Lawrence Alloway que o teria utilizado cerca de 1960 para designar uma arte que se referia aos produtos dos mass media ou meios de informação e de cultura das massas, televisão, imagens publicitárias, fotografias, bandas desenhadas, às quais podemos juntar os bens de consumo mais diversos, a tudo o que seja reflexo da civilização de abundância. A finalidade dos artistas pop, como diz justamente Louis Lippard, é a de «descrever tudo aquilo que anteriormente era tido como indigno de ser notado e muito menos de ser incluído num domínio artístico». Neste novo clima de objectividade que sucede ao individualismo da arte informal, a pop'art opera uma aproximação fundamental entre a arte e a vida quotidiana (Pereira, 1987, p.317).

Os artistas mais reconhecidos deste movimento foram Tom Wesselmann, James Rosenquist, Andy Warhol, Roy Lichtenstein e Claes Oldenburg (Pereira, 1987). O estilo de Warhol caracterizou-se pelas suas séries empilhadas ou reproduzidas em serigrafia com cores bastante fortes, como por exemplo as famosas latas de conserva *Campbell's soup* (Pereira, 1987). Já Roy Lichtenstein, tal como refere Pereira, distinguiu-se pelas suas obras com “um ar programado e impessoal”, não lhe interessando tanto o conteúdo mas sim a simplificação do estilo gráfico em si (1987).

A *Pop Art* acabou por ser um espelho da cultura americana nos anos 60 que se baseava no consumismo. Ferrari declara:

O público já não tem de se esforçar para interpretar os sinais dos expressionistas abstractos ou sujeitar-se ao seu eventual fascínio, só tem de reconhecer objectos familiares e situações banais, sem ter a impressão de que está a transpor o recinto sagrado da arte. Daí a ambiguidade inquietante da pop art, sempre no limite entre a reprodução acrítica do real, potencialmente trágica na sua impassibilidade de espelho implacável, e uma interpretação irónica da cultura de massas difundida pela sociedade de consumo (Ferrari, 2001, p.123).

Andy Warhol foi provavelmente o primeiro artista da *Pop Art* a ser uma grande influência no mundo da moda e um dos primeiros a tornar as suas obras de arte em peças de roupa (Anika, 2015). Nos anos 60, Warhol começou a imprimir os seus desenhos nos vestidos de papel que na altura se estavam a tornar uma novidade (Anika, 2015). Segundo a publicação de Anika no site

Widewalls, provavelmente o vestido de papel mais famoso dessa década foi o *Souper Dress*, cuja estampa eram as latas de sopa de Warhol (2015).



Fig.22 - Andy Warhol – 32 Campbell's Soup Cans, 1962. Fonte: Widewalls



Fig.21 - Andy Warhol – Campbell's Soup Dress. Fonte: Widewalls

Arte conceptual

Em meados da década de 1960 começou, no mundo da arte, um “vale tudo”, tal como refere Pereira (1987, p.337). Este “vale tudo” que quis abandonar a ideia generalizada da obra de arte com o tradicional objeto de luxo, obteve o nome de Arte Conceptual (Pereira, 1987).

LeWitt afirmou: “na Arte Conceptual, a ideia ou o conceito é o aspecto mais importante da obra... todo o planeamento e decisões se processam antecipadamente, e a execução é mera concretização. A ideia torna-se a máquina que fabrica a arte” (citado por Pereira, 1987, p.339). Este movimento passou a valorizar a informação por detrás da obra, transmitindo-a das mais variadas formas: através de fotografias, filmes, documentos, etc (Pereira, 1987). Como Pereira declara, seria impossível reconhecer todas as ações que se reclamaram na Arte Conceptual (1987). A pintura e a escultura passaram a não ter muito valor, dando lugar à ideia, à comunicação (Pereira, 1987). Ferrari afirma que a Arte Conceptual exigia uma participação intelectual, ela “interroga-se e interroga, sendo necessária uma espécie de verificação que redescubra o valor e a validade da prática artística, e acaba por penalizar os sentidos do público, eliminando o prazer estético em prol da tomada de consciência” (2001, p.125). No fundo, os artistas conceptuais questionaram-se sobre a necessidade de produzir algo material e entenderam que o conceito por de trás da obra era bastante mais importante que a sua qualidade estética (Lee, 2016).

De acordo com Pereira, é difícil identificar o inventor deste movimento, mas pode-se afirmar que os artistas mais referidos são Kosuth, Barry, Weiner e Huebler (1987).



Fig.23 - Joseph Kosuth – *One and Three Chairs*, 1965. Fonte: *Widewalls*

2.1.3 Criatividade

Apesar de ser um tema de estudo muito importante e fascinante, é bastante difícil definir criatividade (Runco, 2007). Segundo Mark A. Runco, “essa dificuldade deve-se em parte à sua expressão diversificada; a criatividade desempenha um papel na inovação técnica, no ensino, nos negócios, nas artes e ciências e em muitos outros campos” (2007, p.IX). O autor considera que uma das mensagens mais importantes sobre a criatividade é que esta é uma capacidade distinta e independente, a qual desempenha um papel em muitas coisas, incluindo resolução de problemas, adaptação, aprendizagem, *coping* e não só, mas sendo distinta de qualquer uma delas (2007).

Kaufman e Beghetto distinguiram quatro níveis de criatividade: o Grande-C que corresponde ao tipo de criatividade encontrado em pessoas como Darwin; o c-pequeno que é a criatividade do dia-a-dia; o mini-c que é o tipo de criatividade encontrado no processo de aprendizagem; e o Pro-c que representa a progressão do pequeno-c ao Grande-C (Sternberg, 2012).

Amabile, Conti, Coon, Lazenby e Herron definem a criatividade como a produção de ideias novas e úteis em qualquer domínio (1996). Para Robert J. Sternberg a criatividade é um hábito (2012). Mesmo parecendo contraditório dizer que respostas inovadoras são um hábito, para o autor pessoas criativas são-no principalmente por uma atitude tomada em relação à vida e não por uma característica particular inata com que nasceram (2012). Esta atitude parte por responder a problemas não de forma automática, mas por responder de maneiras nunca antes vistas ou pensadas (Sternberg, 2012). De acordo com Sternberg:

Pessoas criativas habitualmente (a) procuram maneiras de ver problemas que outras pessoas não procuram, (b) correm riscos que outras pessoas têm medo de correr; (c) têm a coragem de desafiar a multidão e defender os seus interesses e (d) buscam superar obstáculos e desafios às suas visões, aos quais outras pessoas tendem a ceder; entre outras coisas (Sternberg, 2012, p.4).

Sternberg desenvolveu também a Teoria do Investimento. Segundo esta, a criatividade requer uma confluência de seis recursos distintos mas inter-relacionados: habilidades intelectuais, conhecimentos, estilos de pensamento, personalidade, motivação e ambiente (Sternberg, 2012). A premissa fundamental é que a criatividade é na sua maioria uma decisão que qualquer pessoa pode tomar, mas que muita gente não corre esse risco por considerar os custos muito altos (Sternberg, 2006). No fundo, “criatividade não é uma coisa, mas um sistema de coisas”, cita Sternberg (2012, p.5).

Segundo Arthur Schawlow, vencedor do prémio Nobel de física em 1981, a diferença entre cientistas muito criativos e cientistas pouco criativos é o amor que sentem pelo trabalho que fazem (Amabile, 1997). Schawlow considera que os cientistas mais bem-sucedidos não são os mais talentosos mas aqueles que são impulsionados pela curiosidade, os que precisam de saber

qual é a resposta (Amabile, 1997). Teresa M. Amabile aponta como o autor destaca a importância da motivação intrínseca para gerar criatividade e declara que há mais do que evidências de que as pessoas mais criativas são as que estão intrinsecamente motivadas e não as que estão motivadas por motivos externos como avaliação, vigilância, competição ou promessas de recompensa (1997).

Katja Tschimmel afirma que:

Compreende-se por criatividade a capacidade de um sistema vivo (indivíduo, grupo, organização) produzir novas combinações, dar respostas inesperadas, originais, úteis e satisfatórios, dirigidas a uma determinada comunidade. É o resultado de um pensamento intencional, posto ao serviço da solução de problemas que não têm uma solução conhecida ou que admitem mais e melhores soluções que as já conhecidas. Todos os seres humanos têm potencialidades para serem criativos, uns mais que do que outros, mas todos podem desenvolver e melhorar a sua capacidade criativa (Tschimmel, 2003, p.1-2).

Runco sugere que se tenha uma mente aberta ao abordar o tema da criatividade (2007). Ao falar de criatividade há a ideia do inconsciente, que por definição não é testável e muitos pensam que não é científico (Runco, 2007). Contudo, sem o seu reconhecimento é difícil explicar, por exemplo, *insights* que ocorrem às pessoas (Runco, 2007). Ligado à questão do inconsciente, o autor aborda ainda o facto de ser também possível que as crianças sejam mais criativas do que os adultos devido à sua espontaneidade e falta de inibições, visto que estas não dependem de experiências passadas, rotinas ou suposições (2007). Na mesma linha de pensamento, Lionello Venturi defende que a criatividade é aquilo que permite distinguir uma obra de arte de uma cópia ou uma invenção (produção de um objeto distinto na vida humana) (2007). A criatividade provém da forma única de “sentir” do artista o mundo concreto, através da sua imaginação que pertence ao mundo universal e infinito (Venturi, 2007). Desta forma, e segundo Runco, o melhor é perceber que o método tradicional científico baseado na objetividade não se aplica bem a estudos criativos (2007). Para o autor, existem diferentes maneiras de se ser criativo: há processos que são bem conscientes e podem ser controlados, mas há outros que são inconscientes e fora do controle pessoal (2007). Para os processos que estão fora do nosso controle, Parnes sugere que os deixemos acontecer, dando tempo e oportunidades para que eles possam ocorrer, decidindo, por exemplo, ir dar uma caminhada (Runco, 2007).

2.2 Moda

2.2.1 Abordagem ao Conceito de Moda

A moda tem sido sistematicamente desconsiderada pelos filósofos como um assunto digno de pesquisa (Miller, 2007; Svendsen, 2010). O silêncio da “*intelligentsia*” a respeito do tema da moda foi bastante criticado por Gilles Lipovetsky que acredita ser uma realidade da modernidade cujo estudo tem muita importância, apesar de a considerar, contudo, uma questão superficial (Lipovetsky, 2010). Porém, segundo Lars Svendsen, apesar de não terem sido escritas por filósofos, excepto raras exceções, nos últimos anos o interesse pela temática aumentou razoavelmente “com uma sucessão de publicações académicas sobre o assunto” (p.18, 2010). Svendsen considera ainda que o facto de a filosofia negligenciar a moda deve-se ao facto de a considerar como um fenómeno demasiado superficial, não digno de uma pesquisa séria (2010). “Em geral, os filósofos não foram também muito conscientes da moda” (Svendsen, p.19, 2010).

Tal como a arte, definir a moda tem vindo a ser uma tarefa complexa, havendo várias opiniões distintas em relação a esta problemática. Alguns autores têm uma visão mais negativa da moda. Um dos casos é a definição de Kant que acredita que a moda é um tipo de imitação (Miller, 2007). O autor considera que “a moda pertence ao título de vaidade pela sua intenção não ter valor interno, e também sob o título de loucura, pois é loucura seguir de maneira escrava a conduta que nos foi demonstrada por muitos na sociedade” (citado por Miller, p.32, 2007). Partilhando a mesma opinião, o autor Georg Simmel no seu livro *Filosofia da Moda* considera igualmente a moda como imitação, chegando mesmo a dizer que é utilizada como máscara para ocultar muitas vezes a alma individual, de forma a aliviar o homem da responsabilidade por esta (2014). A moda é assim vista como uma fuga à individualidade que acaba por deixar o indivíduo “parecer como um produto do grupo, como um receptáculo de conteúdos sociais” (Simmel, p.24, 2014). “Pois, naturalmente, as classes inferiores olham para cima e procuram subir e conseguem isto sobretudo nas áreas que estão sujeitas à moda, porque estas são, de longe, as mais acessíveis à imitação externa” (Simmel, p.28, 2014). Simmel chega ainda a declarar que a moda é uma mistura de aprovação e de inveja, reforçando assim a sua visão mais pessimista (2014). Também Roland Barthes vê a moda como moralmente absurda, sem função, uma aberração desnecessária (citado por Wilson, 2003).

Uma opinião já um pouco diferente é a de Alison Lurie que, segundo Elizabeth Wilson, vê as roupas como uma forma de expressão de aspetos psíquicos individuais, ou de grupo, ocultos e em grande parte inconscientes (2003). Ou seja, a roupa acaba por ser uma forma de comunicação não-verbal não-intencional (Wilson, 2003). Lurie afirma que mesmo as pessoas que intencionalmente se vestem com o objetivo de “fazer uma declaração”, estas estão apenas a expor aspetos psíquicos seus em vez de a elas mesmas (citado por Wilson, 2003). A autora frisa assim a sua crença do aspeto irracional da moda.

Wilson considera que a psicanálise acaba por oferecer uma compreensão mais rica sobre moda comparando com outras psicologias, abordando dimensões importantes como os impulsos do inconsciente (2003). Contudo, esta fica ainda muito aquém por perder os aspetos intencionais e criativos da moda (Wilson, 2003).

Gillo Dorfles defende que moda não é “apenas um fenómeno frívolo, epidérmico, superficial, mas (...) o espelho dos hábitos, do comportamento psicológico do indivíduo, da profissão, da orientação política, do gosto...” (1984, p. 13). Segundo Giorgio Riello, a moda é um processo de individualização e de socialização, um meio de representação e de mobilidade social, a relação entre consumo e produção e, por fim, um meio de diferenciação de gênero e idade (2013). Alguns autores referem ainda a efemeridade da moda, como Walter Benjamin que acredita que a moda é “a eterna recorrência do *novo*” (citado por Svendsen, p.10, 2010). Para quem acredita que a moda é o que é novo e está em mudança, Lars Svendsen defende que não são condições que necessariamente a definem pois a moda não precisa de introduzir algo novo, muitas vezes fica na moda *não utilizar determinada peça e* “tudo muda, mas nem tudo é necessariamente moda” (2010, p.13). Há ainda a ideia de que, tal como Bruno du Roselle acredita, a moda é a expressão vestimentária de uma certa população num determinado tempo da história (Duarte, 2004). Contudo, Cristina L. Duarte defende que a moda possui raízes permanentes consolidada na natureza humana que ultrapassam os aspetos passageiros (2004). Para a autora:

Em todas as culturas, o vestuário ultrapassa a função de protecção corporal, sendo, como observa Anthony Giddens, «uma forma de demonstração simbólica, uma maneira de dar forma exterior a narrativas de auto-identidade. [...] Vestir é uma forma de auto-demonstração, mas também se relaciona directamente com o esconder/revelar no respeitante às biografias pessoais: liga a convenção a aspectos básicos da identidade» (citado por Duarte, p.63-64, 2004).

É assim possível notar uma visão mais positiva da moda, ligando-a a algo mais profundo e não apenas ao que é efémero ou superficial. Mas a autora não é a única a pensar assim. Também Thomas Carlyle compreende a importância que as roupas têm na formação da individualidade de uma pessoa (Svendsen, 2010). Segundo o autor, “o interior deve corresponder ao exterior, e que o nosso eu exterior deve ser a expressão de uma espiritualidade genuína” (Svendsen, p.20, 2010). Desta forma, a moda é vista como um prolongamento do espírito, o “eu invisível” tornado visível. Hélène Cixous, escritora e filósofa, não poderia estar mais de acordo quando afirma que as roupas não são um escudo para o corpo mas antes uma extensão dele, sendo uma forma de expressão do homem através da aparência visual (Svendsen, p.21, 2010). Para Lars Svendsen e Lipovetsky, é realmente importante compreender a moda para se chegar a um entendimento do mundo moderno (2010; 2010).

É notável a existência de opiniões bem distintas no que toca a definir moda. Por este motivo Svendsen aponta que:

“Moda” é um termo notoriamente difícil de definir com precisão, e é extremamente duvidoso que seja possível descobrir as condições necessárias e suficientes para que possamos considerar, de forma embasada, que alguma coisa está “na moda”. De maneira geral, podemos distinguir duas categorias principais em nossa compreensão do que é moda: podemos afirmar que ela se refere ao vestuário ou que é um mecanismo, uma lógica ou uma ideologia geral que, entre outras coisas, se aplica à área do vestuário (Svendsen, p.12, 2010).

Por acreditar que não é possível definir moda com condições necessárias e suficientes, o autor considera ser mais eficaz estudar o termo com base no que Wittgenstein chama de “semelhanças de família” (2010). Deste modo, é possível uma pessoa dar exemplos daquilo que chamaria de moda, ou exemplos daquilo que não chamaria de moda, mas não lhe é possível estabelecer uma definição com condições precisas e necessárias que satisfaça a todos (Svendsen, 2010).

Depois de uma noção de importantes definições de moda, e voltando um pouco atrás, a desconsideração do tema moda, segundo Richard Martin, deve-se também à falta de vontade de ver a moda como arte, que leva a uma grande falta de crítica de moda (citado por Kim, 1998). Esta falta de vontade não provém apenas dos filósofos mas também dos especialistas dos dois sectores que desconsideram as relações cada vez mais íntimas entre moda e «arte pura», desconfiando constantemente do trabalho um do outro (Dorfles, 1984). Assim, para além da definição de moda, existe ainda uma outra problemática que é levantada por alguns autores. A falta de pesquisa sobre a estética da moda levanta a questão polêmica sobre se a moda pode ser considerada arte (Kim, 1998). Esta questão surgiu por volta do início dos anos 80 quando a exposição de retrospectiva dos 25 anos de Yves Saint Laurent foi apresentada no *Costume Institute of the Metropolitan Museum of Art* em Nova Iorque (Kim, 1998). Foi a primeira vez que uma exposição da moda atual foi exibida e, a partir desse momento, muitas mais começaram a surgir, tais como a “*Fashion and Surrealism*” no *Fashion Institute of Technology (FIT)* em 1987, e a “*Infra- Apparel*” no *Costume Institute of the Metropolitan Museum of Art*, em 1991 (Kim, 1998).

