



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

Milena Mayuri Pellegrino Ogushi

Tensões entre arte e sistema de moda:
processos criativos de Fernanda Yamamoto

Florianópolis – SC

2022

Milena Mayuri Pellegrino Ogushi

Tensões entre arte e sistema de moda:
processos criativos de Fernanda Yamamoto

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para a obtenção do título de Mestra em Psicologia.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Andréa Vieira Zanella

Florianópolis – SC
2022

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Ogushi, Milena Mayuri Pellegrino
Tensões entre arte e sistema de moda : processos
criativos de Fernanda Yamamoto / Milena Mayuri Pellegrino
Ogushi ; orientadora, Andréa Vieira Zanella, 2022.
124 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Programa
de Pós-Graduação em Psicologia, Florianópolis, 2022.

Inclui referências.

1. Psicologia. 2. Processos criativos. 3. Moda. 4. Arte
. 5. Fernanda Yamamoto. I. Zanella, Andréa Vieira. II.
Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós
Graduação em Psicologia. III. Título.

Milena Mayuri Pellegrino Ogushi

Tensões entre arte e sistema de moda:
processos criativos de Fernanda Yamamoto

O presente trabalho em nível de Mestrado foi avaliado e aprovado, em 01 de agosto de 2022,
pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof^ª. Andréa Vieira Zanella, Dr^ª.
PPGP UFSC

Prof^ª. Ana Lúcia Mandelli de Marsillac, Dr^ª.
PPGP UFSC

Prof^ª. Kátia Maheirie, Dr^ª.
PPGP UFSC

Prof^º. Sigifredo Esquivel Marin, Dr^º.
Universidade de Zacatecas/MEX

Certificamos que esta é a **versão original e final** do trabalho de conclusão que foi julgado
adequado para obtenção do título de Mestra em Psicologia.

Coordenação do Programa de Pós-Graduação

Prof^ª. Andréa Vieira Zanella, Dr^ª.
Orientadora

Florianópolis, 2022

AGRADECIMENTOS

Um dos sentidos que o dicionário *online* Michaelis apresenta ao buscarmos pela palavra agradecer é “mostrar viço ou exuberância após a adubação”. Parece-me que é neste terreno que percorro estas linhas. Certamente, qualquer ideia aproximada a “deslumbrante”, “fascinante” ou “surpreendente” que a palavra exuberante pode conotar à pretensão das próximas páginas, rejeito-as aqui. Não trato disso. O que há de maravilhoso naquela compilação lexical é algo bem mais próximo à simpleza da vida, ao que germina de um cultivo cuidadoso e comunitário, da terra lavrada em laços fraternos, calorosos e afetuosos.

Minha amada filha Luna, quem já nasceu minha companheira nessa jornada acadêmica, frequentou e formou comigo duas graduações, aguardou pacientemente os muitos e muitos dias em que as leituras, escritas, croquis e costuras tomavam seu lugar, que colore nossa vida com suas tintas e seu jeito brincalhão, que honra inenarrável nossa parceria!

Minha família, meus pais, Hajime e Lecilda, e minha irmã, Tati, que mantêm meus pés no chão e me ensinam que, distantes ou próximos, há vínculos que são inquebrantáveis. Sou sou grata pelo amor e apoio incondicional. Com as raízes firmes, posso voar mais alto.

Minha muito querida orientadora, Andréa, que me acompanhou carinhosamente nessa aventura que é cavar, remexer, revolver, arar, afogar um terreno a semear pesquisa e germinar pesquisadora. Potente adubo Andréa usa em suas plantações, dão mais frutos que meras escritas, rendem fartura que alimenta laços afetuosos, modos de ver e viver a vida, de nos tornarmos as próprias artistas dela. Admiração e gratidão são apenas pistas do que vibra no peito.

As queridas e queridos companheiras/os de pesquisa, que fizeram do investigar que, às vezes, se revela tão solitário, processo caloroso de trocas infindas. Em especial, a Marina Mano, parceira especial de entrada no mestrado e de suporte cúmplice ao longo do caminho. Agradeço a cada um e a cada uma pelo pertencimento afetivo e coletivo.

As amigas e amigos que, de particulares e diversas formas, contribuíram neste processo. Com vocês, o percurso foi muito mais prazeroso! A Marina Almeida, minha segunda irmã, que mesmo em terras mexicanas, sempre tão junto, tão próxima, tão presente. Desta pesquisa, já era interlocutora desde quando tentava rascunhar um pré-projeto. Desta vida, somos parceiras para sempre. Da sua mão, não largo!

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) agradeço pelo apoio com bolsa de financiamento, tornando possível a realização desta investigação.

E, por fim, precisamente porque visceral neste trajeto, a querida Fernanda Yamamoto, que abriu as portas de seu ateliê em companhia de Jeon, Valeria, Netto, Silvia, Roseli, Marina, Salmir, Oséias, Sueli, Euler, Luciane, Alexia e Ione. Juntos, abriram-me portas de criar pesquisa e criar-me com/por ela. Sou eternamente grata!

Se me alongo nesta seção, é porque a vida já anda tão apressada que para agradecer é que não devemos economizar nem tempo, nem palavras. Apenas dessa substância fértil trabalhada com várias pessoas é que pude nutrir vigorosamente o corpo a entusiasmar-se, estar curiosa e dedicar-me, energias tão essenciais ao percurso de vivificar e encorpar um desejo de pesquisa. A essas relações generosas que encontrei pelo caminho da vida e da pesquisa é que agradeço o adubo em meu-nosso terreno.

sala de embarque

coleciono palavras como uma costureira guarda restos de tecidos
para, na folga, coser uma colcha de retalhos
vasculho cotidianidades, enfio a lâmina das retinas em gestos e
atos, cavouco a imagem cega por trás dos holofotes. afino a vista
que a vida engrossa.
o insistente ranger das engrenagens.

Mariana Queiroz

RESUMO

Esta pesquisa apresentou como objetivo geral perscrutar as tensões constitutivas das relações arte e vida nos processos de criação de Fernanda Yamamoto, criadora artista brasileira reconhecida no mundo da moda por seus processos criativos singulares e experimentais, refletidos nas formas inusitadas de suas criações, de modelagem e numa provocação sensível. A investigação partiu dos seguintes questionamentos: O que impulsiona o/a artista do campo da moda a criar? O que tem nutrido sua imaginação? Quais materiais recolhe da vida para suas criações? O caminho metodológico ocorreu em duas etapas. Na primeira, realizou-se uma revisão sistemática, utilizando a pesquisa nas bases de dados Scopus, *Web of Science*, Scielo, PsycInfo e IndexPsi, com os descritores moda, vestuário e processo criativo, e suas respectivas variações, nos idiomas português, espanhol e inglês. Na segunda, o processo de produção de informações direcionou-se a partir de experiência de participação na elaboração de um desfile/exposição para a primeira edição presencial pós-pandemia do SPFW, através de imersão no ateliê de Fernanda Yamamoto, entre 09 e 19 de novembro de 2021. A criadora possui uma loja e um ateliê, localizados no bairro Vila Madalena em São Paulo. As atividades nesse local iniciaram em 2009 e, no ano seguinte, a estilista estreou no SPFW e vem apresentando coleções neste evento desde então. O encontro com os acontecimentos vividos foram mediados por meio da Análise Dialógica do Discurso (ADD). Em diálogo com saberes da psicologia social crítica, criatividade, processos de criação, produção objetiva e subjetiva da realidade, arte e moda foram temas debatidos. Caracterizando-se o sistema de moda contemporâneo como um sistema complexo que responde às exigências de inovação em um mercado volátil e voraz, edificado pela tensa interação de variadas vozes sociais, os resultados contribuíram para tensionar a narrativa predominante sobre artistas e processos de criação e evidenciar histórias outras no campo da moda. Também, compreenderam a prática artística e as manualidades como possibilidade de instaurar caminhos de reinvenção dos elementos da vida, de si mesmo e do mundo. Por fim, evidenciou-se que os modos de criar instituídos pela artista Fernanda Yamamoto e sua equipe constituem o ateliê como espaço dialógico em que é possível visibilizar as tensões próprias do sistema capitalista ao mesmo tempo em que forjam desvios potencializadores de criação em moda, os quais expressam modos outros de produção da realidade e da subjetividade no mundo contemporâneo.

Palavras-chave: criatividade, processo de criação, moda, arte, pesquisa, São Paulo Fashion Week, Fernanda Yamamoto.