Existem dois grupos defensores de ideias diferentes sobre a questão levantada: os que pensam que a moda é arte e os que negam que a moda seja arte. Segundo Miller,

Podemos considerar as roupas de duas maneiras: do ponto de vista dos seus aspectos funcionais, avaliemo-las de acordo com as qualidades superlativas que lhes permitem cumprir suas múltiplas funções de nos manter aquecidos, de nos dar apelo erótico, de nos adornar, etc., mas podemos igualmente considerá-los como belos objetos de contemplação estética, desconsiderando o “conceito” sob o qual eles se enquadram e, portanto, ignorando a sua dimensão funcional. Eles poderiam ser (como realmente são) objetos de admiração num museu (Miller, 2007, p.39).

Na mesma linha de pensamento, George B. Sproles, cientista comportamental, acredita que as abordagens estéticas são facilmente esquecidas quando se analisa a moda, já que a estética é pensada como o estudo da arte, não da moda (Kim, 1998). Acrescenta ainda que as modas são produtos estéticos e qualquer teoria da moda deve necessariamente incluir componentes estéticos (Kim, 1998).

Com o tempo a moda tornou-se cada vez mais prática e passou a enobrecer tudo, refere Guillaume Apollinaire (Miller, 2007). Apollinaire declara que a moda “faz pelos materiais o que os românticos fizeram pelas palavras” (Miller, 2007, p.39). Aqui, o trabalho do *designer* de moda é claramente valorizado e colocado ao nível de uma obra de arte.

A historiadora de arte Anne Hollander aponta que o aspeto essencial da roupa é o seu impacto visual e todas as outras considerações são ocasionais e condicionais (Hollander, 1980). A mesma autora analisou a relação entre roupas pintadas e “da vida real” na história da Europa Ocidental e ela refere que

considerar a estética do vestuário inteiramente do ponto de vista da história económica ou da história política, ou da história da tecnologia, ou mesmo dos costumes sociais, com os quais está tão intimamente aliada, pode ser muito esclarecedor sobre a questão de como essas questões afetam a invenção simbólica no vestuário (Hollander, 1980, p.xiii).

Contudo, Hollander considera que “fazer apenas isso é limitar o vestuário ao *status* de um ofício elevado” (Hollander, 1980, p.xiv). Completa ainda que isso alinharia moda com cerâmica, tapeçaria ou mobília, ao passo que ela merece um tipo de atenção mais sério e, nesse sentido, a roupa deve estar a pé de igualdade com a arquitetura (Hollander, 1980). Assim, é visível como a autora considera também a moda como uma forma de arte, tendo mesmo afirmado que “o vestuário é uma forma de arte visual, uma criação de imagens com o eu visível como seu meio” (Hollander, 1980, p.311). Hollander diz ainda que, como qualquer arte visual, a arte do vestuário tem a sua própria história autónoma, um fluxo autopetruante de imagens que derivam de outras imagens (Hollander, 1980). Pode-se notar assim que, na roupa, a necessidade visual pode então ser mais forte que a necessidade prática, necessidade esta que muitas vezes é pensava como sendo a principal e única função da moda. Críticas como as da historiadora Hollander dão a notar e valorizar outro lado da moda que não unicamente o prático. Seguindo esta ideia, Elizabeth Wilson afirma que se deve explorar a moda como “um fenómeno cultural, como um meio estético para a expressão de ideias, desejos e crenças que circulam na sociedade” (Wilson, 2003, p.9). Em geral, o vestuário parece cumprir não só funções sociais, como estéticas e psicológicas (Wilson, 2003). Tal como Hollander, a autora declara que as roupas, para além de objetos, são também imagens que comunicam de uma forma muito mais subtil que os outros objetos devido à relação íntima que estabelecem com o corpo e com o próprio ser (Wilson, 2003). “As roupas são sempre ‘indescritivelmente significantes’”, cita Wilson (2003, p.3). Apesar de muita gente usar a moda como forma de escravidão, utilizando-a como forma de

expressar falsamente o seu eu verdadeiro ao copiar os outros, ainda existem, porém, muitos casos de quem a use de forma a realmente expressar a sua individualidade (Wilson, 2003). Pode-se concluir assim que a maneira como se “usa a moda” vai influenciar a maneira como se olha para ela, contudo não é por isso que esta deixa de possuir potencialidades como a criatividade e a autoexpressão.

Quem pretende investigar sobre a moda depara-se inevitavelmente com a sua qualidade irracional, a qual tentam explicar muitas vezes em termos funcionais (Wilson, 2003). Segundo Wilson, como a moda está diretamente relacionada com o corpo humano, para além de ser uma forma de arte, as pessoas tendem a associá-la a necessidades biológicas humanas (2003). Deste modo, quando são confrontados com tantos casos de pessoas que se vestem de maneiras que lhes provocam desconforto ou mesmo dor, creem que tem de haver um motivo racional para tal comportamento (Wilson, 2003). Como Wilson defende, só na moda é que as pessoas sentem necessidade de procurar razões morais e intelectuais que expliquem a sua atividade, pois noutras áreas, como o caso da arquitetura, as pessoas têm as suas preferências pessoais mas aceitam os vários estilos existentes, como o barroco e o rococo (2003).

Para Michael Boodro arte é arte e moda é uma indústria (Kim, 1998). Segundo o autor, a arte está acima do comércio, que é o resultado da inspiração elevada dos seus criadores, enquanto que a moda é frívola e sem importância (Kim, 1998). A distinção de Boodro entre arte e moda baseia-se principalmente na natureza comercial da moda (Kim, 1998). Ainda assim, apesar de separar moda de arte, o autor reconhece que a associação deles é longa e está a crescer intensamente, e reconhece que a inspiração e as motivações de artistas e *designers* de roupas podem ser surpreendentemente semelhantes (Kim, 1998). Wilson argumenta que:

Como as origens e o surgimento da moda estavam tão intimamente ligados ao desenvolvimento do capitalismo mercantil, as explicações económicas do fenómeno da moda sempre foram populares. Era fácil acreditar que a função da moda decorria da necessidade do capitalismo de expansão perpétua, o que incentivava o consumo. Na sua forma mais crua, esse tipo de explicação supõe que as mudanças de moda são nos impostas, especialmente às mulheres, numa conspiração para nos convencer a consumir muito mais do que "precisamos". Sem essa doença do "consumismo", o capitalismo entraria em colapso. (Doris Langley Moore argumentou que isso simplesmente não é verdade para a indústria da moda, uma vez que o comércio de alfaiataria masculina, onde a moda mudou mais lentamente, se mostrou muito mais estável do que o mercado flutuante da moda feminina, onde riscos indevidos devem ser assumidos, uma vez que nunca se sabe com antecedência quais modas serão atraídas e quais expirarão como modas.) (Wilson, 2003, p.49-50).

Apesar dos autores que ligam a moda ao capitalismo, o que é bastante interessante é que, se se olhar para a moda com uma perspetiva antropológica, ela é proveniente de um passado religioso

e místico que a liga profundamente à magia e ao ritual, da mesma forma que o drama o é (Wilson, 2003). Wilson refere que “muitas sociedades usaram formas de adorno e vestuário para colocar o indivíduo num relacionamento especial com os espíritos ou as estações do ano na representação de rituais de fertilidade ou de coleta de alimentos, para guerra ou celebração” (Wilson, 2003, p.56).

Para além dos autores referenciados, também Smith apoia que moda é arte (Kim, 1998). Na verdade, a noção de moda e arte de Smith é altamente significativa e representa uma reviravolta impressionante em relação ao pensamento de que moda não é arte (Kim, 1998). Smith afirma que a busca pela novidade da moda é também uma premissa básica da arte moderna e pós-moderna (citado por Kim, 1998). Para Smith a moda é um mundo da arte que funciona como um relógio, mantendo os mitos da novidade, avanços e mudanças constantes básicos tanto para o empreendimento modernista como para o pós-modernista (Kim, 1998). É ainda muito importante notar que Smith, como crítico de arte, reconhece explicitamente que não é mais verdade que a arte, ao contrário da moda, é eterna e sem mudança, e que a moda se inspira na arte, e não o contrário (Kim, 1998). Por fim, Kim aponta no seu artigo várias respostas interessantes e importantes para esta problemática dadas por Richard Martin, ex-editor da *Arts Magazine*, ex-diretor da *FIT Galleries* e atual curador do *Costume Institute do Metropolitan Museum of Art*. Na sua entrevista com Darryl Tuner, Martin afirma que acredita que não há diferença real entre moda e arte, considerando que a moda é a forma mais apropriada para arte e questões de corpo e gênero (Kim, 1998). Quando Tuner lhe pergunta como é que a moda se tornou o seu principal foco, Martin afirma que: “eu perdi-me no caminho, acabei perdendo arte e ganhando moda (...) Mas não me considero fora da arte. Provavelmente nunca fiz uma distinção suficiente entre os dois” (Kim, 1998, p.57). Ele reconhece também que o mundo da arte ainda é cauteloso com o comércio, contudo considera que uma das coisas boas da moda é que o seu comércio é gritante pois, enquanto que o mundo da arte geralmente gosta de ser muito discreto sobre o comércio, a moda é sobre manifestação, é sempre transparente (Kim, 1998). Martin revela ainda que os critérios de moda de hoje são baseados em conceitos de arte visual (Kim, 1998). A criação e avaliação da moda são, assim, semelhantes aos processos artísticos.

Existem ainda historiadores e críticos de arte que consideram a moda como uma forma de arte mas inserem-na, ainda assim, no subcapítulo das Artes Menores devido a condições como o ambiente e a função (Morais, 1994). Segundo Paulo Moraes, estas ideias são bastante penosas e defende que:

Como qualquer arte a moda poder ser experimentada e julgada, mas de forma alguma seguindo critérios utilizados para a pintura, a escultura ou a arquitectura, já que a primeira e seguindo a proposta de Bruno Zevi, funciona apenas em duas dimensões, não obstante o facto de poder sugerir três ou

quatro, a escultura deixa o Homem de fora e na arquitectura, o espaço interior não se confunde com o Homem (Morais, 1994, p.44).

Acrescenta ainda que:

O facto do produto de moda ter uma determinada função, não lhe pode limitar o valor estético, obviamente que, como diria Mr. de La Palisse, nem todas as modas são arte, da mesma maneira que nem toda a pintura ou escultura o é, mas merece a mais séria reflexão que certas vestes, que foram concebidas para um determinado momento — uma festa, um baile ou um simples passeio campestre, possam alguns séculos mais tarde, ser fruídas plasticamente independentemente da função que possam ter tido. (Morais, 1994, p.43-44).

Para além da função, é também um erro menosprezar o valor artístico dos produtos de moda segundo a classe social a que se destinam e segundo a pobreza dos seus materiais (Morais, 1994). De acordo com Morais, considerar que só o que é produzido em alta costura é que é inovador e pode ser considerado arte é uma ideia também a ser desprezada (1994).

Lars Svendsen considera que o facto de a moda não ter alcançado o mesmo reconhecimento que outras formas de arte deve-se às tradições de crítica no campo das artes visuais, da música, da literatura e do cinema, enquanto que na moda é escassa (2010). Contudo, segundo Kim, na tese do artigo de Martin, o curador conclui que esta falta de crítica de moda deve-se a uma falta de vontade de ver a moda como arte (1998).

2.2.1.1 História da Moda

Existem diferentes opiniões à cerca da origem da moda. Lars Svendsen diz que,

Afirma-se em geral que a moda no vestuário teve as suas origens no fim do período medieval, possivelmente no início do Renascimento, talvez em conexão com a expansão do capitalismo mercantil. Costuma-se dizer que não podemos falar de moda na Antiguidade grega e romana no sentido em que o fazemos hoje, porque não havia autonomia estética individual na escolha de roupas — ainda que houvesse certas possibilidades de variação (Svendsen, 2010, p.22).

Há quem diga que as formas mais antigas de “roupa” foram adornos como por exemplo tatuagens, pinturas corporais, máscaras e ornamentos que pareciam satisfazer o desejo de transcender os limites do corpo (Wilson, 2003). Cristiane Mesquita acredita que “o homem das cavernas cobriu-se com peles de animais para se proteger do frio, mas também porque imaginava que aquele “casaco” carregaria os poderes do bicho morto, o que poderia lhe conferir força e coragem” (2010, p.63). Segundo Angela Brandão, o vestuário começou por ser mais “uma forma de ornamento, mais um atrativo sexual do que uma proteção contra o frio”

(Brandão, 2017, p.43). A autora dá exemplos como os povos germânicos, os “cimbrios”, que andavam nus na neve e os povos da Patagônia, os “fueguinos”, que eram representados por Darwin com cobertores vermelhos para se protegerem do frio, mas que estes acabavam por cortar em tiras para transformá-los em ornamentos, mostrando assim uma maior importância com a beleza do que propriamente com o frio (Brandão, 2017, p.44).

Giorgio Riello apresenta uma ótima síntese da história da moda no seu livro *História da Moda - da idade média aos nossos dias*. Tal como refere o título, a moda como a conhecemos hoje teve origem na Idade Média, no decorrer dos séculos XV e XVI, tendo ganho as características da moda moderna um pouco mais tarde (Riello, 2013). Segundo Riello, a origem medieval da moda é dupla, tendo por um lado o luxo e requinte que se tornaram os traços distintivos das elites sociais, e por outro lado um fenómeno mais expansivo que interessa amplos estratos da população urbana europeia, é a moda das ruas (2013). Ou seja, no fundo a moda acentuava a divisão de classes e distinguia grupos específicos, como por exemplo distinguia as mulheres solteiras das casadas, identificava pessoas com pensamentos políticos específicos, identificava as profissões, por aí adiante (Riello, 2013). Assim, a moda representava símbolos que distinguiam as pessoas, tanto a nível coletivo como individual.

Na Idade Média o vestuário tinha um custo bastante elevado, cada peça de roupa normalmente era feita exclusivamente para uma só pessoa e, ou era mandada fazer, ou muitas vezes era confeccionada em casa (Riello, 2013). Grande parte da população usava a roupa da cor natural do linho ou da lã, pois também o tingimento era caro, e só no decorrer do século XIV é que a silhueta masculina se começou a diferenciar da feminina, até então ambos usavam túnica ou camiseiros (Riello, 2013). Com o desenvolvimento das técnicas de fabricação, a roupa passou a distinguir cada vez mais o género, já que se começou a produzir peças tridimensionalmente, com o processo da costura que permitia uma adaptação ao corpo (Riello, 2013). Segundo Riello, com o crescimento da população europeia, com o surgimento de novas cidades e com o desenvolvimento artesanal, a cidade passou a ser um lugar de produção e consumo, de alto dinamismo social (2013). Deste modo, e também com o surgimento de tecidos cada vez mais nobres, a cidade passou a ser um espaço de diferenciações sociais que se demarcavam através da vestimenta (Riello, 2013). A importância que o “vestir” passou a ter no final da Idade Média é notável com o aparecimento das chamadas “leis suntuárias” que controlavam o luxo e exageros ao regular o gasto em roupas e cerimónias (Riello, 2013).

De acordo com Lipovetsky, a moda surgiu com o ambiente das cortes europeias do século XV, lugares de novos códigos comportamentais e de criação de novas formas de vestir (2010). Como Riello refere, “No século XVI, a ostentação, de forma física e material, transforma-se num atributo intelectual: representa a capacidade de exhibir a sua cultura, os seus conhecimentos e de fazer escolhas ponderadas” (2013, p.28). Durante os séculos XVI e XVII estabeleceu-se um contraste de atitudes, num lado reinava a ostentação e o exagero nos trajes das sociedades de corte, e no outro lado uma atitude contra o superficial, lutando a favor de qualidades interiores

que era representado nos trajes pela cor preta e pela simplicidade (Riello, 2013). “Os sécs. XVI e o XVII são os séculos do negro por antonomásia” (Riello, 2013, p.28). No fundo, no século XVI, a ostentação da forma física e material é substituída por um desejo de transmitir qualidades intelectuais.

O enfraquecimento político em Itália fez com que a sua influência sobre a moda nas cortes europeias enfraquecesse e, no decorrer do século XVI, França e Espanha se tornassem mais influentes na definição da moda no século XVII (Riello, 2013). Riello afirma que,

No final do século XVII, graças à atenção maníaca das cortes pelas boas maneiras, mas também graças à difusão da moda urbana entre as camadas mercantis e profissionais, assiste-se ao nascimento, também conceptual, da moda, que começa assim a fazer parte do vocabulário de muitas línguas europeias. É este o momento em que a moda e modernidade entram numa nova fase que as levará, nos séculos seguintes, a impregnar todos os aspectos da vida social e económica europeia (Riello, 2013, p.33).

Segundo Lipovetsky, só no curso do século XVIII é que a moda, como a conhecemos, de facto se definiu (2010). Riello refere que até então a moda não estava ao alcance de todos, estando só circunscrita ao mundo das cortes e da aristocracia como expressão de luxo (2013). No século XVIII, a moda passa a ser mais ampla, deixando de ser apenas as cortes a ditarem-na (Riello, 2013). Com a moda a chegar a todas as classes sociais, o espaço urbano passou a ser mais igualitário (Riello, 2013). De acordo com Riello, o século XVIII foi o palco de duas grandes revoluções: a revolução francesa e a industrial (2013). Apesar destas duas, recentemente historiadores evidenciam uma terceira revolução, chamada “a revolução dos consumos” (Riello, 2013). “As pessoas começaram não só a consumir mais (...) mas também a considerar o consumo como parte da vida de todos os dias”, refere Riello (2013, p.36). O século ficou então conhecido como o século dos excessos, século também da Maria Antonieta, cuja costureira, Rose Bertin, obteve um papel político importante, considerada, tal como afirma Lipovetsky, como “ministra das modas” (2010, p.113). Para além das peças de roupa propriamente ditas, a moda passou a ser comprada também de outras formas, representada através de imagens, livros, revistas, e não só (Riello, 2013). No século XVIII já foram adoptadas estratégias modernas de publicidade e marketing como folhetos com publicidade de moda e jornais e revistas ilustradas, e passaram a ser produzidas peças de vestuário “acabadas”, prontas a ser vendidas (Riello, 2013). Segundo Riello, foi no decurso do século XVIII que se deu a expansão do consumo, fazendo com que a indústria moderna nascesse através da conhecida “revolução industrial” (2013). No século XIX a produção de vestuário tornou-se industrial e, nos anos trinta do mesmo século, nasceram “grandes lojas com stock de mercadorias que abrangiam centenas — por vezes milhares — de camisas, coletes, saias e combinações” (Riello, 2013, p.58). A noção moderna de desporto surgiu na segunda metade do século XIX ligada a uma noção de bem-estar, e em muitos casos se tornou mesmo uma profissão (Riello, 2013). “Mas no séc. XIX não existe um

guarda-roupa para o desporto”, refere Riello (2013, p.74). O desporto foi a principal atividade social que moldou a moda do século XX, assim como os novos meios de transporte, como a bicicleta, inspiraram novas formas de vestuário (Riello, 2013). A moda torna-se assim mais confortável depois, por exemplo, da utilização de certas peças como as crinolinas no vestuário feminino, ainda no século XIX (Riello, 2013).

Mas há duas grandes mudanças que influenciam a relação entre vestuário e classe na primeira metade do séc. XX: em primeiro lugar, o período entre as duas guerras assiste a uma transformação do modo de vida da população, sobretudo a urbana; em segundo lugar, assiste-se a uma verdadeira «massificação» da moda, acompanhada pela implantação de grandes estruturas industriais, cujos produtos são vendidos a milhões de pessoas (Riello, 2013, p.78).

O *prêt-à-poter* foi assim a revolução que encerrou a moda dos cem anos (Refosco et al., 2011, 2011). Refosco, Gursoy e Broega consideram que o responsável pelo seu início foi Jean-Claude Weill, estilista francês, que o lançou com o objetivo de desenvolver peças de acordo com as últimas tendências e que fossem economicamente acessíveis (2011). Para Riello, a expansão do consumo na primeira metade do século XX e o aparecimento da indústria da moda foram fenómenos que assinalaram a evolução da moda nos últimos cem anos, no entanto, a moda como se conhece hoje, “também é feita de sonho e de criatividade” (2013, p.82). Apesar do *prêt-à-porter* e da massificação da moda se irem tornando a forma definitiva de produção das roupas, por outro lado, em oposição, surge a alta costura (Brandão, 2017). Charles Frederick Worth é considerado como o seu pai fundador, que com ela fez também surgir os desfiles de moda e o lançamento de coleções com o protagonismo das modelos, mulheres manequins que desfilavam com as criações de moda (Riello, 2013). Para Lipovetsky, “desde meados do século XVIII, os ofícios de moda, os cabeleireiros, os sapateiros e os «mercadores de modas» consideraram-se e são mais ou menos considerados como artistas sublimes” (2010, p.112). Segundo Svendsen,

A carreira de Worth promoveu a “emancipação” do estilista, que deixaria de ser um simples artesão, inteiramente subordinado aos desejos do cliente, para ser um “criador livre” que, em conformidade com a visão romântica da arte, criava obras com base em sua própria subjetividade (Svendsen, 2010, p.102-103).

Foi Worth que iniciou a luta para que o estilista fosse reconhecido com um artista ao mesmo nível de qualquer outro e, por isso, tal como um artista, começou a assinar as suas criações, através de etiquetas que eram cosidas nas roupas (Svendsen, 2010). Assim, o nome do costureiro por trás de uma moda começa a ganhar muita importância desde o século XIX,

a partir daí, o costureiro vai gozar de um prestígio inaudito, é reconhecido como poeta, o seu nome é glorificado nos jornais de moda, aparece nos romances sob

os traços do esteta, árbitro incontestado das elegâncias; à semelhança do pintor, as suas obras são assinadas e protegidas pela lei (Lipovetsky, 2010, p.111).

O autor acrescenta ainda que, devido ao desdém ostensivo pelo comércio e pelo dinheiro, e devido à necessidade de discursar através da inspiração, o grande costureiro, aqui referindo-se a Paul Poiret, aprendiz de Worth, “impõe-se como um «artista de luxo»” (Lipovetsky, 2010, p.111). Para o autor, a partir de Worth, os costureiros tornaram-se autênticos criadores capazes de elaborar peças inéditas que revelam assim os seus talentos, fazendo com que a moda entrasse na sua fase moderna artística (Lipovetsky, 2010). Em 1913, Poiret chegou mesmo a declarar que era um artista e não um costureiro e, como tal, começou a dar nomes às suas coleções que, segundo Svendsen, acrescentava uma dimensão simbólica às suas criações (2010). Baseado em princípios da arte de vanguarda, especificamente no cubismo, Poiret concebia roupas adotando as formas geométricas, compreendendo-as como um quadro ou uma escultura que davam sentido à pessoa que as vestia e que superavam os próprios materiais e tecidos (Brandão, 2017, p.43). Para Lipovetsky, também a silhueta feminina na década de 1920, reta e lisa, estava em consonância com o movimento clubista da altura (2010). Ou seja, no final do século XIX e início do século XX, parecia haver uma maior consciência de que as roupas poderiam ser obras de arte, “como uma espécie de extensão das pesquisas estéticas formuladas na pintura, na escultura ou na arquitetura” (Brandão, 2017, p.53).

De acordo com Refosco et al., principalmente no século XX, a ligação entre moda e arte enaltece-se quando os *designers* de moda usam o vestuário como meio para expressarem os seus pensamentos em relação ao mundo, à humanidade e à alma (2011). Segundo os autores, “artistas e *designers* trabalharam juntos para criar obras de palco, mostrando ao público seus sentidos artísticos através dos trajes e coreografias” (2011, p.73). Por exemplo, no mundo do teatro muitas atrizes colaboraram com costureiros na criação da sua aparência e tanto o nome da atriz como o do costureiro eram importantes na consciência pública (Hollander, 1980). Mulheres famosas começaram também por serem conhecidas devido a serem vestidas por *designers* famosos, que cada vez mais eram respeitados como artistas (Hollander, 1980). Depois de Poiret, muitos outros foram também exemplo de como a moda pode ser uma forma de expressão artística. Brandão dá alguns exemplos disso: Sonia Delaunay e os seus vestidos cubistas; Giacomo Balla e os seus trajes futuristas; o pintor Gustave Klimt que criou padrões para tecidos e roupas com a sua companheira Emile Flöge, rompendo assim a fronteira entre “grande pintura” e a criação de padrões de tecidos e desenhos de roupa, chegando a propor uma silhueta mais livre através de túnicas longas e largas; Elsa Schiaparelli que concebeu a alta costura como uma autêntica obra de arte surrealista, chegando a criar roupas e acessórios em colaboração com Salvador Dalí (2017). Schiaparelli chegou mesmo a ser denominada de “a artista que faz vestidos” por Coco Chanel (Duarte, 2004, p.33). Segundo Svendsen, alguns exemplos de moda estiveram absolutamente ao mesmo nível de arte contemporânea, dando, mais uma vez, o exemplo das criações de Schiaparelli que considera serem tão avançadas como maior parte da arte pictórica surrealista das décadas de 1920 e 1930, ou as criações de

Balenciaga que estavam ao mesmo nível das experimentações espaciais executadas na escultura na década de 1950 (2010). Refosco et al. dão o exemplo de Vivienne Westwood e as suas criações repletas de mensagens como protesto contra a sociedade e o exemplo da “designer de arte e moda” Pia Myrvold que consideram ser uma prova viva de como a moda está cada vez mais em correlação com a arte, tendo feito por exemplo uma coleção interativa em que as roupas tinham botões que ao pressionar ativavam som e imagem (2011). As criações de John Galliano são também enaltecidas devido ao seu carácter teatral que demonstra as aptidões artísticas do criador (Refosco et al., 2011). O próprio afirma que o seu trabalho é para fazer as pessoas sonhar e é sobre a arte de ultrapassar os limites da criação, mostrando assim que vê a criação de peças de vestuário como uma arte pura (Refosco et al., 2011).

No artigo de Vishna Collins, intitulado de *Art and fashion*, a autora defende que a noção de moda como uma forma de arte pode ser atribuída a um grupo de visionários que criaram uma linguagem de moda nova ao explorarem a estética mais ampla e as qualidades expressivas associadas às artes visuais (2016). A autora afirma ter ganho uma apreciação por esta “nova forma de arte” que consiste na convergência entre arte e moda, e que nunca imaginaria que “roupas de arte” seriam um dia realmente consideradas como uma forma de arte legítima, exibida nos museus ao lado de criações de belas-artes (Collins, 2016). Esta nova forma de moda surgiu na década de 1960 quando a geração de jovens sentiu necessidade de autorrealização e de ter liberdade de se expressar através da “arte do vestir” (Collins, 2016). Assim, “as distinções convencionais entre *design* e arte começaram a desaparecer” (Collins, 2016, p.167). Segundo Collins, “as roupas de arte” estão imersas em mensagens, significados e simbologias assim como qualquer outra forma de arte, como por exemplo as roupas de arte de Kee tricotadas à mão, “*Flying Oz 200*”, que abordam preocupações antinucleares e ambientais e o quadro “*Guernica*” de Picasso que retrata o sofrimento dos cidadãos num bombardeamento a uma vila espanhola (2016). A autora dá assim exemplos práticos de como o mesmo tema e ideais podem ser expressos de forma artística mas em suportes diferentes, sendo um deles roupas. A artista têxtil Nell Burns explica: “eu essencialmente desenho e pinto com linha, usando a agulha como lápis e o tecido como tela” (citado por Collins, 2016, p.168). No fundo, eles foram artistas têxteis que escolheram criar roupas de arte em vez de pintar ou esculpir (Collins, 2016). Ao contrário de quadros pendurados numa parede, as “roupas de arte” ganham vida ao interagirem com o corpo humano (Collins, 2016). Como Brandão declara, a magia da roupa está no facto de ela receber a marca humana: receber o nosso cheiro, o nosso suor, as nossas formas (2017). Katie Pye, uma das criadoras referidas por Collins, vê as roupas mais como obras de arte do que como moda, para ela a moda é um termo muito condenatório e por isso ela afirma não “aderir ao rótulo da moda”, para ela a base da roupa é a arte (Collins, 2016, p.178). Por fim, Collins aponta a exposição “*Project 33 – Art Clothes*”, realizada em dezembro de 1980 na Austrália, que apresentou roupas e acessórios contemporâneos como “objetos de arte vestíveis” feitos por jovens *designers* e artistas australianos, como sendo uma exibição que demonstrou que a arte pode ser tirada da parede e ser vestida e animada pelo corpo humano (2016). “Muitas das distinções e demarcações tradicionais entre arte, artesanato e moda foram obscurecidas”

(Collins, 2016, p.179). Para a autora, nasceu assim uma nova maneira de olhar para a arte (2016).



Fig.24 - Katie Pye- *Heart's Desire*, 1983. Fonte: Artigo de Vishna Collins – *Art and Fashion*



Fig.25 - Nell Burns - *Thread Sculpting - There are no words*. Fonte: *Nell Burns Site*

Um momento que reaproximou moda e arte ocorreu também em 1982, quando a capa da revista americana *Artforum* apresentou uma modelo com um vestido de Issey Miyake (Svendsen, 2010). Svendsen afirma que “não é raro que roupas e fotos de moda sejam usadas num contexto artístico, mas o que distinguiu essa foto de capa do uso comum de moda em arte foi que o vestido foi apresentado como algo que *em si mesmo* era arte” (Svendsen, 2010, p.111). A partir daí, com revistas sérias a mencionar cada vez mais estilistas como Margiela e Miyake, a moda aproximou-se de arte e a arte de moda de tal forma que tornou qualquer distinção entre as duas bastante difícil de estabelecer (Svendsen, 2010).



Fig.26 - Capa da revista *Artforum* com o vestido de Issey Miyake – 1982. Fonte: *Artforum*

Em geral associa-se a origem da moda ao capitalismo mercantil no período medieval tardio (Svendsen, 2010). A sua efemeridade ligada a uma teatralizada também nunca lhe permitiu alcançar o estatuto de arte (Duarte, 2004). Contudo, a vestimenta pode ser compreendida como dos mais antigos elementos da civilização e das primeiras formas de arte realizadas pelo homem, cuja execução era feita sobre o próprio corpo com o desejo de orná-lo (Brandão, 2017). Como disse Gillo Dorfles: “...antes de criar monumentos, estátuas, templos, o homem portanto “esteticizou” o seu corpo” (Morais, 1994, p.46). Infelizmente, tal como Brandão refere, o traje que está carregado de significado está longe de ser o mais estudado (2017). De acordo com Svendsen, a moda é um dos fenômenos que tem sido mais influente na civilização ocidental desde o Renascimento, por isso, uma compreensão da moda devia contribuir para uma melhor compreensão de nós mesmos (2010). Com o surgimento da moda industrializada, esta conseguiu chegar a toda a gente, permitindo e ajudando as pessoas a usarem a moda como uma forma de autoexpressão (Wilson, 2003). Wilson defende que todo o indivíduo é uma colagem ambulante, uma obra de arte composta de itens fundamentais, ou pode ser considerado algo que ocorra numa instalação contemporânea que muda ao interagir com o público (2003). Moda pode ser prateleiras de roupa de uma loja que se pode tocar e sentir, mas é da mesma forma um espetáculo virtual, um regime de imagens, que celebra um carnaval contínuo de mudanças (Wilson, 2003). No seu livro *Adorned with dreams*, a autora acaba declarando: “assim, a moda, a mais marginalizada de todas as artes, vive no coração da história. (...) Desprezar a moda como frívola é, portanto, a postura mais tóxica de todas” (2003, p.277).

A moda é uma forma de arte que é possível ser admirada sem ter de se recorrer a um museu, é uma forma de arte que está presente no quotidiano das pessoas (Morais, 1994).

2.2.2 Abordagem ao Conceito de *Design*

Seja em relação a moda, a *software*, informação ou produtos domésticos, o termo *design* entra no vocabulário das pessoas muitas vezes para descrever aspetos comuns do dia-a-dia (Raizman, 2003). Segundo Hauffe, a pergunta “o que é *design*?” é quase tão difícil de responder quanto a pergunta “o que é arte?” (1998). Por ser influenciado tanto na prática como na teoria por variados fatores, não é possível criar apenas uma definição de *design* (Hauffe, 1998). A quantidade de especificações que o *design* pode ter é vasta.

A palavra “*design*” provém da palavra italiana *disegno* (Hauffe, 1998). Desde o renascimento que *disegno* é entendido como o esboço ou o desenho de uma criação, o plano a partir do qual algo vai ser criado (Hauffe, 1998). Segundo Bernhard Bürdek, no renascimento o conceito de *disegno* referia-se à ideia artística (2005). O autor acrescenta ainda que as pessoas diferenciavam entre o *disegno interno*, o conceito para uma obra de arte a emergir, e o *disegno esterno*, o conceito para a obra de arte completa, como por exemplo uma pintura ou uma escultura (2005). Foi nesta época que, considerado por muita gente, surgiu o “primeiro *designer*”, Leonardo da Vinci (Hauffe, 1998; Bürdek, 2005). O conceito de *design* que da Vinci aplicou a objetos práticos, máquinas e aparelhos era, porém, mais tecnicamente orientado do que criativamente (Bürdek, 2005). Não obstante, segundo Bürdek, o polímata influenciou a ideia do *design*, do *designer* como um inovador (2005).

Contudo, é com a chegada da industrialização que a história do *design* começa, em meados do século XIX (Hauffe, 1998). De acordo com Hauffe, o termo “*design*” pode ser limitado ao período desde a revolução industrial que iniciou em Inglaterra e foi-se espalhando pelo resto do mundo (1998). Nos dias de hoje, a palavra “*design*” é normalmente utilizada para o planeamento de produtos industriais (Hauffe, 1998). O autor aponta ainda a importância de que:

Quando se fala da história do *design*, geralmente se refere não apenas ao desenvolvimento técnico, económico, estético e social, mas também a aspectos psicológicos, culturais e ecológicos. A história do *design* não é apenas uma cronologia dos objetos e das suas formas, mas um registo de formas da vida, porque a relação dos seres humanos com os objetos que eles produzem e usam refletem, especialmente no século XX, um grande segmento da história cultural (Hauffe, 1998, p.19).

Neste sentido, apesar de ligado à revolução industrial, o *design* é abordado com um olhar mais profundo, mais significativo na vida do homem. Ou seja, é pedido não para olhar meramente para o físico, para as formas e para o lucro que é gerado, mas sim para a relação não-verbal que cria com os indivíduos. De acordo com Colomina e Wigley, “falar sobre *design* é falar sobre o estado da nossa espécie” (2017, p.9).

Aurelindo Ceia considera também que o *design* deve ser visto de forma mais substancial. O autor considera que ao longo do séc. XX o *design*

foi afirmando um ecletismo sem crítica, não estruturado, ocorrendo a desenhar respostas para tudo, alargando a prática projectual ao ritmo e às necessidades do consumo e das posteriores consequências da globalização. Enquanto isso, faltava-lhe interrogar-se, questionar a sua acomodação aos valores instituídos e determinar a real dimensão política da sua intervenção. As questões da forma têm-se sobreposto invariavelmente às problemáticas sociais (incluindo aqui a sustentabilidade ambiental) e o próprio sentido poético da relação forma-função é arrastado para um esteticismo bastantes vezes superficial e inútil (Ceia, 2011, p.231).

Ceia afirma que o senso comum reduz o *design* à catalogação de artefactos mais ou menos complexos, como consequência de um determinado modo de produção industrial (2011). A conceção de que o *design* é “como mera resposta a necessidades determinadas pelos valores do comércio e pelas consequências da acumulação capital e técnica” é predominante até aos dias de hoje, devido principalmente à falta de conhecimento sobre o assunto (Ceia, 2011, p.227). Contudo, a partir dos anos 80 tem-se vindo a desenvolver uma nova consciência em torno da necessidade e possibilidade de encarar o *design* como ciência, uma disciplina que se interroga e questiona os seus limites (Ceia, 2011).