ABSTRACT

This research has as its general objective to scrutinize the constitutive tensions of the relationships between art and life in the creative processes of Fernanda Yamamoto, a Brazilian artist recognized in the fashion world for her unique and experimental creative processes, reflected in the unusual forms of her creations, of modeling and in a sensitive provocation. The investigation started from the following questions: What drives the artist in the fashion field to create? What has fueled their imagination? What materials do they collect from life to create? The methodological path took place in two stages. In the first one, a systematic review was carried out, using the search in the Scopus, Web of Science, Scielo, PsycInfo and IndexPsi databases, with the descriptors fashion, clothing and creative process, and their respective variations, in Portuguese, Spanish and English. In the second one, the information production process was directed from the experience of participating in the elaboration of a parade/exhibition for the first post-pandemic in-person edition of the SPFW, through immersion in Fernanda Yamamoto's studio, between 09 and 19 of November 2021. The creator has a store and a studio, located in the Vila Madalena neighborhood in São Paulo. Activities at this location began in 2009 and, the following year, the designer debuted at SPFW and has been presenting collections at this event ever since. The encounter with the lived events was mediated through Dialogical Discourse Analysis (DDA). In dialogue with knowledge of critical social psychology, creativity, creation processes, objective and subjective production of reality, art and fashion were discussed topics. Characterizing the contemporary fashion system as a complex system that responds to the demands of innovation in a volatile and voracious market, built by the tense interaction of various social voices, the results contributed to tension the prevailing narrative about artists and creation processes and evidence other stories in the field of fashion. Also, comprehended the artistic practice and handicrafts as a possibility to establish ways of reinventing the elements of life, of oneself and of the world. Finally, it became evident that the ways of creating instituted by the artist Fernanda Yamamoto and her team constitute the studio as a dialogic space in which it is possible to visualize the tensions inherent to the capitalist system at the same time as they forge potentiating deviations of creation in fashion, the which express other modes of production of reality and subjectivity in the contemporary world.

Keywords: creativity, creation process, fashion, art, research, São Paulo Fashion Week, Fernanda Yamamoto.

SUMÁRIO

1	Apresentação.....	8
2	Introdução.....	10
2.1	Fios de moda e criação.....	12
2.2	Eu me visto, tu te vestes, nós nos vestimos.....	16
3	Sobre fios de arte, moda e criação: breves considerações.....	19
4	Caminho metodológico.....	24
	Artigo 1 – Criatividade e produção em moda: O que artigos científicos têm a dizer sobre o tema?.....	32
	Artigo 2 – A arte de Fernanda Yamamoto: tensionando e reinventando processos de criar e pesquisar em moda.....	56
	Artigo 3 – Entretecendo moda, arte e vida: linhas, alinhavos e descosturas no processo de criação de uma performance/exposição.....	84
5	Algumas linhas mais.....	112
	Referências gerais.....	117

1 Apresentação

I'm not interested in how people move
but what moves them¹.

Pina Bausch

No discurso proferido ao receber o prêmio *Kyoto Prize*², Pina Bausch, bailarina e coreógrafa alemã, recorda esta frase citada na epígrafe. Guardei-a comigo desde a primeira vez que a li. Até o momento desta escrita, ela reverbera sentidos em minha relação com a moda e seus processos de criar formas vestíveis. De certo ângulo, tensiono-a ao compreender uma aliança intrínseca entre o “como” e o “o que”, quer dizer, entre o que move as pessoas a criarem roupas, transferindo a ideia para nosso tema, e o modo como as criam. Mas a frase ainda insinua pensar o “como” à forma provisoriamente acabada do movimento, e, ainda nesse caso, podemos perceber que o impulso a criar também se fixa, para pensarmos com Volóshinov (2013), no resultado da criação; ou seja, o que move os que criam roupas à criação impregna-se arquitetonicamente nas peças criadas, influenciando no conjunto material-estético obtido. Por outros lados, contudo, talvez o que a dançarina mirabolava era justamente que a centralidade, ou melhor, a vivacidade do movimento configura-se pelo seu processo movedor; a forma gestual, ou vestimentar, que se apresenta como produto desse processo não anima o interesse em primeiro plano. E foi por essas redondezas que a frase me capturou.

O percurso que me levou ao desejo de investigar moda, roupas e processos criativos não compactuava, inicialmente, com a dimensão do que “faz mover as pessoas” que criam roupas como erguia Pina Bausch. De um (des)encontro com o campo da psicologia ao final da graduação, e seguidas tentativas de adequações no campo profissional sem alcançar “sucesso afetivo”, fui resgatar um desejo que morava lá no fundo “de mim” há bastante tempo: aproximar-me das roupas de modos outros do que o compulsório arranjo diário delas no corpo. Quando adolescente, fiz um curso de corte e costura, queria aprender a fazer minhas próprias roupas. Parece que era algo assim que me levava novamente a ir atrás delas. Aventurei-me em uma nova graduação, de moda, para aprender sobre modelagem (os moldes das peças de vestuário) e aprimorar o pouco que já sabia sobre costuras.

1 “Não estou interessada em como as pessoas se movem mas no que as faz mover” (tradução nossa).

2 <https://www.pinabausch.org/post/what-moves-me>

Nesse trajeto, embora raramente (re)conhecidos, os olhares já constituídos em mim pelo campo da psicologia marcaram presença e não me “desgrudaram”: fui surpreendida pelas potencialidades de conexões de saberes entre os dois campos, que, à primeira vista, não me soavam possíveis.

Ao longo da graduação em moda que realizei, atividades curriculares propostas lampejaram fagulhas de inquietação: padrões corporais repassados nas repetidas aulas de desenho, formatação rígida dos trabalhos – talvez para compensar conteúdos pobres ou propostas desestimulantes –, sobrecarga de tarefas, reprodução passiva de técnicas, escasso conteúdo teórico, discussões esvaziadas. Era um lampejo faiscante que me provocava, como se o curso de moda tencionasse reproduzir a mesma dinâmica do sistema *fast fashion*, a mesma lógica do excesso, do desperdício, da precipitação, do alienamento para com questões sociais, ambientais, econômicas, trabalhistas acumuladas secularmente pelo sistema de moda.

O estopim lampejante foi uma experiência de desenvolvimento de coleção de moda autoral, exigência pré-requisito para conclusão do curso. Submetido aos parâmetros técnicos da metodologia projetual³ (etapas em sequência fixa, tarefas e fontes de referências prescritas, exercícios em quantidade, formatação para a apresentação de ideias e produtos), tal processo criativo foi, em muitos aspectos, empobrecedor e engessador dos caminhos e formas que poderiam objetivar a criação que me entusiasmava; ordenamentos aos quais a criação deveria obedecer para emergir sob a forma concreta de vestuário reproduzível industrialmente se curto-circuitaram com os meus desejos explorativos em *moulage*, com meu tempo, pesquisa e caminho criativo.

Nesses (des)encontros com modos de criar, pensar, produzir e ensinar-aprender moda específicos, fui sendo provocada. Era a experiência de criar que vivenciei na graduação a norma no mundo da moda? Havia outros percursos e modas possíveis? Encaminhados sem propósito inicial de convergência, o percurso das duas formações universitárias luziram centelhas que foram se amalgamando em uma chama desejanse por compreender os processos que vivenciam profissionalmente aqueles/as que se dedicam a criar peças vestíveis.

Movida por inquietações mais próximas àquele interesse manifestado pela dançarina, ao que faz mover os criadores de roupas e moda, é que partiu a investigação desenvolvida no mestrado, e provocou questionar: em um mundo que gira em aceleração exponencial e, no

3 A metodologia projetual refere-se a um processo de desenvolvimento de produto baseado na “identificação de oportunidades de mercado, de uso e de fabricação” (RECH, 2002, p. 60), obedecendo a uma série de etapas que vão da originação de ideias/conceitos para o produto até sua prototipagem, passando por avaliação, análise comercial e estratégia de marketing, por exemplo.

mesmo ritmo, devora-descarta-devora o que se (re)produz de imagens, bens, experiências, tendências, estilos, com quais tensões lidam estes/as que criam no campo da moda? No presente, procurei manter a chama acesa em um diálogo investigativo que tomou como foco experiências criativas de Fernanda Yamamoto, criadora artista brasileira reconhecida no mundo da moda. Pretendeu-se uma trama tensionada por fios de moda, arte e criação, ou melhor, moda, arte e vida pelo que comungam de processo criativo e de seus potenciais nos limiares da lógica capitalística em que vivemos.

2 Introdução

À palavra moda não se avizinham as ideias mais respeitáveis se fossemos inscrevê-la dentre os feitos que a humanidade historicamente produziu. A maneira pela qual o fenômeno se imiscuiu aos modos de vida modernos manteve as rédeas curtas para que suas questões permanecessem atadas aos valores mais superficiais, banais e levianos. É certo, também, que ela divide com o capitalismo papel titular na procriação das mazelas sociais, econômicas e ambientais que amargam nossa vida e nosso mundo, em favor da contínua prevalência de seus comandos.

A quebrar a casca aparentemente adornadora da moda, alguns intelectuais atentaram à difusa mobilidade e destreza com que ela dinamiza-se compassadamente às condições capitalistas (BARTHES, 1981; BOURDIEU, 2008; SIMMEL, 2014; SOUZA, 1987). Dentre eles, dialogaremos mais detidamente com o filósofo Gilles Lipovetsky (2005; 2009; 2015), uma vez que suas reflexões são caras à compreensão das estratégias pelas quais a moda adentra o século XXI e se atualiza às lógicas mercantis e de individualização remodeladas ao regime hiper, desdenhando algumas práticas pregressas ao mesmo tempo em que se renova por outras mais afinadas à extensão tecnológica que alcança nossos modos atuais de existir.

O tempo dos mercados movidos pelo consumo massificado de produtos seriados guiado pela necessidade e utilidade foi ultrapassado. No presente, estruturam-se mercados da sensibilidade que dispõem bens e espaços comerciais concebidos por um *design* que “propõe formas de qualidade sensíveis, centradas no imaginário do conceptor e nas emoções do consumidor” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 250); imagens-mercadorias constituídas de uma dimensão estético-imaginária-emocional que propagam afetos e sensibilidades,

aproximando-se do consumidor em uma infinidade de estilos⁴, com capacidade de captar cada um em seus sentimentos, gostos, fantasias e prazeres sensoriais mais singulares.