Segundo Ceia, o *design* não é meramente uma estética que é adicionada à técnica para assim aumentar o valor desta no mercado, mas é uma cultura artística própria (Ceia, 2011). A matéria do *design* é muito maior do que a simples constatação do objeto em si, é a necessidade e a possibilidade “de criação de artefactos que melhorem a relação do homem com a natureza e também consigo próprio” (Ceia, 2011, p.228). Ceia afirma que, segundo Nuno Portas, o *design* é uma disciplina que pretende “*dar sentido e ordem ao nosso ambiente físico e social*” (2011, p.228). O autor defende então esta noção do *design* que procura ajudar a construir um mundo mais equilibrado, mas declara que não o conseguirá se permanecer com preocupações superficiais (2011).

David Raizman reconhece dois significados principais de *design* que se encontram no Dicionário de Inglês Oxford:

O primeiro refere-se aos elementos de uma obra de arte e a uma consciência da ordem e disposição desses elementos. (...) Definido dessa maneira, o *design* é comum a todas as artes visuais, tanto nas belas-artes quanto nas artes aplicadas, e, de fato, os mesmos tipos de critérios podem ser analisados com relação a uma ampla variedade de objetos, desde pinturas e esculturas, a gravuras, a páginas principais de um site ou a uma torradeira elétrica, cada um baseado, pelo menos

em parte, numa variedade de opções ou possibilidades num determinado meio ou técnica de produção em relação a um público ou visualizador pretendido.(...)

Um segundo significado amplo de *design* refere-se à concepção para a forma completa de um objeto, geralmente um esboço, modelo ou conjunto de instruções que é uma etapa preliminar do processo que leva a um produto acabado. Em alguns casos, artistas ou artesãos executam seus próprios projetos. Em outros casos, eles experimentam diretamente materiais e processos na criação de protótipos que são produzidos ou modificados para produção. Ainda em outros casos, por exemplo, quando compramos uns *jeans* de *design* de autor, presumimos que esse artigo de vestuário, embora seja o resultado de métodos de produção em massa mecanizada e especializada, represente de alguma forma o talento criativo distintivo do designer. Como no primeiro sentido, a etapa conceitual no desenvolvimento de uma obra finalizada é comum a todas as artes visuais: afinal, esboços preliminares precedem a conclusão de muitos tipos de objetos; de fato, reconhecer esse significado de design dentro de uma ampla gama de atividades artísticas que envolvem a interação entre ideias e a manipulação de materiais permanece essencial para a compreensão do termo (Raizman, 2003, p.11).

Anthony Dunne e Fiona Raby afirmam que quando as pessoas pensam em *design*, estas acreditam que é sobre resolução de problemas, até mesmo as formas mais expressivas de *design* (2013). No seu livro *Speculative Everything - Design, Fiction and Social Dreaming*, os autores apontam problemas ambientais e desafios sociais que o mundo enfrenta e explicam que o *design* meramente como “solucionador de problemas” já não proporciona qualquer efeito ou utilidade, pois chega a um ponto em que a única maneira de “corrigir” as coisas é mudar os valores, as crenças e as atitudes das pessoas (2013). Existe então outra maneira de utilizar o *design*, usando bastante a imaginação e criando discussões sobre alternativas de ser, de forma a inspirar e possibilitar uma mudança coletiva na relação que as pessoas têm com a realidade (Dunne & Raby, 2013). Desta forma o *design* possibilita tocar na consciência das pessoas ao ajudá-las a imaginar uma nova realidade bem mais equilibrada e assim incentivar a uma mudança. Tal como citam os autores, “quando os designers se afastam da produção industrial e do mercado, entramos no reino do irreal, do fictício ou do que preferimos considerar design conceptual - *design* sobre ideias” (2013, p.11). O *design* conceptual é definido pelo seu potencial de questionar, provocar e inspirar as pessoas (Dunne & Raby, 2013). No fundo, Dunne e Raby apoiam o *design* que aumenta a consciencialização, que critica, inspira, propõe possibilidades e esboça possíveis futuros, funcionando assim como catalisador para a mudança. Segundo Colomina e Wigley, o *design* apresenta-se como um serviço ao ser humano, mas a sua verdadeira ambição é realmente redesenhá-lo (2017).

Pode-se concluir que o *design* é então muito mais que a construção industrial de objetos, que é uma disciplina que se questiona e que pretende melhorar o mundo à sua volta. A arte chegou mesmo a ser considerada uma possível subcategoria do *design* numa das conferências da *Experimenta'09*, porque enquanto a arte apenas pretende simbolizar questões e transformações sociais, o *design* procura esta possibilidade de transformação e tem ainda a capacidade de realmente a fazer surgir (Ceia, 2011, p.232). Apesar desta capacidade, no entanto, isto não é possível se o *design* continuar a concentrar a sua preocupação meramente em questões superficiais (Ceia, 2011). Tal como Ceia defende, “o design como *pensamento*, antes, muito antes de ser *forma*” (Ceia, 2011, p.234).

Raizman defende que “a força do design está na sua amplitude, na sua integração com tantas fontes de inspiração e ampliadas áreas de atuação” (2003, p.408). Para o autor, *designers* podem ser também artistas capazes de integrar os seus interesses pela estética como pela experimentação e autoexpressão (2003).

Capítulo 3 – Projeto Experimental

3.1 Introdução

Segundo Richard Martin, ex-editor da *Arts Magazine*, ex-diretor da *FIT Galleries* e atual curador do *Costume Institute do Metropolitan Museum of Art*, a falta de vontade de ver a moda como uma forma de arte leva a uma grande falta de crítica de moda (citado por Kim, 1998). Consequentemente, esta falta de crítica de moda acaba por lhe retirar importância e valor. Para Michael Boodro a moda é apenas uma indústria, ao passo que arte é arte, o resultado da inspiração elevada dos seus criadores (Kim, 1998). Kim considera que esta distinção de moda e arte baseia-se principalmente na natureza comercial da moda (1998). Mas será plausível separá-las por uma associação principal da moda ao comércio? Tal como Wilson defende:

Como as origens e o surgimento da moda estavam tão intimamente ligados ao desenvolvimento do capitalismo mercantil, as explicações económicas do fenómeno da moda sempre foram populares. Era fácil acreditar que a função da moda decorria da necessidade do capitalismo de expansão perpétua, o que incentivava o consumo. Na sua forma mais crua, esse tipo de explicação supõe que as mudanças de moda são nos impostas, especialmente às mulheres, numa conspiração para nos convencer a consumir muito mais do que "precisamos". Sem essa doença do "consumismo", o capitalismo entraria em colapso. (Doris Langley Moore argumentou que isso simplesmente não é verdade para a indústria da moda, uma vez que o comércio de alfaiataria masculina, onde a moda mudou mais lentamente, se mostrou muito mais estável do que o mercado flutuante da moda feminina, onde riscos indevidos devem ser assumidos, uma vez que nunca se sabe com antecedência quais modas serão atraídas e quais expirarão como modas.) (Wilson, 2003, p.49-50).

Assim, é possível compreender que as explicações económicas do fenómeno da moda não são totalmente plausíveis. De facto, como Wilson também defende, se se olhar para a moda com uma perspectiva antropológica, esta é proveniente de um passado religioso e místico que a liga profundamente à magia e ao ritual, tal como o drama (2003). Apesar de que, com o tempo, a moda se tenha vindo a ligar a aspetos comerciais, Martin considera que esse facto seja positivo porque, apesar do mundo da arte querer ser bastante discreto sobre o comércio, a moda é sobre manifestação e, por isso, transparente (Kim, 1998). Para além disso, o curador não considera que exista diferença real entre arte e moda e que a moda é, na verdade, a forma mais apropriada para arte e questões do corpo e género (citado por Kim, 1998). O aspeto essencial da roupa é o seu impacto visual e qualquer outra consideração é apenas ocasional ou condicional (Hollander, 1980). Anne Hollander afirma que a roupa deve estar em pé de igualdade com a arquitetura, sendo esta uma forma de arte visual que utiliza o eu visível como seu meio (1980). Elizabeth

Wilson defende também que a moda é um meio estético para a expressão de ideias, desejos e crenças (2003). A autora afirma que realmente existe muita gente que a usa como forma de escravidão, utilizando-a como forma de expressar falsamente o seu eu verdadeiro ao copiar os outros, mas ainda existem, porém, muitos casos de quem a use de forma a realmente expressar a sua individualidade (Wilson, 2003).

Pode-se concluir assim que a maneira como se “usa a moda” vai influenciar a maneira como se olha para a sua essência. Contudo, não é por esta ser usada, por vezes, com intuitos menos positivos ou autênticos que deixa de possuir potencialidades genuínas como a criatividade e a autoexpressão.

Após uma revisão bibliográfica sobre as temáticas arte e moda, este capítulo foca-se no desenvolvimento do projeto experimental, abordando os objetivos a atingir, qual a metodologia a utilizar e, claro, demonstrando os passos da realização física do projeto. O projeto experimental é composto por um protótipo que tem a pretensão de ser uma forma de expressão artística que, tanto é uma obra de arte na sua forma mais estática, como pode ser retirada dessa forma estática e ser usada como uma peça de vestuário de uso comum. Ou seja, o projeto pretende apresentar-se como um exemplo que funde a arte e a moda, onde a investigadora exprime a sua criatividade através da criação de uma peça que tanto pode ser vestida, sentida e vivida, como pode apenas ser observada/apreciada no seu estado mais estático. No fundo, o protótipo é o resultado, a expressão física, de uma inspiração e de uma imaginação única e individual que, de igual forma, reflete e questiona os conceitos de arte e moda e a separação/fusão dos mesmos.

Para a realização deste projeto elaboraram-se vários processos fundamentais. Numa primeira fase foi criado o protótipo em si e em seguida foi feita uma sessão fotográfica onde o mesmo foi captado nas suas diferentes formas, estática e dinâmica. Foi captado também a transição de uma forma para a outra e, por fim, foi realizado um questionário com as imagens e vídeo obtidos na sessão. Com as respostas alcançadas através do questionário foi possível avaliar qual a perceção sobre a moda como possível meio de expressão artística.

3.2 Objetivos

O presente estudo tem como principal objetivo responder à questão: Será a criação de peças de vestuário uma forma de expressão artística?

Pretende-se também responder às seguintes perguntas secundárias: É possível chegar-se, ou já se chegou, a um conceito de arte fechado? Se sim, há algo que impeça um artista de se expressar através da criação de peças de vestuário e que estas sejam consideradas obras de arte? Será a moda não considerada uma forma de arte por ser, em geral, associada ao consumismo e à indústria? E será plausível associá-la principalmente ao consumismo?

A metodologia utilizada na dissertação é composta por uma primeira parte não interventiva em que é feita uma revisão de literatura com base, principalmente, em livros, artigos científicos e alguns suportes digitais. Nessa primeira parte, com o conhecimento adquirido, foi possível obter informação necessária para chegar às conclusões pretendidas.

Com intuito de responder unicamente à questão principal, foi desenvolvido o projeto experimental que incluiu um questionário de forma a compreender qual a percepção sobre a criação de peças de vestuário como uma forma de expressão artística.

3.3 Metodologias

Segundo o Novo Dicionário do Aurélio, “método” é um caminho para chegar a um fim, caminho este que propõe uma série de operações a realizar de forma a evitar certos erros para chegar ao fim determinado (Vieira, 2009). Cita Vieira que, segundo a mesma fonte, “metodologia” é caracterizada pelo estudo dos métodos, particularmente científicos, que dirige “o espírito na investigação da verdade” (2009).

Visto que, na própria natureza dos métodos, o homem recorreu a disciplinas científicas com o objetivo de ordenar acontecimentos do quotidiano, estes distanciaram-se da esfera artística, caracterizada pela sua intangibilidade e pelo seu abstracionismo (Vieira, 2009). Tal como defende Vieira, é sabido que a área do *design* agrega conhecimentos de diferentes campos, transitando entre domínios mais abstratos, pertencendo ao mundo das artes, e domínios mais técnicos, característicos da área científica (2009). Desta forma, é questionável o facto de o método limitar a criatividade. O mesmo autor discorda com essa possibilidade, visto que “mesmo o processo criativo segue aspectos identificados e indetificáveis com métodos e metodologias” (Vieira, 2009). Ou seja, tal como defende Munari e Bezerra, tanto na área exclusivamente do *design* como das artes, a criação parte de uma fase inicial de articulação de ideias e associações de elementos, nunca sendo um processo totalmente e apenas intuitivo (citado por Vieira, 2009).

É perceptível, assim, a importância de uma metodologia, mesmo dentro de uma área mais criativa, sendo um facilitador na exploração de ideias, na criação de associações de elementos e no próprio processo de realização em si.

Após uma primeira fase onde foi realizada uma revisão bibliográfica sobre as temáticas moda e arte, analisaram-se três metodologias. Os autores das três metodologias de projeto abordadas são Bruno Munari, Gui Bonsiepe e Bernd Löbach. Decidiu-se fazer um breve resumo das três metodologias de forma a analisar e escolher o melhor método a ser aplicado ao projeto experimental.

Metodologia de projeto de Bruno Munari

Segundo Bruno Munari, “o método projectual não é mais do que uma série de operações necessárias, dispostas por ordem lógica, ditada pela experiência. O seu objetivo é o de se atingir o melhor resultado com o menor esforço” (1981, p.20). Para Munari, o método projectual não é nem absoluto, nem definitivo, ou seja, há a possibilidade de o projetista descobrir algo que melhore o processo (1981). No seu livro *Das coisas nascem coisas*, o autor apresenta um esquema simples que representa as etapas do método de estudo que defende, tal como ilustrado na fig.27 abaixo apresentada.

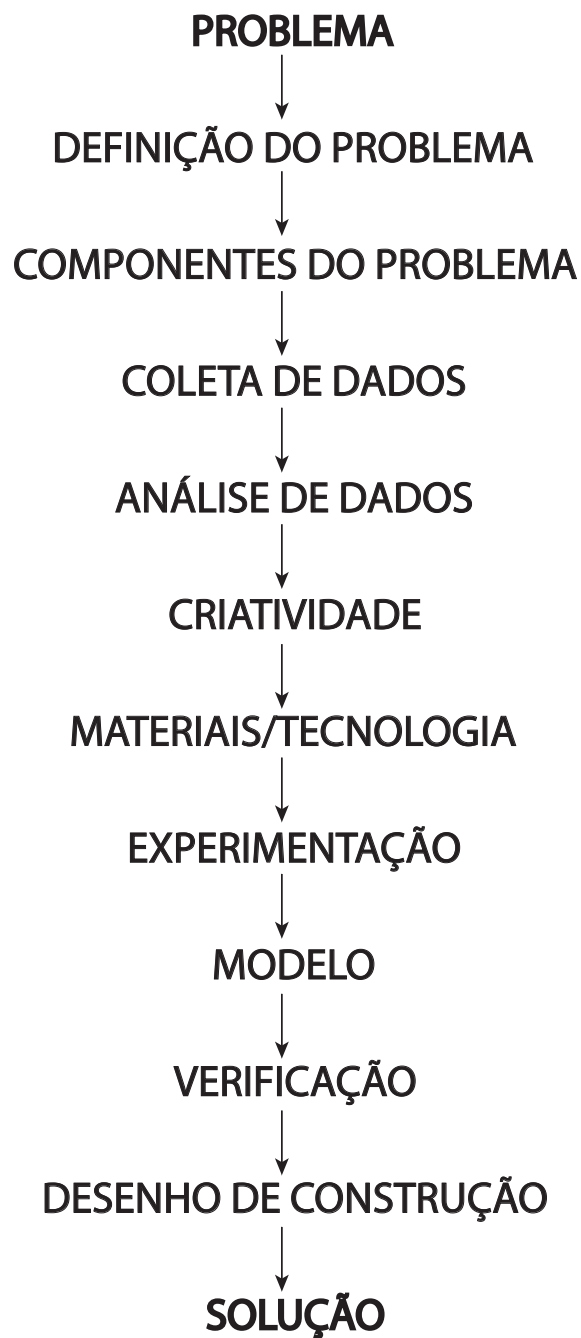


Fig.27 – Etapas da metodologia de Munari. Fonte: Autoria própria

Metodologia de projeto de Gui Bonsiepe

Segundo Bonsiepe, a metodologia projetual não se deve seguir como uma receita (Bonsiepe, Kellner & Poessnecker, 1984). Isto deve-se ao facto de que o seu resultado tem apenas certa probabilidade de sucesso e não um resultado certo tal como uma receita conduz (Bonsiepe et al., 1984). O autor propõe assim uma metodologia composta por 5 partes que pretende apenas ajudar o projetista a orientar o processo. As etapas são as seguintes:

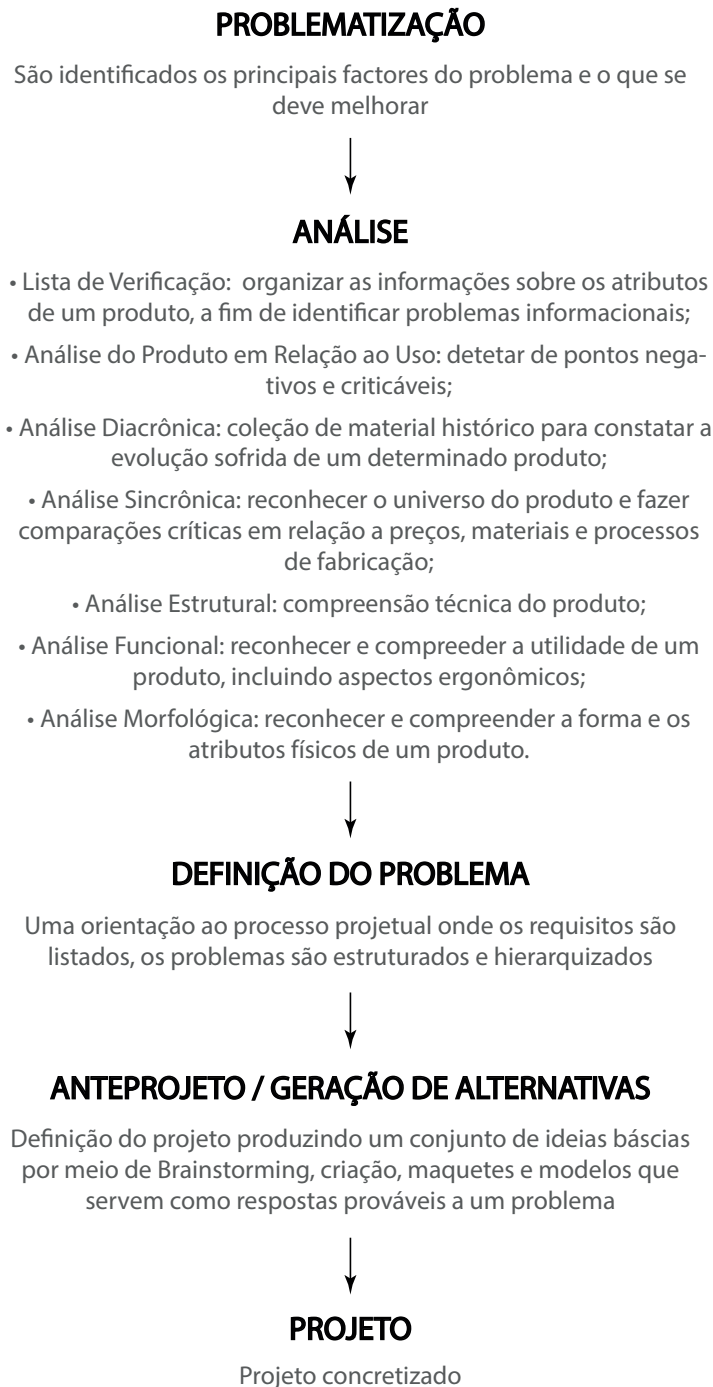


Fig.28 – Etapas da metodologia de Bonsiepe. Fonte: Autoria própria

Metodologia de projeto de Bernd Löbach

Na metodologia de Löbach, o autor afirma que “todo o processo de design é tanto um processo criativo como um processo de solução de problemas”, onde são consideradas e incorporadas as características que satisfazem as necessidades dos consumidores, criando soluções para o problema, desenvolvendo-se a mais adequada (Löbach, 2001, p.141).

Como explica Löbach, o processo de *design* pode ser desenvolvido de uma forma bastante complexa e por isso, de forma a facilitar e ser útil, dividiu o processo em quatro fases distintas, embora, na realidade, estas entrelaçam-se com avanços e retrocessos (2001).

As quatro fases dentro do processo criativo propostas pelo autor são as seguintes apresentadas na figura:

1. Fase da preparação e análise do problema: coleta de informações e análise para conhecimento do problema.

- Análise da necessidade;
- Análise da relação social homem-produto;
 - Análise da relação com o ambiente
 - Desenvolvimento histórico;
 - Análise do mercado;
 - Análise da função;
 - Análise estrutural;
- Análise da configuração (funções estéticas);
- Análise de materiais e processos de fabricação;
 - Patentes, legislação e normas;
 - Análise de sistema de produtos;
- Distribuição, montagem, serviço aos clientes, manutenção;
 - Descrição das características do novo produto;
 - Exigências para com o novo produto.

2. Fase da geração: escolha dos métodos de solucionar problemas.

- Conceitos do design;
- Alternativas de solução;
 - Esboço de ideias;
 - Modelos.

3. Fase de avaliação das alternativas do problema: processo de avaliação da melhor solução com aplicação das características ao novo produto.

4. Fase de realização e solução do problema: realização da solução do problema.

- Projeto mecânico;
- Projeto estrutural;
- Configuração dos detalhes;
- Desenvolvimento de modelos;
 - Desenhos técnicos;
 - Documentação.

Fig.29 – Etapas da metodologia de Löbach. Fonte: Autoria própria

Metodologia Aplicada ao Projeto

Das três metodologias apresentadas, escolheu-se a metodologia de Munari. Embora nenhuma das metodologias apresentasse exatamente as mesmas etapas aplicadas ao projeto, esta foi a que se considerou ser mais semelhante. Tal como Munari defende, o método projetual não é nem absoluto, nem definitivo, assim, a metodologia aplicada ao projeto foi adaptada conforme necessário, partilhando algumas etapas (1981). No quadro que se segue é feita uma comparação da metodologia de Munari e da metodologia aplicada ao projeto, de forma a mostrar as adaptações feitas pela autora.

Quadro 1- Aplicação da metodologia de Munari ao projeto prático experimental, adaptado pela autora

Metodologia de Munari	Metodologia Aplicada ao Projeto
1. Problema	1. Inspiração (Escolha do tema principal – “transformação”).
2. Definição do problema	2. Mind Mapping (Utilização da ferramenta <i>brainstorming</i> onde é explorado o conhecimento sobre o tema).
3. Coleta de dados	3. Moodboards (Criação de quadros de imagens baseados no <i>mind mapping</i> que servem de base de inspiração para criação de ideias).
4. Análise de dados	4. Moodboard final (Seleção de ideias e junção das mesmas num <i>moodboard</i> final).
5. Criatividade	5. Criatividade (<i>Boost</i> de ideias em forma de desenho e escolha final).
6. Materiais/Tecnologia	6. Desenvolvimento de moldes (Exploração e desenvolvimento dos moldes do vestido através da técnica <i>draping</i> ; desenvolvimento do desenho técnico da moldura).
7. Experimentação	7. Experimentação (Experimentação dos moldes, do comportamento da tinta em tecido e de alguns tipos de pontos de bordado e alterações necessárias; discussão das medidas e estrutura da moldura com o carpinteiro).
8. Modelo	8. Modelo (Decisão dos moldes finais, criação em pano crú (material de experimentação) e correções finais; decisão final das medidas da moldura).

9. Verificação	9. Material (Escolha e aquisição dos materiais necessários para a criação final).
10. Desenho de construção	10. Criação Final
11. Solução	11. Questionário

3.4 Desenvolvimento do Projeto Experimental

3.4.1 Tema de Inspiração

O tema de inspiração do projeto é “transformação”. “Transformação”... algo que não é físico, algo que acontece dentro, algo que surge e se modifica a um nível invisível mas que, por acontecer, têm tantas consequências no mundo físico. Na verdade, apesar do substancial acontecer a nível impalpável, algo também tem de se “esforçar” no nível físico para haver a mudança e ambas, em trabalho, fazem acontecer a transformação.

É com esse esforço, esse desconforto inexplicável que acontece a transformação... na verdade, é também o que realmente a impulsiona, pois sem ela nada se moveria. Mas é desse desconforto que parece não desistir que surge, por fim, algo tão belo como a transformação, a evolução do ser.

3.4.2 Mind Mapping

Através da ferramenta *mind mapping*, a autora pegou na palavra “transformação” e, a partir dela, foi associando palavras de forma espontânea. Desta forma foi possível uma exploração do conceito, chegando a inúmeras referências.

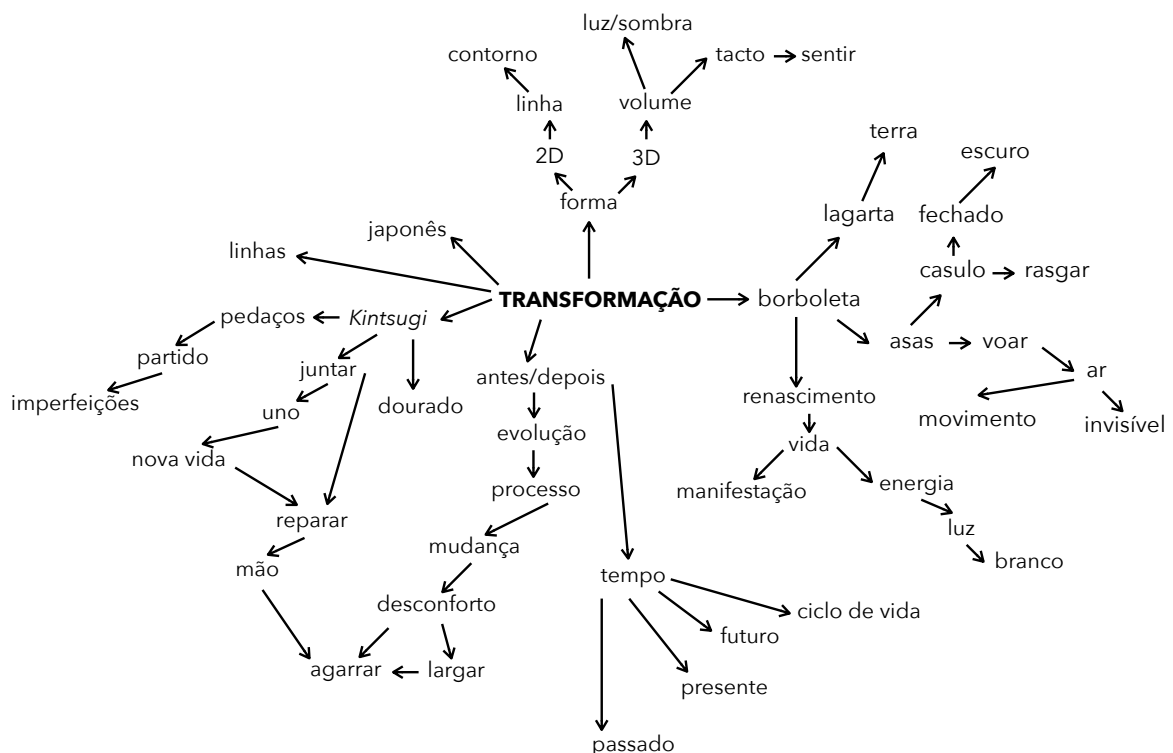


Fig.30 – Mind Mapping. Fonte: Autoria própria

3.4.3 Moodboards

Foram desenvolvidos vários *moodboards* com o objetivo de dar vida às associações a que se chegou com o *mind mapping*.



Fig.31 – Moodboard 1. Criação: própria. Fonte de Imagens: *Pinterest*



Fig.32 – Moodboard 2. Criação: própria. Fonte de Imagens: *Pinterest*



Fig.33 – Moodboard 3. Criação: própria. Fonte de Imagens: *Pinterest*

3.4.4 Moodboard Final

No *moodboard* final foi feita uma seleção intuitiva dos conceitos/formas/elementos/cores a explorar futuramente como fonte de inspiração.



Fig.34 – Moodboard Final. Fonte: Autoria própria. Fonte de Imagens: *Pinterest*

3.4.5 Criatividade

Nesta fase, a autora recorreu ainda mais à sua criatividade, desenhando futuras possíveis criações de forma intuitiva, inspirando-se na *moodboard*. Segue-se algumas páginas do seu *sketchbook*.

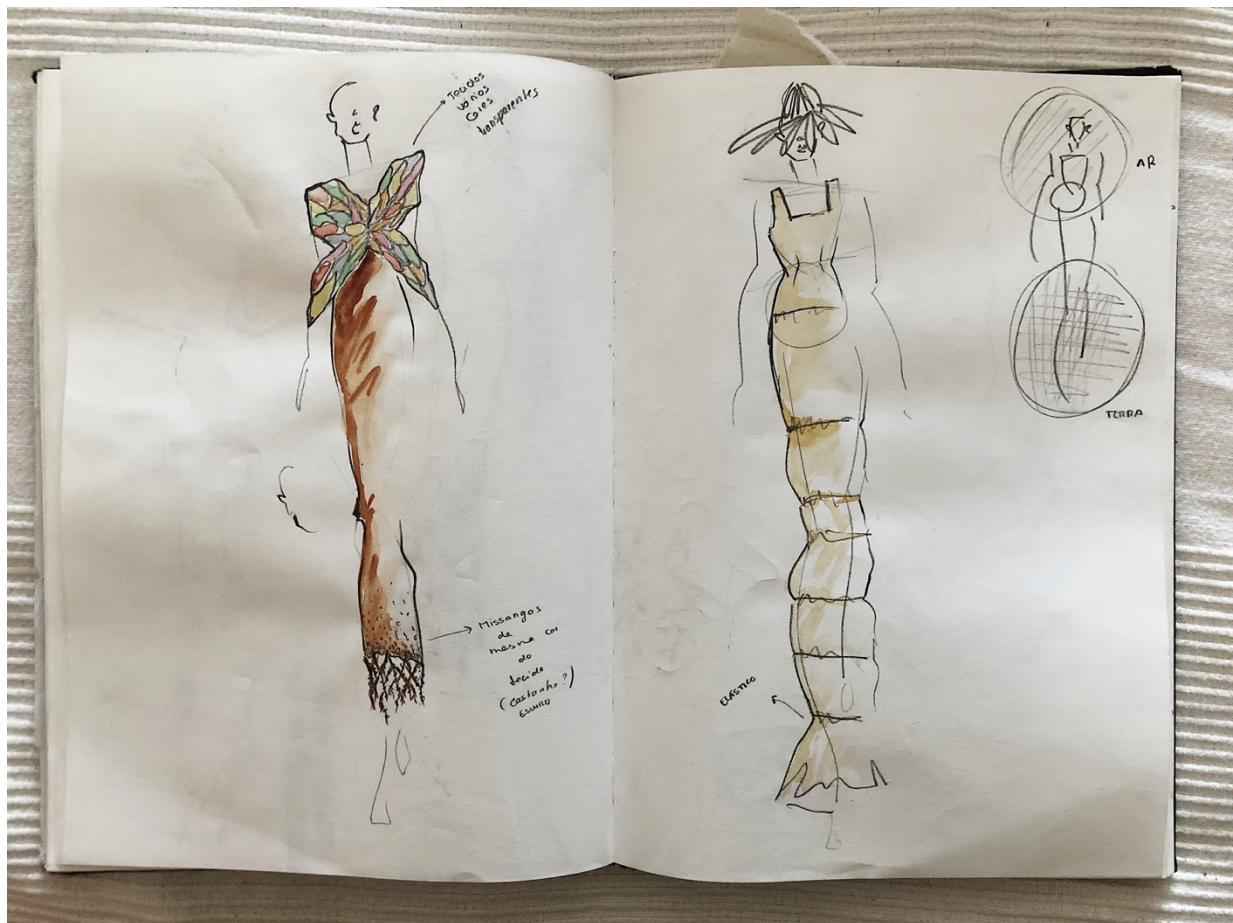


Fig.35 – Esboços 1. Fonte: Autoria própria

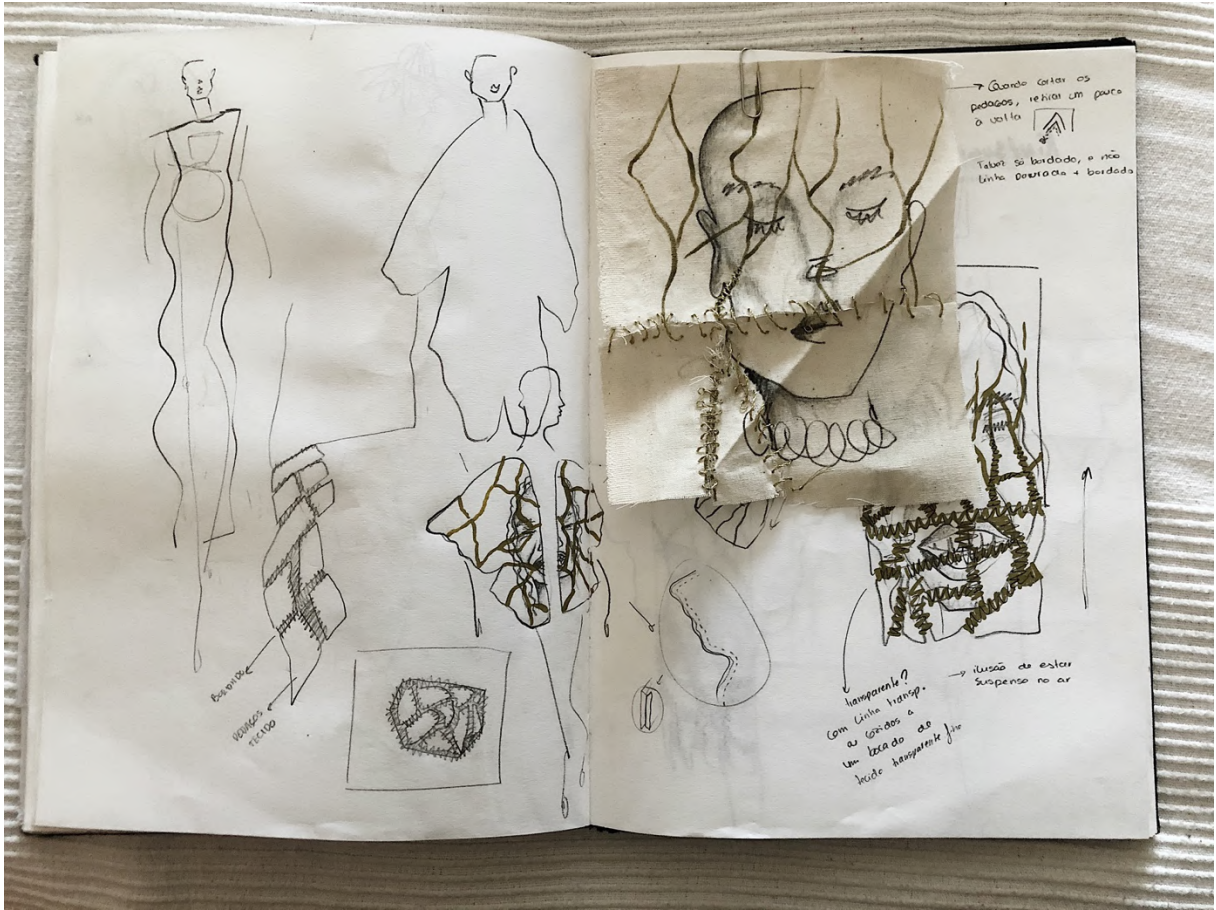


Fig.38 – Esboços 4. Fonte: Autoria própria



Fig.39– Esboços 5. Fonte: Autoria própria

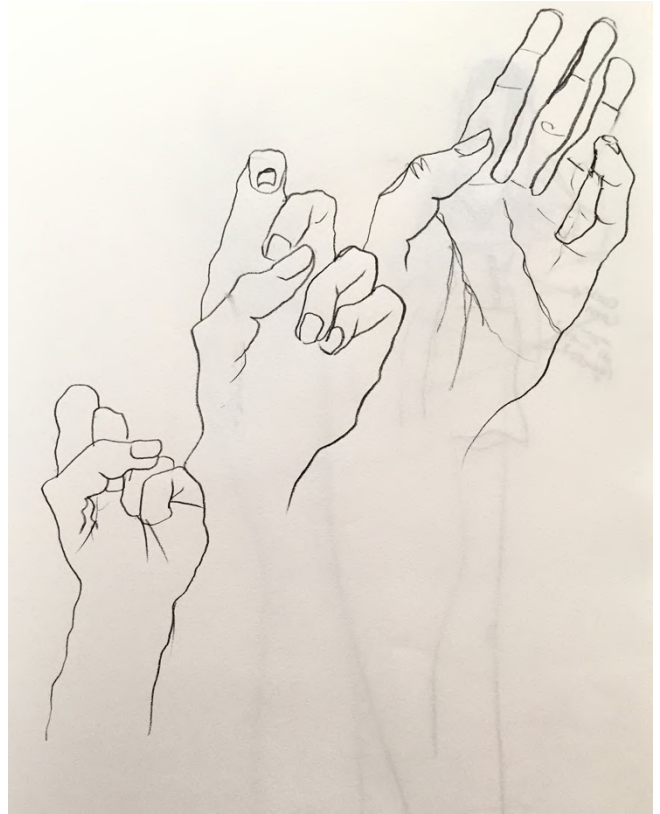


Fig.40 – Esboços 6. Fonte: Autoria própria

3.4.6 Desenvolvimento de Moldes

Depois de escolhida a ideia a desenvolver, iniciou-se a sua concretização. Nesta fase, a autora utilizou a técnica *draping* para desenvolver os moldes da peça vestível e criou um desenho explicativo da estrutura da moldura, de modo a ser futuramente discutida com o carpinteiro.