Mais do que nunca, o universo da moda desestabiliza suas fronteiras, antes privilegiadas ao rol dos vestuários e acessórios, para invadir ostensivamente, com apelos estéticos⁵ sedutores e incansavelmente refrescados, outros territórios da vida – a arquitetura, o design, a cosmética, as indústrias do entretenimento e da comunicação, as galerias, museus e exposições de arte, dentre outros. As lógicas do efêmero e da sedução estética, exaltadas pela moda desde fins da Idade Média e essenciais ao funcionamento de seu sistema, incorporaram-se aos mecanismos do capitalismo financeirizado, reestruturando os sistemas de criação e produção na sociedade de hiperconsumo: os objetos, mesmo os mais utilitários e banais, os espaços, a cultura e as imagens se oferecem em estilos diversificados, imaginários condensados, emoções multiplicadas, experiências inusitadas, sonhos deleitantes e divertimento puro (LIPOVETSKY, 2009; LIPOVETSKY, SERROY, 2015).

Em um mundo dominado pela proliferação de imagens e seduzido pela heterogeneidade de estilos, já não se sustentam competitivamente produtos “meramente técnicos”, é preciso vesti-los de estilos-tendência e lançá-los em séries limitadas como coleções de moda. Parcerias entre grifes da moda, artistas e a indústria surgem sucessivamente. De artigos tecnológicos a produtos alimentícios, inúmeros são os itens que recebem uma assinatura estilística: Dior colaborou com capas para produtos iPod, a Fiat apresenta o modelo 500 Gucci, Karl Lagerfeld produz uma série para a garrafa da Coca-Cola Light, o Museu de Belas-Artes de Montreal expõe 130 peças de Jean Paul Gaultier e a Adidas associa-se a Stella McCartney para uma linha esportiva feminina (um *collab* que surgiu em 2005 e permanece até os dias atuais); incontáveis são os exemplos que Lipovetsky e Serroy (2015) levantam para ilustrar nossa era de desdiferenciação das esferas econômica e artista.

Nessa forma de funcionamento do mundo, a atividade estética – acompanhante histórica do ser humano no desenvolvimento de sua humanidade (MAUSS, 1993; SÁNCHEZ

4 Em Bakhtin (2011, p. 189), encontramos o conceito de estilo enquanto “quadro único e acabado da imagem externa do homem: a combinação do homem exterior, da sua roupa, das suas maneiras com o ambiente”. Nesse sentido, a exterioridade se sustenta pela capacidade de olhar de fora, olhar para essa imagem unificada do mundo com olhos de quem sabe que é uma das possibilidades de acontecimento da existência. Porque se trata de um mundo, uma possibilidade dele, com seus valores e formas, e a exterioridade é capaz de tornar isso compreensível. O estilo é uma visão de mundo que pode vir a ser meio de elaborar um material.

5 Para Lipovetsky e Serroy (2015), estética diz respeito a modos de “suscitar sensações e emoções”, de captura da experiência e da sensibilidade, por vezes relacionados à dimensão imagética ou da aparência. Discussões sobre o conceito de estética também são desenvolvidas no terceiro artigo que compõe esta pesquisa, em diálogo com outras perspectivas teóricas.

VÁZQUEZ, 1999) – singulariza-se em uma forma hipermoderna de estetização generalizada da vida. Condicionada ao hiperconsumo, extrapola-o, compondo a formação de gostos (por moda, decoração, turismo, cosméticos etc.), desejos, formas de vida e de corpo, visões de mundo; valor estético, aqui, exacerbado, espalhado e penhorado à inflação do valor econômico (LIPOVETSKY, SERROY, 2015). Se esta é a performance de nossos dias, a relevância em se debruçar intelectualmente sobre o fenômeno moda está posta e nua em sua originalidade histórica.

2.1 Fios de moda e criação

Quando pensamos em criação, nos lembra Vigotski (2010; 2018) que é corriqueira sua associação à atividade de grandes inventores, notórios artistas ou privilegiados divinamente por uma inspiração ou um talento prodígio. Se a localizamos no campo da moda, Charles Frédéric Worth (1825-1895, fundador da primeira casa de Alta-Costura em Paris, em 1857) aparece na estreia dentre os que refutaram o papel do “mero” costureiro-artesão, ocupado por séculos a fio, para adotar para si a missão de inovar, criando “livremente” modelos originais (LIPOVETSKY, 2009). Desse novo tempo para a moda, o da Alta Costura, Gabrielle Chanel, Elsa Schiaparelli, Rei Kawakubo e Alexander McQueen – alguns poucos exemplos apenas para ilustrar – seguramente serão lembrados e ajudarão a compor uma lista de criadores/as consagrados/as por suas genialidades expressas em criações de moda.

À ilusão da vocação inata atribuída a esses estilistas e tantas outras personagens de variados campos, podemos tecer críticas a partir do legado de Vigotski: trata-se de ilusão porque ignoram as condições de possibilidade das produções artísticas e o diálogo que inexoravelmente tecem com o existente. O que trataremos nesta pesquisa vem ao encontro dessas críticas na medida em que implica despir-nos de um olhar místico sobre a natureza da criação e compreendê-la como atividade presente em tudo que a humanidade desenvolveu até hoje, de utensílios mais modestos a extraordinárias invenções.

Aliado a essa perspectiva, vislumbramos o processo criativo em moda dentre entrelaçamentos das condições concretas de existência das pessoas que criam roupas com as possibilidades social e historicamente constituídas que lhe são legadas a partir de suas condições de classe, raça, gênero, entre outras. Características sociais, culturais, econômicas e

profissionais que marcam a ocupação e quem a ocupa, e o amplo espectro no qual esta atividade pode inserir-se no sistema de moda contemporâneo, estão imiscuídas aos seus processos de criação, conforme sinalizou Paolo Volonté (2012). Assim, nos deparamos com atuações em direção criativa de casas de alta-costura com seus produtos exclusivos (por exemplo, Gabriela Hearst trabalhando para Chloé), no ramo empresarial, abrangendo desde multinacionais com produtos padronizados “assinados” (como Armani) e empresas *fast-fashion* (Riachuelo, por exemplo) até confecções menores com alcance regional, no trabalho artesanal referenciando estilistas que contribuem direta e manualmente no processo de criação das peças (como Manolo Blahnik, Fernanda Yamamoto e Flávia Aranha) ou ainda os *freelancers*, com contratos para projetos específicos para diferentes empresas.

Somadas a essas variações, experiências “de sucesso” (estilistas que desfilam em semanas internacionais de moda, por exemplo) ou profissionais “anônimos” da cadeia criativa, escolhas estilísticas e técnicas (*moulage*, alfaiataria, dentre outras), posicionamento diante do sistema de moda (proponente de tendências, marginal, conceitual, “modinha”⁶ e outros) e ainda a localização geográfica também são elementos que constituem a profissão (VOLONTÉ, 2012). Ser criador/a de roupas em uma confecção na Feira do Brás em São Paulo seguramente confere uma experiência profissional distinta de Miuccia Prada, estilista italiana que dirige sua própria companhia de alta-costura, ou ainda de quem é criador/a assistente em uma facção indiana, elaborando e confeccionando modelos para diferentes marcas do mundo todo (CALÍOPE, SILVA FILHO, 2016; HOPPE, 2019).

As posições profissionais na cadeia criativa de moda são tão extensas quanto o que nos é freneticamente ofertado em possibilidades para preencher nosso guarda-roupa e compor diariamente nosso corpo. Ou não. Se entramos em um consenso de que a época dos cadernos de tendências bianuais lançados pelas “capitais da moda”, Paris e Londres, sucumbiu à era da *web*, dos *blogs*, das *microtrends*, dos *coolhunters* à espreita por *looks* descolados ainda não anunciados, mas rapidamente ultrapassados, da pulverização dos prescritores de tendências ao redor do globo, adentramos o tempo da multiplicação e heterogeneidade de estilos (LIPOVETSKY, SERROY, 2015; SVENDSEN, 2010). A moda (e também a música, a decoração, as artes, o design e outros domínios) pendura em cabides do vintage ao *hip-hop*, do clássico ao *grunge*, do largado ao *sportswear*. Mas, com tantas expressões em inglês, será

6 De acordo com Calíope e Silva Filho (2016), modinha refere-se ao vestuário voltado para o consumo de massa, produzido com rapidez, em qualidade e preço baixos, geralmente, resultado de cópia de modelos expostos em desfiles, televisão e revistas.

que podemos desconfiar dessa originalidade plural toda? Nossa maneira de ver o mundo, hipermodernamente traduzida em estilos, cabe mesmo pendurada em cabides, dobrada em prateleiras?

Atentemo-nos, que seja de relance, para o cenário do sistema de moda em números e algumas práticas instaladas. Setenta e três por cento da produção mundial de artigos têxteis e de vestuário está concentrada na Ásia (ABIT, 2015). A cadeia criativa e produtiva da moda alastrada pelo globo especializou fábricas, principalmente na China, Índia, Coréia do Sul, Turquia e Paquistão, não apenas na confecção material das peças, como também na participação da etapa de criação, com contratos protagonizados majoritariamente por grandes grupos de varejo de vestuário ocidentais. Mais um adendo: em território nacional, estima-se que, em 2025, os grandes grupos de varejo serão responsáveis por cerca de sessenta e cinco por cento das vendas no mercado de vestuário, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (2015).

Diante desse panorama, podemos compreender Lipovetsky e Serroy (2015) quando afirmam que a convivência heterogênea de estilos é paradoxalmente acompanhada da mesmice. “Os desfiles de moda oferecem o espetáculo de uma grande variedade de estilos, porém o da rua não tem surpresas e é cada vez mais parecido em todo o globo” (LIPOVETSKY, SERROY, 2015, p. 54). Amarrada à lógica criativa e produtiva desse sistema de moda, maquinando a produção de três quartos do vestuário que transita pelo mundo sob as mesmas fontes de informação e o comando crescente de conglomerados, está o aparato da indústria midiática e publicitária (re)inventando-se em tantos estilos quanto os produtos que anuncia e impulsionando, forjando, deleitando hiperconsumidores diversamente homogêneos.

E cabe ainda sobrepor a reflexão que nos convida Rosane Preciosa (2005) sobre essa tal “liberdade” circulante de poder pular de estilo em estilo, vestir personagens, embrulhar-nos da última novidade deliberada e instantaneamente: atolada em areia movediça, afoga-se em superfícies de aparências e leva consigo possíveis irrompimentos de sentidos a provocar nossa existência, pois não sabemos por onde conectar esse troca-troca com sentidos que nos tocam à vida. Tão preocupados/as em apresentar-nos múltiplos/as, atuais, antenados/as ao mundo, em brincar com tantas possibilidades de “ser” que supostamente se afirmam na variabilidade do parecer, afundamo-nos antes de alcançar território que nos expanda à/a vida, donde possam emergir conexões outras entre a nossa existência e a maneira como nos ocupamos em vesti-la.

Contudo, se (des)enrolo este texto com fios que escapam à tessitura rotineira, é porque os encontro pedindo passagem pelas brechas da moda-sistema. São os fios soltos, como fios puxados ou aqueles fiapos das nossas roupas que distorcem o aspecto uniforme do tecido, abrindo espaços onde podemos tecer outras tramas, viabilizar e visibilizar outras histórias de moda. Essas que se trançam pelos brechós e bazares de trocas que acontecem nos bairros, pelos movimentos coletivos questionadores do papel da moda em nossas vidas, da cadeia de produção sombria e do processo de criação glamoroso, como o *Fashion Revolution*, pelas oficinas de costura que resistem nas esquinas de nossas casas, por aquele hábito cultivado por mães, tias, avós e outras mulheres de guardar e conservar roupas que serão usadas pelas próximas gerações, carregando consigo as memórias, os cheiros, os botões caídos, recosturados juntamente às novas experiências que ali se impregnarão.

Igualmente, colhem fios soltos os/as criadores/as de moda (e nós colhemos com eles?) que extrapolam o circuito padrão de referências e entrelaçam a vida em seus processos criativos, contando-nos através de formas vestíveis e corpos vestidos histórias outras daquelas hegemonicamente vistas, revistas e reproduzidas. Se podemos chamá-los de estilistas é porque compreendemos, por vias bakhtinianas, sua competência em imprimir visões de mundo elaboradas em roupas, é porque compreendemos que são “capaz[es] de materializar questões que nos são caras em nosso cotidiano, propondo-nos diferentes abordagens para elas, espalhando outros valores entre nós” (PRECIOSA, 2005, p. 80). Roupas também nos propõem “modelos existenciais” (PRECIOSA, 2005, p. 30).

Nessa tessitura do processo de criação com fios da moda e da vida, viemos compondo elementos (sem pretender esgotá-los) próprios ao campo da moda que se enredam no processo de materialização de roupas e corpos vestidos: posições profissionais, referências criativas, práticas da cadeia produtiva, disposição sensível, visões de mundo e tantos outros. E estes fundem-se aos demais componentes que movimentam vida e cada pessoa tornando-se quem é.

Vigotski (2018) nos favorece em perceber esse emaranhado criador/a-criação-criatura porque nos permite apreender a criação em uma complexidade característica de algo que se forja a partir de nossas vivências, da realidade em que vivemos e no modo como a ela respondemos: são as experiências acumuladas ao longo da vida que subsidiam as atividades criadoras da nossa imaginação à medida que fornecem a matéria com a qual se irá trabalhar. Misturadas, dissociadas, (re)combinadas, reelaboradas, as marcas das impressões

sobressalentes de nossas experiências reais são materiais para se construir algo novo, um produto da imaginação que, ao encarnar-se, torna-se parte do mundo e passa a intervir sobre ele, modificando-o (MAHEIRIE *et al.*, 2015; OLIVEIRA; STOLTZ, 2010; ZANATTA; SILVA, 2017; ZANELLA *et al.*, 2005).

Através da coleção de moda denominada “Comunidade Yuba”, apresentada por Fernanda Yamamoto no São Paulo Fashion Week⁷ (SPFW), em 2018, podemos colher pistas de maneiras pelas quais criadora, criação e produto se conectam, interpenetram, interpelam-se: as raízes da comunidade Yuba e de Fernanda encontram-se na ascendência japonesa; suas formas de trabalhar se aproximam na valorização do tempo desacelerado, na coletividade e na manualidade, na não produção de lixo na comunidade e no desenvolvimento da coleção sem resíduos (conhecido como zero *waste* no mundo da moda), no culto aos ancestrais e na atualização de suas memórias em práticas do presente (BARBOSA, 2019).

Mariana Barbosa (2019, p. 265), ao estudar a referida coleção em sua pesquisa de mestrado, afirma que seu desenvolvimento “é a metáfora do acompanhamento do processo de plantio, colheita, alimentação e aproveitamento de cada parte gerada pela planta”; ciclo de produção que alimenta a vida da comunidade e alimentou a imaginação e o processo de criar de Fernanda Yamamoto, que, reelaborando-o coletivamente, encarnou-o em formas de coleção de roupas, valorização das tradições japonesas, celebração da memória, conexão ancestral com o presente e desdobramentos mais.

2.2 Eu me visto, tu te vestes, nós nos vestimos

Como nos ensina Vigotski (2018), a criação é condição intrínseca da possibilidade de existência do ser humano em um mundo que o impele, ao mesmo tempo, a se adaptar e a ultrapassar o conhecido. E pode, inclusive, nos oferecer um olhar para o campo da criação em moda extrapolado do circuito dos estilistas-celebridade, fitando-a também na relação de completude que o vestuário presentifica com todos os corpos, que se materializa no processo diário de transmutação do nosso corpo através da corriqueira ação de nos vestir.

Dentre todos os artifícios passíveis de investimento à (re)elaboração contínua de nosso corpo, a roupa constitui-se elemento fácil e acessível para operá-lo. Associada ao corpo,

7 São Paulo Fashion Week é um evento semestral que reúne apresentações de coleções de estilistas e marcas brasileiras. Trata-se do maior evento de moda do Brasil e o mais importante da América Latina.

articula-se aos códigos sociais instituídos e promove possibilidade narrativa objetivada no arranjo material de tramas, tecidos, texturas, formas e cores, compondo um diálogo, duplo, à primeira vista, com o corpo que o acolhe e com o contexto por onde circula esse corpo. Diálogo esse, no entanto, potencialmente infinito: em uma análise mais acurada, porque dialoga com a inteireza desse corpo, com suas sutilezas, durezas, curvas, ossos, dobras, ritmos e movimentos; e, ao mesmo tempo, porque dialoga com a pluralidade da vida circundante e sua potência em compor múltiplas visualidades ao longo das cenas pelas quais esse corpo travestido performa-se. A roupa, in-corporada, extrapola sua dimensão funcional e invoca sentidos ao corpo, emparelha-se a ele, desnuda-o ao cobri-lo e, (re)significando-o infinitamente, o põe em constante devir: um corpo-diálogo diariamente (re)começado e inacabado que conota o olhar do outro, em posição de excedente de visão, e a si, cujo olhar se volta a partir desse outro, com possibilidades de acabamentos provisórios (SANT'ANNA, 2007; MACHADO, ZANELLA, 2019).

Vestir-se configura-se, dessa forma, como ato social, assim como o é a produção do que vestir. Manipulando linhas, contornos, texturas, organizando um jogo de cores, objetivamos nossa subjetividade em composições vestimentares que constituem nosso corpo-diálogo e que serão (re)criadas por quem as veste e por quem faz vestir. O objeto elaborado pelo criador de roupas imprime no corpo de quem veste uma configuração outra; este se apropria dessas criações e impregna seu próprio corpo de um arranjo singular. Estamos, estilista e todos nós que nos vestimos, o tempo todo em diálogo, constituindo “modos subjetivos que serão vestidos por nós” (PRECIOSA, 2005, p30).