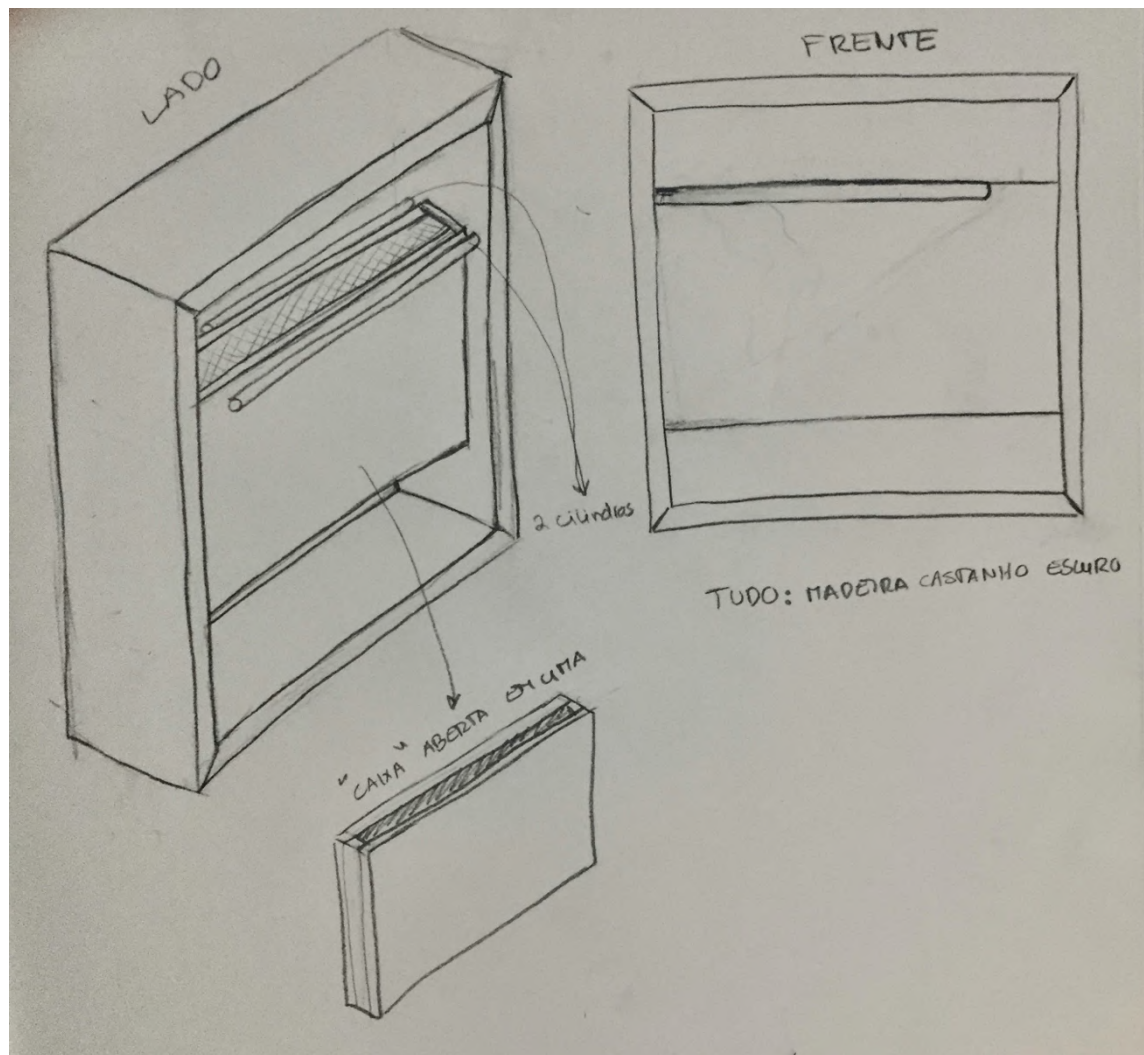


Fig.43 – Esboço Moldura. Fonte: Autoria própria



Fig.44 – *Draping 1*. Fonte: Autoria própria



Fig.45 – Moldes retirados do manequim. Fonte: Autoria própria

3.4.7 Experimentação

Na fase da experimentação, os moldes foram retirados do manequim e passados a papel vegetal. Foram feitas as alterações necessárias nos moldes, conforme se foi experimentando já cortados em pano cru (tecido de uso próprio para fase de prototipagem).

Além dos moldes, foram realizados alguns tipos de pontos de bordado e testado o comportamento da tinta em tecido, de forma a ganhar conhecimento e tomar decisões.



Fig.46 – Moldes em papel vegetal. Fonte: Autoria própria



Fig.47 – Moldes modificados. Fonte: Autoria própria



Fig.48 – Verificação dos moldes já cosidos. Fonte: Autoria própria



Fig.49 – Testes do comportamento da tinta e tipos de materiais a utilizar. Fonte: Autoria própria



Fig.50 – Testes de tipos de ponto de bordado. Fonte: Aatoria própria

3.4.8 Modelo

Foi feita a decisão dos moldes finais, a criação da peça final em pano cru e decidiu-se as medidas finais da moldura.



Fig.51 – Protótipo do vestido em pano cru. Fonte: Autoria própria



Fig.52 – Teste do protótipo com o desenho. Fonte: Autoria própria

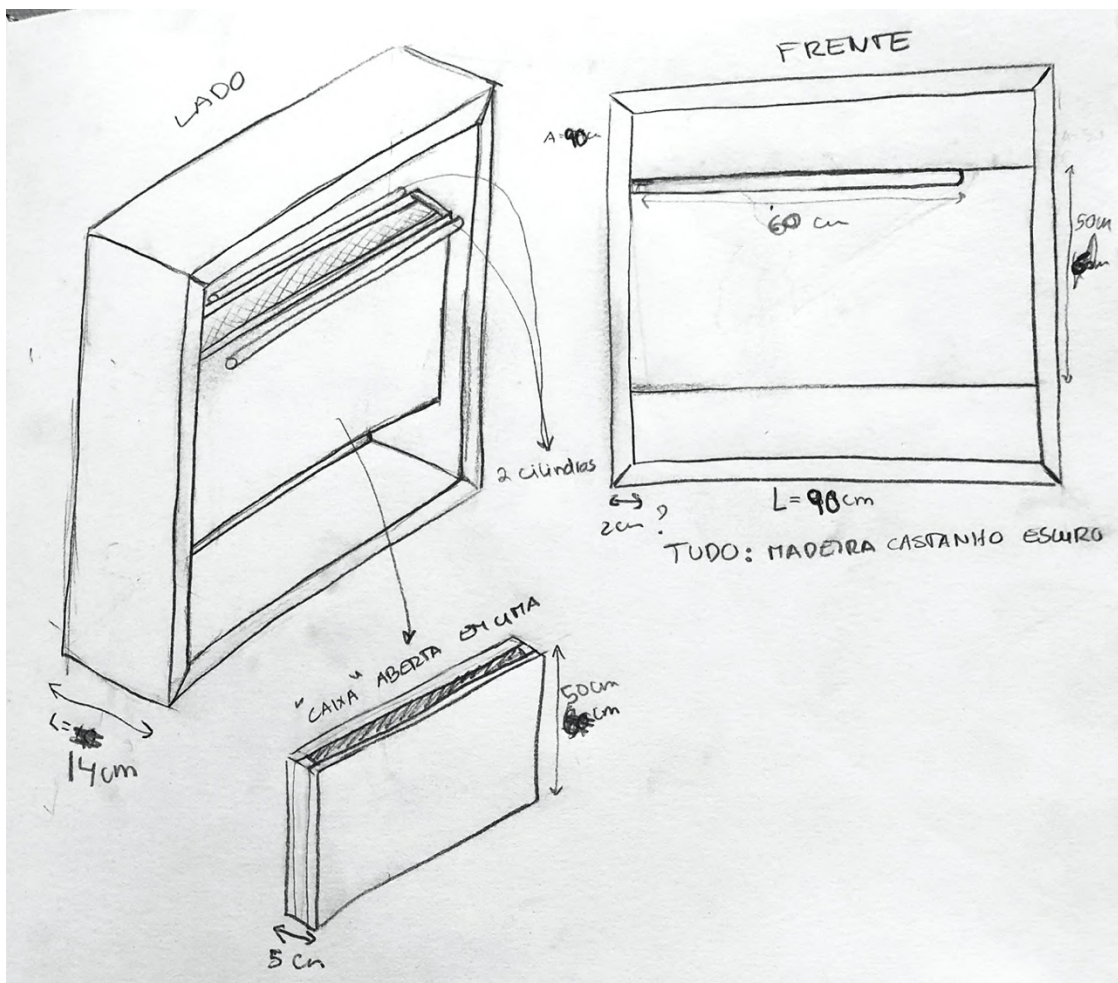


Fig.53 – Decisão das medidas da moldura. Fonte: Autoria própria

3.4.9 Material

Foi decidido e feita a aquisição dos materiais a utilizar para a concretização do projeto.



Fig.54 – Madeira a utilizar na moldura. Fonte: Autoria própria

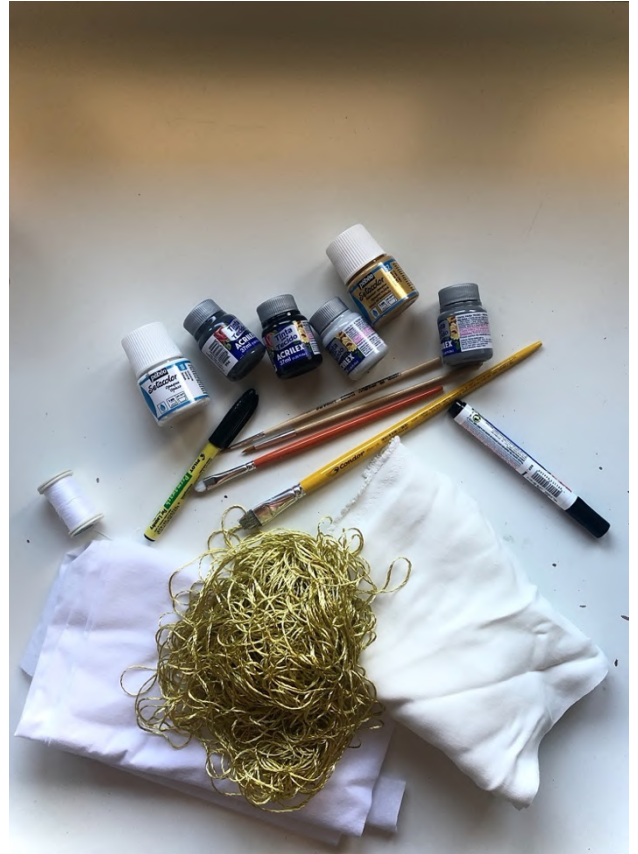


Fig.55 – Materiais a utilizar no vestido. Fonte: Autoria própria

3.4.10 Criação Final

Após a inspiração inicial e de todo um processo de exploração e tomada de decisões, finalmente concretizou-se a peça idealizada. Inicialmente cosida e depois pintada e bordada. Depois de fornecidas todas as indicações necessárias, a construção da moldura foi deixada a cargo do carpinteiro.

Após a finalização da peça, foi feita uma sessão fotográfica com o objetivo de captar a criação no seu estado mais estático, no seu estado mais dinâmico e o processo de transição de uma para outra.



Fig.56 – Corte dos moldes no tecido final. Fonte: Autoria própria



Fig.57 – Vestido final cosido. Fonte: Autoria própria



Fig.58 – Execução da pintura no vestido. Fonte: Autoria própria



Fig.59 – Execução do bordado. Fonte: Autoria própria



Fig.60 – Moldura finalizada. Fonte: Autoria própria



Fig.61 – Lado 1 da criação no seu estado mais estático. Fotografia: Rodrigo Santos



Fig.62 – Lado 2 da criação no seu estado mais estático. Fotografia: Rodrigo Santos



Fig.63 – Pormenor desenho 1. Fotografia: Rodrigo Santos



Fig.64 – Pormenor desenho 2. Fotografia: Rodrigo Santos



Fig.65 – Criação no seu estado dinâmico. Modelo: Djanaina Vaz Turpin. Fotografia: Rodrigo Santos

3.4.11 Questionário

Por fim, foi desenvolvido e enviado um questionário, onde se utilizaram as fotografias e o vídeo captados na sessão fotográfica, com o objetivo de compreender a percepção da maioria dos inquiridos sobre a moda como possível meio de expressão artística. Segue-se o questionário abaixo.

A Moda e a Expressividade Artística

O presente questionário é realizado no âmbito da dissertação do Mestrado em Branding e Design de Moda, da Universidade da Beira Interior em conjunto com a Universidade Europeia - IADE, que tem como objetivo principal responder à questão "Será a criação de peças de vestuário uma forma de expressão artística?".

As respostas obtidas no questionário possibilitarão avaliar qual a percepção sobre a moda como possível meio de expressão artística.

Os resultados obtidos serão confidenciais e serão exclusivamente utilizados para fins académicos, no desenvolvimento da referida tese de mestrado. Desta forma, é pedido a sua importante colaboração, respondendo às breves perguntas de escolha múltipla que se seguem.

Agradeço, desde já, a sua disponibilidade!

***Obrigatório**

Qual a sua idade? *

18 a 27

28 a 37

38 a 47

48 a 57

58 a 67

68 ou mais

Qual o seu género? *

Feminino

Masculino

Não binário

Qual o seu nível de escolaridade? *

Ensino Básico

Ensino Secundário

Ensino Superior (Graduação)

Especialização (Pós-graduação/MBA)

Mestrado

Doutoramento

Seguinte

Fig.66 – Secção 1 do questionário. Fonte: Autoria própria
Link de acesso:
<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd7EKRza1ewzn5K-FG4clldDa8dPNm7xVEP7Sx7bVHsadG1Qw/viewform>

Secção sem título

Quando observa esta imagem, o que vê? *



- Uma obra de arte
- Uma pintura a óleo
- Uma peça de roupa mal arrumada

Anterior

Seguinte

Fig.67 – Secção 2 do questionário – 1ª pergunta. Fonte: Autoria própria

Quando observa esta imagem, o que vê? *



- Uma forma de expressão artística
- Uma peça de vestuário para uso quotidiano
- Uma obra de arte

[Anterior](#)

[Seguinte](#)

Fig.68 – Secção 3 do questionário – 2ª pergunta. Fonte: Autoria própria

Secção sem título



Após ver o vídeo, o que responde: *

- É uma forma de expressão artística
- É uma peça de vestuário para uso quotidiano
- É uma obra de arte

Anterior

Submeter

Fig.69 – Secção 4 do questionário – 3ª pergunta. Fonte: Autoria própria
Link do vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=m-lsaEZIPzo>

3.5 Análise de Conteúdo

O questionário realizado foi enviado por e-mail, pela aplicação *Whatsapp* e partilhado na rede social *Facebook*, atingindo inquiridos dentro das áreas da arte e do *design* (tendo profissões como pintor/a, *designer* de moda, galerista, arquiteto/a, dançarino/a, artista plástico/a, fotógrafo/a, joalheiro/a e escritor/a) como inquiridos sem relação direta com as áreas. Este método teve como objetivo obter um resultado geral que abrangesse tanto percepções com maior como com menor conhecimento sobre o tema. Acredita-se obter assim um resultado mais abrangente e generalizado. O questionário foi dividido em quatro secções: a primeira apenas com questões de identificação; a segunda, a terceira e a quarta secções apresentaram cada uma apenas uma pergunta como o objetivo de avaliar a percepção pessoal sobre a moda poder ser arte. Todas as questões eram de escolha múltipla e de carácter obrigatório.

A amostra alcançada foi de 321 respostas. Destas 321 pessoas, 35,2% tinha entre os 18 e os 27 anos, 23,1% tinha entre os 28 e os 37 anos, 15,9% tinha entre os 38 e os 47 anos, 18,4% tinha entre os 48 e os 57 anos, 5,6% tinha entre os 58 e 67 anos e 1,9% tinha entre os 68 ou mais anos. 65,7% dos questionados era do sexo feminino e 34,3% do sexo masculino. Ao perguntar o nível de escolaridade, 0,6% respondeu “Ensino Básico”, 10,6% respondeu “Ensino Secundário”, 39,9% respondeu “Ensino Superior (Graduação)”, 13,7% respondeu “Especialização (Pós-graduação/MBA)”, 32,4% respondeu “Mestrado” e 2,8% respondeu “Doutoramento”.