O ato criativo do vestir-se e do fazer vestir, ainda que capturado pelas significações e materiais condicionados à forma de reprodução capitalística de existência, é objetivação das relações do corpo com o contexto que o enforma e, externamente encarnado, modifica a própria realidade de onde retiramos seus elementos constitutivos. Dos materiais da vida, do que nos é disponível a partir de nossas afecções e trajetórias em um contexto histórico e concreto de existência, é que colhemos as possibilidades de arranjo cotidiano de nosso corpo-diálogo, da mesma forma que o fazem aqueles (os criadores em moda, nesse caso) que trabalham profissionalmente para criá-los, da mesma forma que o fez Fernanda Yamamoto em sua coleção Yuba. Um/a e outro/a, em diferentes níveis, (re)elaboram os elementos conhecidos e retornam para a realidade novas formas, propostas singulares de corpos vestidos, as quais, por sua vez, “se apresentarão para muitos outros como composição a ser admirada,

tensionada, negada, devorada, deglutida” (REIS; ZANELLA, 2014, p.101). Um movimento dialético e dialógico de relação com um outro e com a vida que nos abre à compreensão do caráter social da constituição não apenas da aparência, mas da subjetividade, que revela uma apreensão de ser humano como “o conjunto de relações sociais, encarnado no indivíduo” (VIGOTSKI, 2000, p. 33). Simultaneamente, enlaça-nos ao entendimento de nós mesmos/as e da realidade circundante por vias movediças, processuais, construtoras de sentidos (REIS; ZANELLA, 2014; VIGOTSKI, 2018).

Da diversidade de relações que a associação corpo-roupa nos provoca, alçamo-la à dimensão de relação estética, considerada

“enquanto dimensão sensível, enquanto modo específico de relação com a realidade, pautado por uma sensibilidade que permita reconhecer a polissemia da vida e transcender o caráter prático utilitário da cultura capitalística. (...) relações estéticas, relações sensíveis em que é possível reconhecer a potência criadora que afirma o ser humano enquanto humanidade.” (ZANELLA, 2006, p. 36).

Pairamos, pois, com o entendimento de que, tanto a obra de grandes estilistas ou a ação diária de se vestir, resultam do ato de criação que parte da e ao mesmo tempo forja uma dimensão estética de realidade. Como nos ensina Vigotski (2010, p. 352), a “arte transfigura a realidade não só nas construções da fantasia mas também na elaboração real dos objetos e situações. A casa e o vestiário, a conversa e a leitura, e a maneira de andar, tudo isso pode servir como o mais nobre material para a elaboração estética”. Quer dizer, atuam também os/as criadores/as de moda, produzindo aparências vestíveis, na montagem de uma visualidade e sensibilidade do mundo, pois adentram com seus objetos nossas vivências e experiências cotidianas e constituem nossas possibilidades de fruir na vida.

E se nos apoiamos na concepção social da arte de Volóshinov (2013, p. 76) para pensá-lo, na qual “o artístico representa uma forma especial da inter-relação do criador com os ouvintes, relação fixada em uma obra de arte”, nos aventuramos na direção de compreender o processo criativo no âmbito da moda conquanto olhamos para as relações que emergem de suas criações e destinações. Descortinamos, nesse caso, uma investigação cujo olhar para o processo criativo acompanha a relação entre quem cria e as pessoas que vestem/percebem suas criações fixada nas peças de vestuário produzidas, e se atenta aos corpos-diálogos que saem desenhando pelo mundo sentidos da mesma forma que foram desenhados por quem as criou.

3 Fios de arte, moda e criação: breves considerações

Seguir trançando moda e criação nos exige explicitar o fio da arte que conecta esta trama. Quando Gilda de Mello e Souza (1987, p. 33) escreveu sua tese de doutorado em 1950, traçou linhas relacionando a moda à arte dizendo-nos que “o costureiro, ao criar um modelo, resolve problemas de equilíbrio de volumes, de linhas, de cores, de ritmos. Como o escultor ou o pintor ele procura, portanto, uma Forma”. Para a autora, é justamente por esta aproximação que a moda, assim como as artes, dialoga com as correntes estéticas de cada tempo, sendo possível perceber semelhanças (de formas e cores, por exemplo) entre a moda, a arquitetura e manifestações artísticas, como a pintura e a escultura, historicamente. Por outro lado, reafirma esta conexão entre arte e moda também por linhas rítmicas: o movimento do corpo no espaço especifica a moda porque “a vestimenta vive na plenitude não só do colorido” (SOUZA, 1987, p.40) mas na sua associação a um corpo e é nesta conjugação que o/a criador/a de moda nos confia sempre uma obra inacabada, pois completamo-la com nossos corpos.

De maneira geral, são estes os argumentos nos quais Souza (1987) se apoia para firmar os vínculos entre um campo e outro, contrapondo-os à estreita relação da moda com o mercado e a mídia como descaracterizadoras de sua identificação artística. Se há décadas atrás esse tensionamento entre arte e mercado parecia propício, Lipovetsky e Serroy (2015) são incansáveis em demonstrar que essas fronteiras já foram borradas em nossos tempos transestéticos. Agora, é a *art business* operando globalmente: arte é mais uma mercadoria, como qualquer outra, e “o preço das obras é mais importante e mediatizado do que qualquer valor estético: hoje é o preço mercantil e o mercado internacional que consagram o artista e a obra de arte” (LIPOVETSKY, SERROY, 2015, p, 46). Damien Hirst, artista cujas obras são vendidas por milhões de dólares no mercado das artes, e Louis Vuitton, grife de luxo mais cotada pela Forbes em 2020, representam domínios que já não podem mais ser afastados em termos de mecanismos financeiros e mercadológicos.

Contudo, para além destas amarrações pelo mercado e pelas formas artísticas, podemos prolongar essa relação entre moda e arte por fios outros, se a enlaçamos com a definição de Bourriaud (2009, p. 147), para quem “a arte é uma atividade que consiste em produzir relações com o mundo com o auxílio de signos, formas, gestos ou objetos”. Exigemos sublinhar que estamos falando aqui da moda em suas relações com a arte não porque a

moda deva corresponder a esse campo em sua totalidade ou produzir “obras de arte”, mas pela compreensão da dimensão artística de suas engrenagens e da potência artística que dela pode advir, a nos provocar a irromper, ou mesmo embrenhar com sutileza, vivências mais poéticas, uma vida humana mais desperta e inventiva.

Segurando esses fios, continuamos com Bourriaud (2009) para entretecer a arte com a vida: na atual modalidade de reprodução da existência, como tem acontecido nossas relações? O autor afirma que, ao mesmo tempo em que o modelo de vida urbano permitiu a experiência da proximidade, em que nos tornamos uma civilização em regime de encontro casual intensivo, as relações habituais têm sido encerradas em espaços mercantis, convocadas a realizarem-se no domínio do previsível, simbolizadas por mercadorias. É a significação da relação humana posta hoje, ausente ou escasso o contato genuíno entre as pessoas, que não precise ser atravessado por coisas, objetos, situações de compra, em ser consumidor. E é justamente aqui que Bourriaud (2009, p. 23) situa a potencialidade da arte, quando se propõe a estreitar o espaço das relações. Referindo-se às intervenções artísticas contemporâneas, o autor afirma que a arte “cria espaços livres, gera durações com um ritmo contrário ao das durações que ordenam a vida cotidiana, favorece um intercâmbio humano diferente das ‘zonas de comunicação’ que nos são impostas”.

Uma arte relacional é a proposta do autor. E ele a insere referenciando diversos artistas e obras imiscuídos nessa ideia de arte em “estado de encontro fortuito” (BOURRIAUD, 2009, p. 25). Tais como a intervenção de Gabriel Orozco em um mercado de rua vazio na Bahia, ao colocar laranjas que encontrou caídas no chão sobre as bancas (Crazy Tourist, 1991), ou a instalação “Dining Alone” (1993), de Georgina Starr, sentando para jantar a sós, consigo mesma, e revelando depois os pensamentos suscitados nesse momento, ou ainda as experimentações de Christine Hill em empregos “corriqueiros”, como caixa de supermercado, guia turístico e massagista, subvertendo-os em atividades artísticas.

Artes relacionais com o tempo, o contexto, com as formas de convivência e de vivência, e até mesmo com o “minúsculo espaço de gestos cotidianos” (BOURRIAUD, 2009, p. 24), nos impelem a questionar a rotina a que nos submetemos e aos mecanismos de controle que sobre nossos corpos operam. Mas, assim como fizeram os artistas analisados por Bourriaud, ousar outros possíveis se translocados ao campo da moda também se apresentam. Poderíamos pensar uma moda que nos/se encontra fortuitamente? Uma que suspire mais caminhadas de Flávio de Carvalho e respire menos “*must have*” da estação?

Podemos então tecer mais um nó, unindo agora esses fios da arte, da moda, da criação e da vida, e perguntar: artistas do campo da moda tem investido, nos seus processos de criação, em permitir-se escapar do domínio do previsível? Se as relações humanas tendem a se deixar capturar pela indústria da moda e seus produtos padronizados, a esfera da aparência, operante na constituição da dimensão estética das relações, assume sua cota de responsabilidade na mercadorização e padronização das relações sociais porque se manifesta de forma normatizada, comandada por signos instituídos hegemonicamente, pretensamente monológicos, fixados de signos ícones da lógica do capital, adormecidos em suas funções utilitárias e artificiais e em suas potências poéticas na (re)invenção do cotidiano, que se esquivam a dialogar com o inesperado, a provocar deslocamentos de sentidos potencialmente disparadores de experiências estéticas. Pode, então, a moda, acompanhando as ideias de Bourriaud (2009), mesmo inserida no sistema global, engendrar modos de resistência nas relações que produz entre o corpo e seu duplo; vácuos, por assim dizer, a serem preenchidos polissemicamente? Pode a moda escapar do ritmo euforicamente efêmero através do qual ela invade o cotidiano para interpor um diverso? Pode a moda constituir-se *locus* de investimento e problematização na esfera das relações? Essas indagações se lançam a um horizonte de possibilidades para o qual intento no presente tramá-las com nós de processos de criação singularizados pela prática artística da estilista Fernanda Yamamoto.