À primeira pergunta, “Quando observa esta imagem, o que vê?”, relacionada com a criação no seu estado mais estático, 70,4% respondeu “Uma obra de arte”, 18,1% respondeu “Uma peça de roupa mal arrumada” e 11,5% respondeu “Uma pintura a óleo”.

À segunda questão, “Quando observa esta imagem o que vê?”, relacionada com a criação no seu estado mais dinâmico, vestido por uma modelo, 71% respondeu “Uma forma de expressão artística”, 17,8% respondeu “Uma peça de vestuário para uso quotidiano” e 11,2% respondeu “Uma obra de arte”.

Por fim, à terceira pergunta, “Após ver o vídeo, o que responde?”, onde era visualizado um vídeo que mostrava o processo da criação do seu estado mais estático para o mais dinâmico, 73,8% respondeu “É uma forma de expressão artística”, 12,5% respondeu “É uma peça de vestuário para uso quotidiano” e 13,7% respondeu “É uma obra de arte”.

Como opções de resposta, utilizou-se mais do que uma expressão que representasse “arte”: como “uma obra de arte”, “uma forma de expressão artística” e “uma pintura a óleo”. Ora, depois de se somar as percentagens correspondentes às mesmas, do universo de 321 pessoas, mais de 80% considerou, em cada questão colocada, que a criação era de facto arte. Mediante os resultados obtidos com o questionário, pode-se responder à questão principal da investigação “Será a criação de peças de vestuário uma forma de expressão artística?” - concluindo que sim, uma maioria significativa das pessoas considera que a criação de peças de vestuário é uma

forma de expressão artística. Observou-se também que, quando eram apresentadas ambas as expressões “uma obra de arte” e “uma forma de expressão artística” como opções de resposta para a mesma questão, existe uma significativa preferência pela última referida. Contudo, o facto de, na primeira questão, não se apresentar a opção de resposta “uma forma de expressão artística”, não foi motivo para os inquiridos deixarem de considerar a criação uma obra de arte - verificando que 70,4% respondeu que era uma obra de arte e 11,5% respondeu que era uma pintura a óleo. Concluindo, mais de 80% considerou a obra, em qualquer um dos seus estados, estático ou dinâmico, uma forma de arte, havendo apenas uma preferência pela expressão “uma forma de expressão artística” em vez de “uma obra de arte”.

Gráfico 1 – Idades. Fonte: *Google Forms*

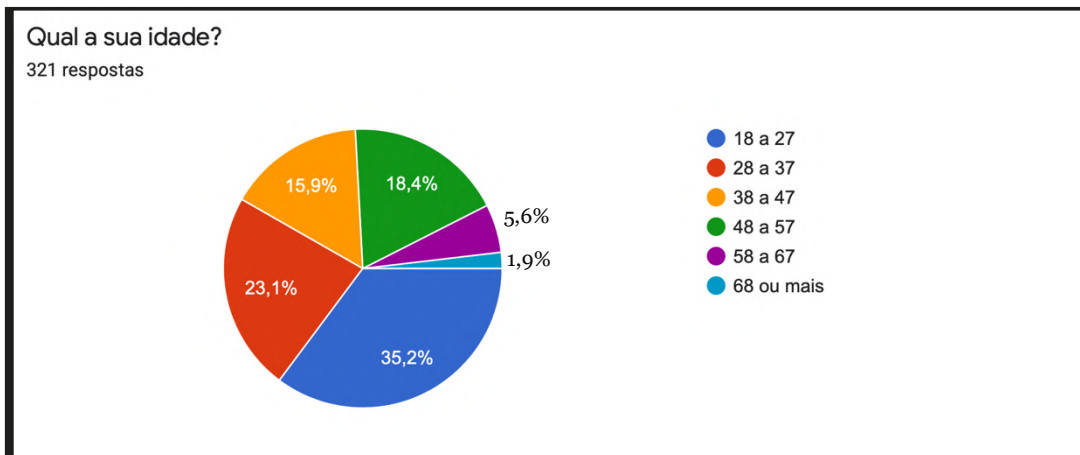


Gráfico 2 – Géneros. Fonte: *Google Forms*

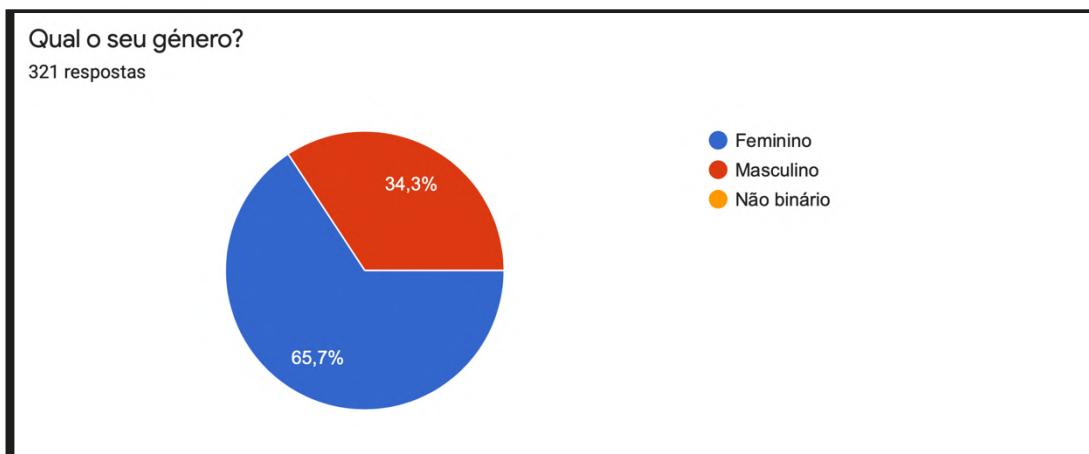


Gráfico 3 – Níveis de escolaridade. Fonte: *Google Forms*

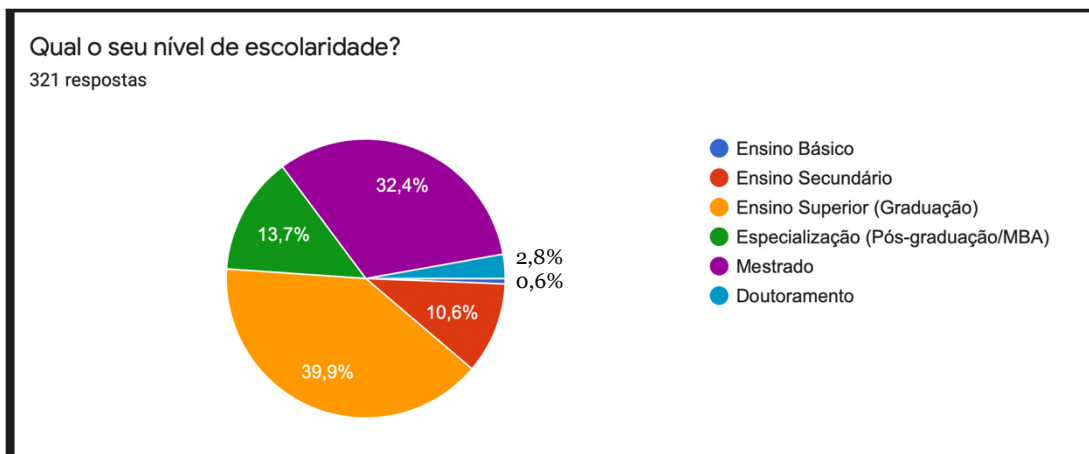


Gráfico 4 – Pergunta 1. Fonte: *Google Forms*

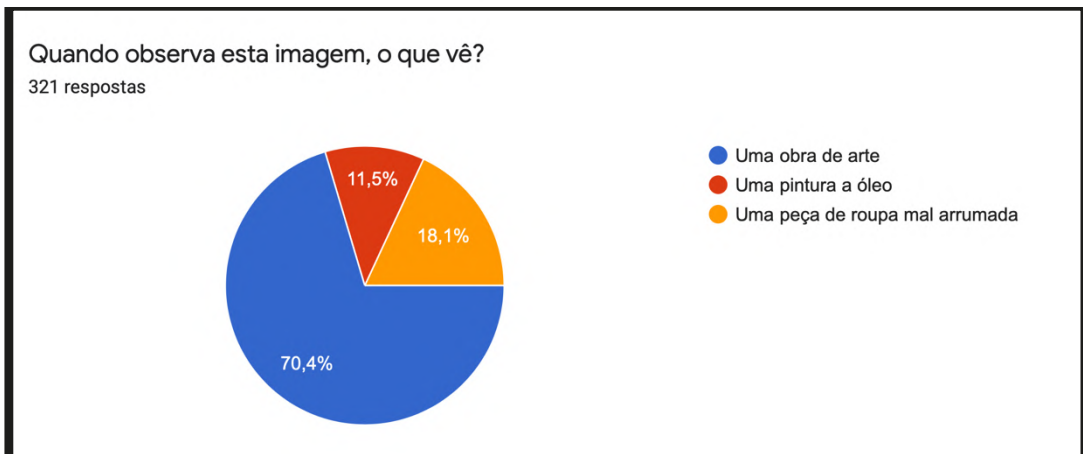


Gráfico 5 – Pergunta 2. Fonte: *Google Forms*

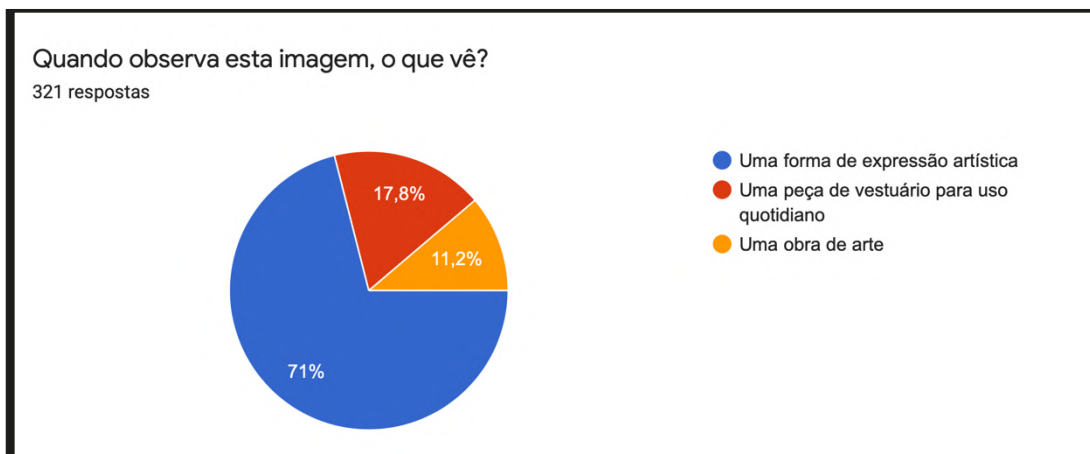
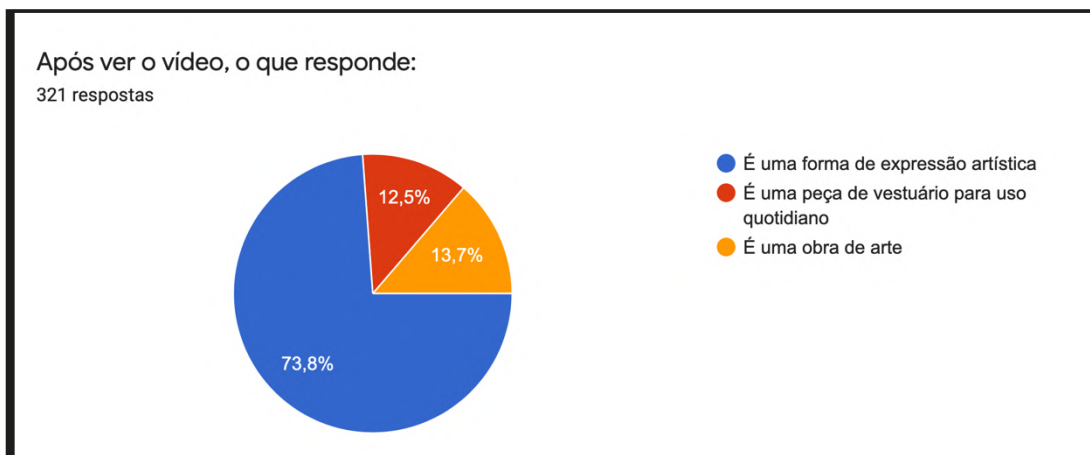


Gráfico 6 – Pergunta 3. Fonte: *Google Forms*



4. Conclusões e Considerações Futuras

4.1 Conclusões

Será a criação de peças de vestuário uma forma de expressão artística? Será que enquanto artista, o impulso por se expressar pode passar pela criação de peças vestíveis, ao invés, por exemplo, de pintar numa tela?

A discussão se moda é arte não é recente e permanece até aos dias de hoje. Na verdade, a dificuldade em alcançar a resposta à pergunta “a moda é arte?” deve-se à própria lacuna de encontrar uma definição concreta quer para arte quer para moda. Após a revisão de literatura debruçada sobre o tema, conclui-se que nunca se conseguiu obter uma definição fechada e limitada para o conceito de arte. Evidentemente pela tentativa de definição não se mostrar ser fácil e ser, tal como Dickie o denomina, um “esforço antigo”, compreende-se que a arte não pode ser definida por condições necessárias (1974). Na possibilidade de a arte ser definida por condições necessárias que são conjuntamente suficientes, Morris Weitz afirma que isso seria incompatível com a conceção da prática de arte como aquela que oferece a possibilidade permanente de mudança, expansão e novidade (Carroll, 2002). Também Carroll se questiona: “muitos dos nossos conceitos não são governados por definições essenciais. Então, porquê supor que a arte é?” (2002, p.266). Se realmente existisse uma definição essencial de arte então não seria tão difícil de a estipular (Carroll, 2002). O conceito de arte é, portanto, um conceito aberto. Weitz defende-o:

“Arte” em si é um conceito aberto. Novas condições (casos) surgiram constantemente e, sem dúvida, surgem constantemente; novas formas de arte, novos movimentos surgirão, o que exigirá decisões por parte dos interessados, geralmente críticos profissionais, quanto à extensão ou não do conceito. Esteticistas podem estabelecer condições, mas nunca condições necessárias e suficientes para a correta aplicação do conceito. Com a “arte”, as suas condições de aplicação nunca podem ser exaustivamente enumeradas, pois novos casos sempre podem ser previstos ou criados por artistas ou até pela natureza, o que exigiria uma decisão da parte de alguém de estender ou fechar o antigo conceito ou inventar um novo.

O que estou a argumentar então é que o carácter muito expansivo e aventureiro da arte, as suas mudanças sempre presentes e novas criações tornam logicamente impossível garantir qualquer conjunto de propriedades definidoras (Weitz, 1956, p. 32).

Ilustrativo da visão de Weitz são as obras de arte do séx XX. Com o surgimento de teorias que definiam arte com condições necessárias e fechadas, artistas contemporâneos criaram obras de forma a confundir e questionar as perspetivas sobre a arte, como por exemplo a *Fountain* de

Duchamp (Carroll, 2002). Ao tentarem fechar o conceito de arte, os artistas criavam para demonstrar exatamente o contrário. Ou seja, as teorias de arte erraram pelo simples motivo de tentarem definir aquilo que não pode ser definido (Weitz, 1956). A arte alimenta-se e provém de algo que não é perceptível no mundo físico e, por isso, a sua tentativa de definição por parte da ciência ser uma tarefa tão difícil e, na verdade, ineficiente.

Danto afirma que,

aprender que um objeto é uma obra de arte é saber que ele tem qualidades que faltam ao seu símile não-transfigurado e que provocará reações estéticas diferentes. E isso não é institucional, mas ontológico — estamos lidando com ordens de coisas completamente diferentes (Danto, 2005, p.157).

Existem diferentes tipos de conhecimento, o conhecimento científico, o conhecimento místico e o conhecimento artístico, e estes devem ser reconhecidos como tal (Venturi, 2007). Enquanto que o primeiro recorre à razão, os dois últimos não o fazem, dedicando-se ao universal e ao individual (Venturi, 2007). Claro que o mesmo não quer dizer que os conhecimentos existam completamente separados uns dos outros e que, por exemplo, a arte nunca utilize a razão. A arte recorre muitas vezes à razão, ao racional, na transmissão de ideologias, filosofias, conceitos e no próprio processo de criação da obra de arte que muitas vezes tem passos a serem pensados. No entanto, as suas essências são diferentes, cada um pertence a um campo distinto. Como Lionello Venturi cita: “a arte alimenta-se de ingenuidades, de imaginações infantis que ultrapassam os limites do conhecimento; é aí que se encontra o seu reino. Toda a ciência do mundo não seria capaz de penetrá-lo” (Wikipedia, 2020).

Visto que novos movimentos artísticos surgiram, surgem e vão continuar a surgir, e sendo a arte um conceito aberto e reconhecido o seu carácter expansivo e de novidade (Weitz, 1956), então é evidente que um artista possa escolher expressar-se artisticamente através da criação de peças de vestuário, sendo uma forma de expressão artística que usa o corpo humano como meio. O facto de muitas vezes não se aceitar a moda como arte, vem de uma conceção de moda que está fortemente ligada ao comércio (Kim, 1998). Como por exemplo Michael Boodro que considera que arte é arte e moda é simplesmente uma indústria (Kim, 1998). Mas, de facto, e como já referido anteriormente, esta ligação não a define. Para esta questão, Wilson argumenta que:

Como as origens e o surgimento da moda estavam tão intimamente ligados ao desenvolvimento do capitalismo mercantil, as explicações económicas do fenómeno da moda sempre foram populares. Era fácil acreditar que a função da moda decorria da necessidade do capitalismo de expansão perpétua, o que incentivava o consumo. Na sua forma mais crua, esse tipo de explicação supõe que as mudanças de moda são nos impostas, especialmente às mulheres, numa conspiração para nos convencer a consumir muito mais do que "precisamos". Sem essa doença do "consumismo", o capitalismo entraria em colapso. (Doris

Langley Moore argumentou que isso simplesmente não é verdade para a indústria da moda, uma vez que o comércio de alfaiataria masculina, onde a moda mudou mais lentamente, se mostrou muito mais estável do que o mercado flutuante da moda feminina, onde riscos indevidos devem ser assumidos, uma vez que nunca se sabe com antecedência quais modas serão atraídas e quais expirarão como modas.) (Wilson, 2003, p.49/50).