A atividade criadora do/a artista, nos diz Pereira (2012), está diretamente implicada com a possibilidade da vivência estética. Fruir na vida não depende do objeto em si, mas sim de uma postura de abertura às relações, aos encontros fortuitos; uma disponibilidade em estar no mundo atenta à percepção e aos efeitos que um objeto ou acontecimento vivido produzem em nós, assumindo posição desinteressada, contrária, como provoca o autor, à atitude da ordem utilitária, intencional em promover explicações e definições com fins de dominação do objeto ou acontecimento e que aprisiona a apreensão da realidade ao interesse que a motivou em primeira instância.

Do arranjo entre sujeito e mundo (em qualquer de suas infinitas formas de manifestação) que a atitude estética provoca, o/a criador/a artista experimenta-se em uma tarefa que encarna um objeto estético, uma criação arquitetada em um todo no qual material, forma e conteúdo inter-relacionam-se e através dos quais o criador atua ativa e intencionalmente. Trata-se de uma atividade, nos ensina Bakhtin (2014, p. 33), à qual a vida invade “em toda plenitude do seu peso axiológico”, enformando-a em nova disposição,

ordenando, concretizando e arrematando-a em uma forma diferente da realidade conhecida. Esse fragmento de vida unificado em uma forma estética configura o conteúdo do objeto estético e expressa uma relação criador-mundo singular que se realiza criativamente na forma artística. Nesse processo, a possibilidade do autor-criador moldar livremente o conteúdo pressupõe necessariamente que ele ocupe uma posição essencialmente exterior ao acontecimento da criação, consciente do seu sentido axiológico.

Assim, dar conta de um estado diferente que acomete quem se dispõe a criar, atender ao pedido desse algo produzido no deslocamento do já conhecido e que clama em vir ao mundo, implica na capacidade de discernimento do criador artista, de aproximar-se desse pressentimento consciente do limite de seu conhecimento. Mas, não só isso, o estopim desse parto exige igualmente que ele domine suficientemente alguma técnica, uma linguagem, um material para servir de expressão, exigindo estudo e prática que o possibilitem enformar esse conteúdo provocador: o processo de criação só conclui quando encarna, quando é enformado com a ajuda de um material (BAKHTIN, 2014; PEREIRA, 2012). Como situa Bakhtin (2014, p. 57), “a forma artística é a forma de um conteúdo, mas inteiramente realizada no material”. É, pois, o material que possibilita a enformação do conteúdo; o material e sua organização composicional encarnam “as relações vivas e específicas existentes entre o autor e o mundo” (VOLÓSHINOV, 2013, p.91). No entanto, mesmo que ao artista seja imprescindível apoiar-se em alguma técnica para trabalhar o material, ela em si mesma não adentra o objeto estético: “tudo isso desaparece no momento da percepção artística, como desaparecem os andaimes quando o prédio é concluído” (BAKHTIN, 2014, p. 49).

Em diálogo com a perspectiva bakhtiniana sobre processos de criação, podemos compreender que, se “a palavra é o esqueleto que se enche de carne viva somente no processo da percepção criativa” (VOLÓSHINOV, 2013, p.91), a peça de vestuário nos possibilita uma análise sociológica⁸ ao se preencher de carne viva, de relações ativas refletidas e fixadas nela, ao ser in-corporada. Aquele/a que cria em moda, a princípio, domina a linguagem das roupas, se utiliza de tecidos, linhas, pontos, aviamentos variados como suporte material para recheiar de carne viva formas de roupas; dialogando com a anatomia humana, joga com modelagens, texturas e combinações de cores, (re)produz estilos, enforma visões de mundo vestíveis.

8 A possibilidade da análise sociológica à teoria da arte não significa que seja uma pesquisa em sociologia. Trata-se da teoria estética defendida por Bakhtin e seu Círculo enquanto forma específica de comunicação social, cujo fundamento reside na essência social da arte.

Nesse processo, o exercício do discernimento, dar-se conta de um algo que quererá enformar-se em corpo vestido, encorpar-se, pede atenção, escuta, sensibilidade, pede aquela disposição de abertura à realidade circundante. Encontramos em Svendsen (2010, p. 34), então, pistas de mais um nó nesta trama da criação em moda: “Sem dúvida ninguém é capaz de criar estilos radicalmente novos nesse ritmo”.

O autor nos apresenta uma provocação, ao criticar o ritmo da lógica de produção capitalista, e uma convocação a olharmos para a dinâmica do sistema de moda na qual está inserido o processo de quem cria: o ritmo é o do espaço de tempo mais curto possível para substituição das peças e das tendências (hoje, sobrevivem uma estação); o tom é criar o novo e antecipar-se ao futuro; o desejo é “ser potencialmente sem fim” (SVENDSEN, 2010, p. 32). A moda anseia pelo futuro enquanto se consome no presente. Diante dessas urgências e desafios, da descartabilidade incessante, façamos o nó: há tempo, há espaço para sensibilizar-se quando o ritmo da atividade de criação é o da aceleração ao infinito na apresentação das novidades, logo obsoletas e destronadas pela próxima? O que nos diz desse futuro suas criações? O que prenunciam esse/as criador/as artistas?

Se os campos da moda e da arte ainda percorrem os corredores com o fôlego da ânsia de inovar, assim como todos os outros domínios da vida coletiva – turismo, esportes, lazer, publicidade, higiene, museus, etc. – imbricados aos mecanismos da lógica-moda (LIPOVETSKY; SERROY, 2015), Bourriaud (2009) propõe subverter a atividade artística em sua forma tradicional moderna, solapar o novo como critério e encará-la como um jogo relacional com seu tempo e contexto social. Se nos empurra para frente, não é pelo frenesi da novidade, mas pela via da perscrutação de brechas que nos convidem a “habitar melhor o mundo” (BOURRIAUD, 2009, p. 18).

São esses laços que nos convidam a problematizar o processo de criação em moda. Quando Vigotski (1999, p. 308) nos diz que a “arte recolhe da vida o seu material mas produz acima desse material, algo que ainda não está nas propriedades desse material”, desatamos nós emperrados da criação da “obsolescência estilística acelerada” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 79) para espriar-nos nas potências desse processo criativo: o que pode ele a partir do que está sendo, o que pode ele nos deslocamentos de sentidos, no estremecimento da racionalidade dominante, no impulsionar das “vivências cotidianas ao nível de vivências criadoras” (VIGOTSKI, 2010, p. 352)?

No campo da moda, parâmetros de ordens física (padrões corporais, por exemplo), simbólica e mercadológica e a promoção de uma criatividade determinada e aplicada, aceita dentro do mercado, que atenda tendências e viabilize a noção do “novo”, sem ultrapassar o apelo comercial publicitário, ficam destacadas. Conduzido premeditadamente, o processo criativo em moda “reduz o objeto ou o acontecimento à sua condição de bem de consumo ou veículo moral ou peça de coleção ou portador de uma mensagem, etc., impedindo-o de tornar-se o disparador de algo que não seja aquilo a que foi destinado pelo interesse” (PEREIRA, 2012, p. 186).

Entretencemo-nos, assim, na meada do processo criativo em moda com um convite a questionar: O que impulsiona o/a artista do campo da moda a criar? O que tem nutrido sua imaginação? Quais materiais recolhe da vida para suas criações? Destas indagações, e, seguramente, das tantas outras que se apresentaram na tessitura deste texto e no decorrer do próprio processo de pesquisar, é que esboço o prosseguimento da trama que viemos enredando com os fios da moda, da arte, da criação e da vida. Com estes fios, pretendeu-se trançar um percurso investigativo que se aproximasse das relações fixadas nas criações, mas movidas pelas interações entre criadores/as de moda, processo criativo, a destinação das criações, a moda no mundo e a moda na vida.

3 Caminho metodológico

O processo de pesquisar ora proposto é tecido em diálogo com as reflexões teórico-metodológicas desenvolvidas por Bakhtin e seu Círculo (AMORIM, 2002; JOBIM E SOUZA, ALBUQUERQUE, 2012; MACHADO, ZANELLA, 2019). Suas matrizes epistemológicas assentam-se no materialismo histórico-dialético e refletem necessariamente caminhos metodológicos e éticos.

Jobim e Souza e Albuquerque (2012), ao debaterem as consequências epistemológicas para a pesquisa e o/a pesquisador/a com base na teoria bakhtiniana, apropriadamente, levam, ao campo da criação do texto de pesquisa, a análise metodológica de Bakhtin sobre a criação artística construída na arquetônica da interação material-forma-conteúdo. Soa-me muito perspicaz essa aproximação proposta pelas autoras e ousa, aqui, alargá-la, para além do momento em que o/a pesquisador/a se encontra com o texto, como uma possibilidade

metodológica que se acopla a esta pesquisa e aos seus momentos constitutivos: o encontro entre pesquisador/a-outro/a, o acontecimento da escrita do texto da pesquisa e o posicionamento ético de quem se dedica à produção de conhecimento (JOBIM E SOUZA, ALBUQUERQUE, 2012; MACHADO, ZANELLA, 2019).

Ao considerar o encontro pesquisador e seu outro por vias bakhtinianas, o princípio dialógico e o caráter alteritário tomam seus lugares: encontramos na relação com o outro a possibilidade de constituição do sujeito. São das palavras e olhares de outros que elaboramos sentidos à nossa existência; olhares e palavras que se expressam em uma “tonalidade valorativa-emocional” (BAKHTIN, 2011, p.373) conectada a um lugar no tempo e espaço único, situada em uma cultura e tempo histórico, a partir de condições e possibilidades específicas. Essa dimensão alteritária da constituição do eu só pode acontecer porque cada um de nós ocupa um lugar único no mundo, “porque nesse momento e nesse lugar, em que sou o único a estar situado em dado conjunto de circunstâncias, todos os outros estão fora de mim” (BAKHTIN, 2011, p. 21) e, desta posição, podemos alcançar excedentes de visão em relação aos outros, vê-los, o corpo vivo, situados em um fundo que não lhes é possível ver e, assim, conclui-los provisoriamente; o mesmo ocorre da posição dos outros em relação a mim, conseguem ver o excedente que me escapa “pela singularidade e pela insubstituíbilidade de [seu] lugar no mundo” (BAKHTIN, 2011, p. 21).

Este lugar exotópico que ocupa o/a outro/a em relação a mim, me é revelado através de seu olhar e de sua comunicação, objetivada em fala, gestos, imagens, expressões, em seu próprio corpo. O que nos leva à compreensão do compromisso ético que se estabelece entre todos nós, como afirmam Jobim e Souza e Albuquerque (2012, p. 113): “Sinto-me responsável pela criação do meu semelhante, assim como dependo dele para dar forma e sentido a minha experiência interna”. Esse processo constitutivo do ser se dá no *continuum* da vida, sendo que “o olhar e as palavras do outro nos constituem, mas não nos determinam” (MACHADO, ZANELLA, 2019, p. 8), não nos concluem. Dos olhares dos outros, imprimo meu próprio olhar sobre mim e, com isso, ajo, respondo ao mundo de maneira “singular, responsiva e responsável” (MACHADO, ZANELLA, 2019, p. 8).

É preciso ainda amarrar aos conceitos de exotopia e alteridade o princípio dialógico, se a intenção é um encontro com as reflexões metodológicas de Bakhtin. De acordo com o filósofo, toda palavra, todo enunciado carregam valores, contém um “posicionamento social valorativo” constituído sócio-historicamente (MACHADO, ZANELLA, 2019, p. 8). É na

interação dialógica que os sentidos vão se compondo e se transformando, vão sendo negociados pela movimentação das relações cotidianas condicionadas a uma determinada organização social.

Dialogia, então, porque Bakhtin percebe o ato enunciativo (discurso que se insere como resposta em uma complexa cadeia de comunicação, abrindo caminho para respostas outras) como o elo motor das interações humanas, das cenas cotidianas, da composição da vida, do mundo e da constituição do ser. Não é uma voz que fala, são múltiplas vozes representando múltiplos sentidos em interação, em constante tensão. Se vivemos um mundo valorado é porque percebemos esses valores tramados nos enunciados que nos são ditos, nos nossos enunciados-resposta e nos tantos outros imersos neles (MACHADO, ZANELLA, 2019, p. 10).

Como ressaltam Jobim e Souza e Albuquerque (2012, p.116), a pesquisa é “um processo vivo de produção de sentidos sobre os modos de perceber e significar os acontecimentos na vida”. É um acontecimento singular, feito de encontro e confronto, de enunciados em tensão. E o conteúdo especifica-se na singularidade dos saberes produzidos nesta interação, enformado em texto de pesquisa. Não há, pois, como admitir pesquisador/a neutro/a: o saber produzido com a pesquisa está imiscuído de sentidos aos quais o/a pesquisador/a é parte ativa tanto na sua produção em campo como também na escolha que faz dos fragmentos dessas interações entre as múltiplas vozes que a pesquisa proporcionou e aos quais dará visibilidade e acabamento na atividade da escrita.

No presente, a investigação de processos de criação em moda realizou-se com a minha aproximação a uma artista-criadora do campo, Fernanda Yamamoto. Dentre tantos caminhos possíveis a percorrer uma pesquisa nesse campo-tema, considerando posições profissionais, localização geográfica, posicionamento diante do sistema de moda, dentre outros elementos, os processos criativos singulares e experimentais de Fernanda Yamamoto, refletidos nas suas criações (veiculadas em eventos de moda, acadêmicos, artísticos, em *websites* e redes sociais), nas formas inusitadas de modelagem e numa provocação sensível, sintonizaram-se a um desejo de pesquisa.

Fernanda Yamamoto possui uma loja e um ateliê, que funciona no andar superior da loja, localizados no bairro Vila Madalena em São Paulo. As atividades nesse local iniciaram em 2009 e, no ano seguinte, a estilista estreou no SPFW e vem apresentando coleções neste evento desde então. Meu primeiro contato com seu trabalho, contudo, não aconteceu pelo

meio midiático do universo da moda. Tive o prazer de ver uma exposição de suas peças no Colóquio de Moda, evento científico anual da área, que ocorreu em 2017, em Bauru (SP). De lá para cá, parece que as impressões daquela exposição, somados a outras que compuseram meu caminho, de algum modo, reverberaram nas escolhas que delinearão os contornos dessa pesquisa.

Iniciei o processo de produção de informações desta investigação com a realização de uma revisão bibliográfica, utilizando a pesquisa nas bases de dados Scopus, *Web of Science*, Scielo, PsycInfo e IndexPsi, com os descritores moda, vestuário e processo criativo, e suas respectivas variações, nos idiomas português, espanhol e inglês. A compilação e correlação dos dados possibilitou uma visualização qualitativa e quantitativa das produções acadêmicas concernentes à temática da criação no campo da moda, isto é, quais perspectivas, abordagens e discussões ocuparam a atenção de pesquisadores que se dedicaram a essa matéria, dentre o conjunto dos trabalhos selecionados. Ainda, a análise conduziu-me a perscrutar pelos sentidos da noção de criatividade sugeridos nos estudos e como eles se entrelaçam às condições e percepções de processos de criação na área.

Essa etapa constituiu apoio fundamental ao processo investigativo, uma vez que a discussão desenvolvida permitiu apreender, de modo amplo e de certos ângulos, a dinâmica operante no sistema de moda e modos de interação das esferas de criação, difusão, produção e distribuição em escala global. Compreendê-las em seus movimentos e nas relações que estabelecem entre si subsidiou uma aproximação com as nuances da atividade do/a profissional criador/a de roupas imerso no sistema de moda. Os resultados desse levantamento foram reunidos no primeiro artigo que compõe esta pesquisa, intitulado “Criatividade e produção em moda: O que artigos científicos têm a dizer sobre o tema?”

Numa segunda etapa, em virtude do panorama pandêmico do novo coronavírus e com as orientações de isolamento social sendo estendidas, ideias iniciais de realizar observações no ateliê de Fernanda Yamamoto começaram a se adequar às novas condições de uma pesquisa remota. Assim, o caminho da pesquisa procedeu à coleta de documentos disponíveis em fontes de domínio público, como sua página oficial no *Instagram* e *websites*, levantando reportagens, vídeos, entrevistas, artigos acadêmicos resultantes de pesquisas já realizadas com a artista por outros/as pesquisadores/as e imagens (fotografias, vídeos) de eventos participados e peças produzidas pela artista.

O arrefecimento da pandemia, no entanto, alterou novamente as possibilidades da pesquisa. Ao entrar em contato com Fernanda Yamamoto via *e-mail*, fui informada de que sua equipe estava preparando um desfile para a primeira edição presencial pós-pandemia do SPFW e que era possível conhecer e conversar com eles presencialmente, no ateliê.

Cheguei a tempo de frequentar o ateliê pelos 11 dias que ainda restavam antes da data do desfile, que ocorreu em 19 de novembro de 2021, no Centro Cultural São Paulo (CCSP). Tal possibilidade de imersão no ateliê de Fernanda Yamamoto direcionou o restante do processo de produção de informações da pesquisa. Lá, convivi com o espaço em que elaboram as criações, artísticas e comerciais, e confeccionam as peças-piloto (modelo que serve de teste da modelagem, do material, dos aviamentos, da composição total da peça), com os instrumentos que utilizam, com os modos de trabalho e, principalmente, com as pessoas que “fazem tudo acontecer”.

Além de Fernanda Yamamoto, diretora criativa da marca, conheci o pessoal que integra a equipe e trabalha entre ateliê e loja: um coordenador de estilo e modelagem, duas modelistas, uma coordenadora de produção, um estilista, uma pessoa no atendimento da loja física e uma no atendimento da loja online, uma organizadora dos espaços ateliê e loja, um cortador, uma assistente de produção e duas piloteiras. Outras pessoas também frequentaram o ateliê na condição de colaboradores/as ocasionais da preparação do desfile (modelista, bordadeiras, costureira, dentre outras) e permearam o cenário e o acontecimento da pesquisa. No entanto, vale destacar que somente as pessoas que assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido⁹ (TCLE) compuseram as discussões ao longo dos textos.