Na realidade, há quem diga que as formas mais antigas de “roupa” foram adornos como por exemplo tatuagens, pinturas corporais, máscaras e ornamentos que pareciam satisfazer o desejo de transcender os limites do corpo (Wilson, 2003). Ou seja, apesar dos autores que ligam a moda ao capitalismo, o que é bastante interessante é que, se se olhar para a moda com uma perspectiva antropológica, ela é proveniente de um passado religioso e místico que a liga profundamente à magia e ao ritual, da mesma forma que o drama o é (Wilson, 2003). Pretende-se assim dizer que, desde a sua origem, a roupa esteve sempre ligada a questões metafísicas. A vestimenta pode ser compreendida como dos mais antigos elementos da civilização e das primeiras formas de arte realizadas pelo homem, cuja execução era feita sobre o próprio corpo com o desejo de orná-lo (Brandão, 2017). Como disse Gillo Dorfles: “(...) antes de criar monumentos, estátuas, templos, o homem portanto “esteticizou” o seu corpo” (Morais, 1994, p.46).

Com efeito, muitos são os autores que discordam com a principal associação da moda ao capitalismo. Anthony Giddens defende que vestir é uma forma de auto-demonstração, é uma maneira de dar forma exterior à identidade interior (Duarte, 2004). De acordo, Thomas Carlyle afirma que “o interior deve corresponder ao exterior, e que o nosso eu exterior deve ser a expressão de uma espiritualidade genuína” (Svendsen, p.20, 2010). Para Hélène Cixous, escritora e filósofa, as roupas não são um escudo para o corpo mas antes uma extensão dele, sendo uma forma de expressão do homem através da aparência visual (Svendsen, 2010).

Segundo Miller,

Podemos considerar as roupas de duas maneiras: do ponto de vista dos seus aspectos funcionais, avaliamo-las de acordo com as qualidades superlativas que lhes permitem cumprir suas múltiplas funções de nos manter aquecidos, de nos dar apelo erótico, de nos adornar, etc., mas podemos igualmente considerá-los como belos objetos de contemplação estética, desconsiderando o “conceito” sob o qual eles se enquadram e, portanto, ignorando a sua dimensão funcional. Eles poderiam ser (como realmente são) objetos de admiração num museu (Miller, 2007, p.39).

A historiadora de arte Anne Hollander defende também que o aspeto essencial da roupa é o seu impacto visual e todas as outras considerações são ocasionais e condicionais (Hollander, 1980). Anne acredita que a moda deve estar em pé de igualdade com a arquitetura, por exemplo, e que

“o vestuário é uma forma de arte visual, uma criação de imagens com o eu visível como seu meio” (Hollander, 1980, p.311). Seguindo esta ideia, Elizabeth Wilson afirma também que se deve explorar a moda como “um fenómeno cultural, como um meio estético para a expressão de ideias, desejos e crenças que circulam na sociedade” (Wilson, 2003, p.9). Apesar de muita gente usar a moda como forma de escravidão, utilizando-a como forma de expressar falsamente o seu eu verdadeiro ao copiar os outros, ainda existem, porém, muitos casos de quem a use de forma a realmente expressar a sua individualidade (Wilson, 2003). Para além dos autores referenciados, também Smith, crítico de arte, apoia que moda é arte, afirmando que a busca pela novidade da moda é também uma premissa básica da arte moderna e pós-moderna e que, apesar do mundo da arte ainda ser cauteloso com o comércio, uma das coisas boas da moda é que o seu comércio é gritante pois, enquanto que o mundo da arte gosta de ser muito discreto sobre o comércio, a moda é sobre manifestação, é sempre transparente (citado por Kim, 1998). Outra opinião fundamental é também a de Richard Martin, ex-editor da *Arts Magazine*, ex-diretor da *FIT Galleries* e atual curador do *Costume Institute do Metropolitan Museum of Art*. Martin acredita que não há diferença real entre moda e arte, considerando que a moda é a forma mais apropriada para arte e questões de corpo e gênero (Kim, 1998). Quando Tuner lhe pergunta como é que a moda se tornou o seu principal foco, Martin afirma que: “eu perdi-me no caminho, acabei perdendo arte e ganhando moda (...) Mas não me considero fora da arte. Provavelmente nunca fiz uma distinção suficiente entre os dois” (Kim, 1998, p.57). Para Apollinaire a moda “faz pelos materiais o que os românticos fizeram pelas palavras” (Miller, 2007, p.39). Criadores já referidos são também exemplos de indivíduos que se expressam através de tecidos e da criação de vestuário. Katie Pye, criadora referida por Collins, vê as roupas mais como obras de arte do que como moda, pois para ela a moda é um termo muito condenatório e por isso ela afirma não “aderir ao rótulo da moda”, acreditando que a base da roupa é a arte (Collins, 2016, p.178). Nell Burns explica: “eu essencialmente desenho e pinto com linha, usando a agulha como lápis e o tecido como tela” (citado por Collins, 2016, p.168). No fundo, como defende Collins, estes criadores foram artistas têxteis que escolheram criar roupas de arte em vez de pintar ou esculpir (Collins, 2016).

Ora, com todas estas ideias referidas, é possível reforçar o facto de a moda poder realmente ser uma forma de expressão artística, um meio de dar forma e expressão ao eu invisível. Ao contrário de quadros pendurados numa parede, as “roupas de arte” ganham vida ao interagirem com o corpo humano (Collins, 2016). Porém, existem ainda historiadores e críticos de arte que consideram a moda como uma forma de arte mas inserem-na, ainda assim, no subcapítulo das Artes Menores devido a condições como o ambiente e a função (Morais, 1994). Mas segundo Paulo Morais estas ideias são bastante penosas e defende que:

Como qualquer arte a moda poder ser experimentada e julgada, mas de forma alguma seguindo critérios utilizados para a pintura, a escultura ou a arquitectura, já que a primeira e seguindo a proposta de Bruno Zevi, funciona apenas em duas dimensões, não obstante o facto de poder sugerir três ou

quatro, a escultura deixa o Homem de fora e na arquitectura, o espaço interior não se confunde com o Homem (Morais, 1994, p.44).

Por outras palavras, o facto de a moda ter condições como a função, não deve ser motivo para a considerar apenas uma arte menor, pois nunca deve ser julgada seguindo os mesmos critérios de outras artes cujas características são diferentes. Se assim o fosse, então a escultura e a arquitetura nunca poderiam ser consideradas uma arte maior pelas suas próprias condições claramente distintas, por exemplo, da pintura. Para Venturi, uma obra de arte não deve ser comparada com outras formas ou com um determinado tipo de forma (como a forma clássica), mas deve-se sim reconstruir a personalidade do artista e compreender se ela foi absorvida na própria imaginação criadora (2007). Ou seja, o tipo de forma de uma criação não deve ser critério para avaliar o que pode ser uma obra de arte, mas sim a expressão única do artista transmitida nela.

Por fim, e respondendo às questões colocadas no início desta dissertação, conclui-se que existe uma principal ligação da moda ao capitalismo e que esta provém da enorme evolução que a moda sofreu devido ao desenvolvimento do capitalismo mercantil, tendo assim sido fácil a popularização das suas explicações económicas (Wilson, 2003). Contudo, depois da revisão literária feita sobre o assunto, compreende-se que não é plausível ligar a moda principalmente ao consumismo, visto que a roupa está tão intimamente ligada, desde a sua origem, a questões intangíveis e de autoexpressão. Foi possível notar também que tanto o conceito de arte como o de moda são conceitos difíceis de definir com características necessárias e suficientes, e que, para ambas, foi proposto o método de semelhança de família. Percebe-se assim que os conceitos existem na conceção das pessoas a um nível mais intuitivo e não tanto racional, sendo por isso difícil defini-los. A abordagem da semelhança de família explica que é possível distinguirmos a arte da não-arte sem invocar características que essencialmente definem a arte, mas identificando obras de arte em termos de semelhanças com obras de arte paradigmáticas (Carroll, 2002). O mesmo se aplicou ao conceito de moda. Ora, é importante salientar que no caso da obra criada nesta dissertação, a maior parte dos inquiridos identificaram-na intuitivamente como uma forma de expressão artística, independentemente do seu carácter vestível.

Através dos resultados obtidos no questionário, conclui-se que efetivamente a maior parte das pessoas percecionam a criação de peças de vestuário como uma forma de expressão artística. Mais de 80% respondeu a cada questão que a criação era, ou uma obra de arte, ou uma pintura a óleo, ou uma forma de expressão artística, expressões cujo significado é idêntico. Apesar deste resultado, não se pretende dar uma resposta fechada e afirmar que toda a moda é arte. Tal como Mr. de La Palisse afirma, “nem todas as modas são arte, da mesma maneira que nem toda a pintura ou escultura o é” (Morais, 1994, p.43). O presente estudo conclui sim que existem casos em que a moda é realmente arte, em que um artista se exprime através da criação de peças

vestíveis, em vez de pintar uma tela, ou esculpir uma obra. É legítimo então afirmar-se que a moda pode ser arte!

4.2 Considerações Futuras

Com a obtenção dos resultados através do questionário enviado, constatou-se que, quando eram apresentadas ambas as expressões “uma obra de arte” e “uma forma de expressão artística” como opções de resposta a uma mesma questão, houve uma significativa preferência pela última referida. Acredita-se que tal se deve ao facto de as pessoas associarem “uma obra de arte” a formas de arte mais clássicas, tal como um quadro, e não a obras de arte de carácter mais contemporâneo. Tal opinião não tem, contudo, suporte algum obtido com o presente estudo, sendo apenas uma suposição. Posto isto, seria interessante no futuro realizar-se estudos que confirmassem com maior clareza esta preferência e compreendessem os respetivos motivos.

Referências

- Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J. & Herron, M. (1996). Assessing the Work Environment for Creativity. *The Academy of Management Journal*, 39(5), 1154-1184. Disponível em <http://links.jstor.org/sici?sici=0001-4273%28199610%2939%3A5%3C1154%3AATWEFC%3E2.o.CO%3B2-W>
- Amabile, T. M. (1997). Motivating Creativity in Organizations: On Doing What You Love and Loving What You Do. *California Management Review*, 40(1), 39-58. DOI: 10.2307/41165921
- Anika, D. (2015, novembro 7). *The Impact of Pop Art on the World of Fashion – From Art to Industry and Back*. Widewalls. Disponível em <https://www.widewalls.ch/pop-art-fashion-industry/>
- Bonsiepe, G., Kellner, P. & Poesnecker, H. (1984). *Metodologia experimental: desenho industrial*. Brasília: CNPq/Coordenação Editorial.
- Brandão, A. (2017). Uma história de roupas e de moda para a história da arte. *MODOS. Revista de História da Arte*, 1(1), 40-55. Disponível em <http://www.publionline.iar.unicamp.br/index.php/mod/article/view/728>
- Bürdek, B. E. (2005). *Design: History, Theory and Practice of Product Design*. Basel: Publishers for Architecture.
- Cain, A. (2017, dezembro 7). *Fashion Designer Elsa Schiaparelli Made Dalí's Art Wearable*. Artsy. Disponível em <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-fashion-designer-made-dalis-art-wearable>
- Carroll, N. (2002). *Philosophy of Art: a contemporary introduction*. London: Routledge.
- Ceia, A. J. (2011). Design - identidade e resistência. *Arte & sociedade*, 226-235. Disponível em <http://hdl.handle.net/10451/5207>
- Chalumeau, J. L. (1997). *As teorias da arte: filosofia, crítica e história da arte de Platão aos nossos dias*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Collins, V. (2016). Art and fashion. *Australasian Journal of Popular Culture*, 5(2+3), 165-185. DOI: 10.1386/ajpc.5.2-3.165_1

Colomina, B. & Wigley, M. (2017) *Are we Human? Notes on an Archaeology of Design*. Zurich: Lars Müller Publishers

Danto, A. (1964). The Artworld. *The Journal of Philosophy*, 61 (19), 571-584. Disponível em <http://links.jstor.org/sici?sici=0022-362X%2819641015%2961%3A19%3C571%3ATA%3E2.o.CO%3B2-6>

Danto, A. (2005). *A transfiguração do lugar-comum: uma filosofia da arte*. São Paulo: Cosac Naify.

Dickie, G. (1974). What is Art? An Institucional Analysis. *Cornell University Press*, 19-52. Disponível em http://ecourse.uoi.gr/pluginfile.php/91219/mod_resource/content/1/Dickie_What%20is%20a%20rt_.pdf

Dorfles, G. (1984). *A Moda da Moda*. Lisboa: Edições 70, Lda.

Duarte, C. L. (2004). *O que é Moda*. (1.^a ed). Quimera Editores, Lda.

Dunne, A. & Raby, F. (2013). *Speculative everything: design, fiction, and social dreaming*. Cambridge: The Mit Press

Ferrari, S. (2001). *Guia de História da Arte Contemporânea*. (1.^aed). Lisboa: Editorial Presença.

Hauffe, T. (1998). *Design: A Concise History*. London: Laurence King Publishing.

Hollander, A. (1980). *Seeing Through Clothes*. New York: Avon Books.

Kim, S. B. (1998). Is Fashion Art?. *Fashion Theory*, 2(1), 51-71. DOI: 10.2752/136270498779754515

Lee, P. (2016, novembro 24). *The Ultimate Outline of 20th Century Art*. Widewalls. Disponível em <https://www.widewalls.ch/20th-century-art/>

Lipovetsky, G. (2010). *O Império do Efêmero: A moda e o seu destino nas sociedades modernas*. Alfragide: Dom Quixote

Löbach, B. (2001). *Design industrial: Bases para a configuração dos produtos industriais*. São Paulo: Editora Edgard Blücher Ltda.

- Mesquita, C. (2010). *Moda contemporânea: quatro ou cinco conexões possíveis*. São Paulo: LinkAnhembi Morumbi.
- Michalska, M. (2016, outubro 21). *Sonia Delaunay and Clothing: Geometry Is In Fashion*. Daily Art Magazine. Disponível em <https://www.dailyartmagazine.com/female-geometry-louvre/>
- Miller, S. (2007). Fashion as Art; is Fashion Art?. *Fashion Theory*, 11(1), 25-40. DOI: 10.2752/136270407779934551
- Morais, P. (1994). Arte e Moda. *Brotéria: Associação Cultural e Científica*, 139, 41-53. Disponível em <http://hdl.handle.net/10400.21/1946>
- Munari, B. (1981). *Das coisas nascem coisas*. Lisboa: Edições 70, Lda.
- Pereira, J. F. (1987). *História das Artes Visuais*. (1.ª ed). Lisboa: Texto, Lda.
- Persson, L. (2019, novembro 11). *Christie's Is Selling a Salvador Dalí Watercolor With a Provenance as Fashionable as Its Subject Matter*. Vogue. Disponível em <https://www.vogue.com/article/salvador-dali-and-fashion-femmes-aux-papillons-christies>
- Raizman, D. (2003). *History of Modern Design*. London: Laurence King Publishing Ltd.
- Refosco, E., Gursoy, B.C. & Broega, A.C. (2011). Limiar entre a moda e a arte. *IARA – Revista da Moda, Cultura e Arte*. Disponível em <http://hdl.handle.net/1822/17336>
- Riello, G. (2013). *História da Moda: da idade média aos nossos dias*. Lisboa: Edições Texto & Grafia, Lda.
- Runco, M. A. (2007). *Creativity: theories and themes: research, development, and practice*. Londres: Elsevier Academic Press
- Simmel, G. (2014). *Filosofia da Moda*. (2.ª ed). Lisboa: Edição Texto & Grafia, Lda.
- Sternberg, R. J. (2006). The Nature of Criativity. *Creativity Research Journal*, 18(1), 87-98. Disponível em http://lhc.ucsd.edu/mca/Mail/xmcamail.2010_10.dir/pdfFlf9STmJn3.pdf
- Sternberg, R. J. (2012). The Assessment of Creativity: An Investment-Based Approach. *Creativity Research Journal*, 24(1), 3-12. DOI: 10.1080/10400419.2012.652925
- Svendsen, L. (2010). *Moda: Uma Filosofia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda.

Tschimmel, K. (2003). O Pensamento Criativo em Design: Reflexões acerca da formação do designer. Comunicação publicada no catálogo do Congresso Internacional de Design USE(R), Lisboa. Disponível em http://www.creamundos.net/primeros/artigo%20katja%20o_pensamento_criativo_em_desig_n.htm

Universe, D. (2017, agosto 2). Schiaparelli and Dalí; An Artistic Collaboration. Disponível em <https://www.thedaliuniverse.com/en/news-schiaparelli-and-dali-artistic-collaboration>

Venturi, L. (2007). *História da Crítica de Arte*. Lisboa: Edições 70, Lda.

Vieira, G. (2009). Design e Inovação: Projeto orientado para o mercado e centrado no usuário. *Convergências: Revista de Investigação e Ensino das Artes*, II (4). Disponível em <http://convergencias.esart.ipcb.pt/?p=article&id=58>

Vogue, B. (2020, abril 15). Edward Enninful, Marc Jacobs & Stella McCartney Discuss The Future of Creativity | British Vogue [Vídeo]. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=gqXOvWvO9hc&t=873s>

Weitz, M. (1956). The Role of Theory in Aesthetics. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 15(1), 27-35. Disponível em <https://www.jstor.org/stable/427491?read-now=1&seq=1>

Wikipedia. (2020, agosto 4). Lionello Venturi. Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/Lionello_Venturi

Wikipedia. (2019, Setembro 9). Salvador Dalí. Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/Salvador_Dal%C3%AD

Wilson, E. (2003). *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*. London: I.B. Tauris & Co Ltd.

Yotka, S. (2017, outubro 13). Dalí and Schiaparelli Invented the Art-Fashion Collaboration—A New Exhibit Celebrates Their Shocking Works. Vogue. Disponível em <https://www.vogue.com/article/dali-schiaparlli-in-daring-fashion-exhibit-dali-museum>