O diálogo com a perspectiva bakhtiniana, esboçada brevemente na introdução desta seção metodológica, subsidiou perceber os encontros proporcionados pela experiência imersiva no ateliê circunscritos na alteridade e na dialogia: pesquisadora e pessoas com as quais pesquisa interatuam de forma singular, valorada, ativa, responsiva e responsável, constituem-se sujeitos no próprio fazer pesquisa. Esse posicionamento repercutiu na compreensão do ato de pesquisar em sua dimensão axiológica, em sua relação com o acontecimento vivido em campo, “em cada vivenciamento e até na sensação mais simples”, atravessados valorativamente.

Bakhtin (2014) afirma que, ante o acontecimento único e aberto da existência, é preciso isolar o conteúdo de sua eventicidade (de seu ser-evento ininterrupto) e de sua

9 O TCLE e o projeto desta pesquisa foram aprovados pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Santa Catarina sob o parecer nº 5.478.883.

coisicidade (forma objeto que, quando isolado, pode ser trabalhado como mais um elemento da vida), pois só é possível a criação significativa a partir de um acontecimento, não de uma coisa. A separação do conteúdo, por sua vez, opera pelas memórias da razão e da vontade; estas individualizam a identificação e a valoração ética do conteúdo por parte do/a autor/a.

Desse modo, impressões, afecções, conversas, cenas que marcaram os dias em que estive no ateliê foram registrados em diário de campo, fotografias e vídeos; foram também registradas no corpo e na memória. Ao retornar para casa, em Florianópolis, gradativamente, foi sendo possível realizar alguma organização dos materiais afetivos, textuais, teóricos e imagéticos colhidos no caminho percorrido até então; um movimento de isolar o conteúdo, como Bakhtin nos fala, de conferir uma provisória estabilidade ante os acontecimentos do campo, compeliu-me a ocupar uma posição ativa na reunião daquele material.

O encontro com os acontecimentos vividos foram mediados por meio da Análise Dialógica do Discurso (ADD). Quer dizer, os conceitos bakhtinianos também permearam o olhar para os materiais das conversas, das observações e dos documentos, indicando-nos que as pessoas não falam palavras, não montam frases de puro material linguístico, mas enunciam, apoiam-se na língua para falar a alguém sobre alguma coisa do mundo, valorando-a (SOBRAL, GIACOMELLI, 2016). Do processo vivencial no ateliê somado aos demais materiais já colhidos, frutificaram os outros dois artigos que compõem a presente dissertação.

No primeiro deles, intitulado “A arte de Fernanda Yamamoto: tensionando e reinventando processos de criar e pesquisar em moda”, foi possível colocar os modos de criar observados no ateliê e os modos de fazer pesquisar em interação dialógica e, com eles, movimentar suas possibilidades de sentidos. Assim, recolhi fragmentos produzidos no acontecimento único e singular da vivência com a equipe do ateliê de Fernanda Yamamoto e costurei-os aos posicionamentos epistemológicos e metodológicos assumidos no pesquisar. Nesse processo, outras passagens e ideias que vieram compondo minha imersão no campo-tema da criação em moda enredaram e ampliaram a discussão, favorecendo também um diálogo entre o trabalho da artista e os contextos mais amplos que configuram sentido aos seus processos e às obras produzidas, o tempo e o espaço nos quais se constituem as relações imanentes a criação em moda desta artista. Por estas vias, sentidos particulares e, ao mesmo tempo, coletivos que constroem objetiva e subjetivamente moda, arte, relações estéticas e políticas, enfim, a realidade puderam ser movimentados e tensionados.

O segundo artigo produzido a partir da experiência imersiva no ateliê (e terceiro desta dissertação) intitulou-se “Entretecendo moda, arte e vida: linhas, alinhavos e descosturas no processo de criação de uma performance/exposição”. Nesta escrita, tencionei um “mergulho” no ateliê assim como o fiz naqueles dias: selecionei cenas, enunciados, estabeleci conexões que pudessem dar alguma passagem a afecções, afetações e pensamentos que me embalaram ao movimento do ateliê enquanto ele mesmo embalava uma produção artística.

Quando unimos a temática desta pesquisa à possibilidade do encontro pesquisadora-artista, é preciso retomar Bakhtin (2011). Como nos ensina o autor, não acessamos os mecanismos psicológicos do ato de criação diretamente, mas apenas o que nos mostra deles a obra produzida. Pesquisá-lo é deparar-se com um processo que “não escuta nem vê a si mesmo, escuta e vê tão somente o produto que está sendo criado ou o objeto a que ele visa” (BAKHTIN, 2011, p. 5). Dessa maneira, a compreensão do processo artístico não se tratou de uma busca por/em partes de sua estrutura, como a psique do autor, o objeto ou o destinatário¹⁰, mas uma procura por sua (in)completude no conjunto de relações que foram se realizando e se fixando na materialização das peças em criação.

Nesse sentido, tanto as conversas com Fernanda Yamamoto e com os integrantes de sua equipe possibilitaram conhecer suas relações com o que já foi criado ou, como era o caso, estava em processo, quanto minha presença no ateliê permitiu que me acercasse das relações que iam se produzindo simultaneamente à criação das peças para o desfile. São os modos de criar, produzir, trabalhar, conviver instituídos no ateliê e suas interações com os campos da moda, da arte e com a própria vida que deram sentido à enformação do terceiro artigo.

Do acontecimento da pesquisa em campo ao acontecimento da pesquisa no texto correspondeu um encontro com a minha presença-autora, à capacidade inventiva perante minha condição axiológica, e que possibilitou-me enformar a experiência vivida com o pessoal do ateliê criativamente por meio da palavra. Desta autoralidade, singularidade em texto, que emerge do processo de pesquisar é que podemos compreender o compromisso ético do/a pesquisador/a ancorado em Bakhtin (JOBIM E SOUZA, ALBUQUERQUE, 2012; MACHADO, ZANELLA, 2019). Isso porque o ato da escrita envolve que o/a pesquisador/a nele reconheça uma dimensão polifônica que extravasa da vida e o invade por completo: reconhecer a multiplicidade de vozes presentes no mesmo lugar é reconhecê-las presentes, e

10 Amorim (2002) explicita a diferença entre a voz do destinatário real (o leitor ou o contemplador de uma obra, o que usará efetivamente uma roupa, o que assistirá a um desfile, etc.) e a voz do destinatário suposto, o qual se configura no interior do enunciado porque se refere a quem o autor criador tem como referência no seu ato de criação.

ausentes, também num mesmo texto, no texto da pesquisa (AMORIM, 2002). E é justamente esse reconhecimento das ausências, de que não é possível abarcar sujeitos falantes em totalidade, nem abarcar a totalidade das vozes sociais que interagem no campo, que implica um posicionamento ético de quem faz pesquisa.

Se dialogo com vozes múltiplas, ainda que fixas nas linhas e folhas de papel, é porque seguem movimentando e sendo movimentadas pelas tensões e negociações que perfazem a cadeia dialógica da vida. Trata-se da construção de um saber que não se sabe final, (MACHADO, ZANELLA, 2019, p. 13), que soma à trama dialógica e por isso resultou em um acabamento estético possível e provisório, abrindo-se às respostas que tensionam, acordam, negam, reelaboram, ecoam. Assumo, portanto, uma ética na condição de pesquisadora e de fazer pesquisa que aceita as lacunas, que é ciente das vozes ausentes (e com elas também dialogo, ainda que pelo silêncio) e que me mantém aberta e disposta à constante problematização e implicação de meu lugar nesse processo de produção de conhecimento.

ARTIGO 1

Criatividade e produção em moda: O que artigos científicos têm a dizer sobre o tema?¹¹

RESUMO

É objetivo deste trabalho, a partir de uma revisão sistemática, analisar as produções acadêmicas que discutem o exercício da criação pelo/a profissional do campo da moda, especificamente publicadas na forma de artigos científicos. A busca nas bases de dados Scopus, *Web of Science*, SciELO, PsycInfo e IndexPsi, por meio dos descritores moda, vestuário e processo criativo, com variações correspondentes, nos idiomas inglês e português, localizou 15 artigos pertinentes. Os trabalhos disponíveis possibilitaram um encontro com a variedade de concepções e abordagens que conferem sentido à criatividade e à atividade do profissional da moda. Verificou-se a presença de perspectivas ainda assentes na ideia de criatividade interior, a despeito dos avanços psicológicos sobre as questões da criatividade e criação. Quando conjugada à moda, a compreensão de criatividade entrelaçou a ideia da genialidade da criação, o sistema de moda e a aliança com o próprio sistema capitalista. Considerando as especificidades sociais, culturais, econômicas e políticas que marcam o exercício dessa profissão, sinaliza-se a necessidade de investimento em pesquisas voltadas a esse público a fim de ampliar a compreensão das condições da atividade criativa e de produção nesse campo.

Palavras-chave: moda, criatividade, criação.

11 O presente artigo foi aceito para publicação da Revista Temática, em 14/06/2022.

1. Introdução

Pensar moda está longe de encontrar algum consenso ou mesmo reconhecimento no seio da comunidade científica. A complexidade do fenômeno reveste-se do estereótipo do frívolo e da futilidade que seus objetos por vezes representam, e desencoraja, dentre os que se dedicam à compreensão sócio histórica da humanidade, sua difusão como matéria digna de investigação acadêmica. Gilles Lipovetsky (2009, p. 9), um dos filósofos que se arriscou a discutir o tema, inicia seu livro mais célebre sobre moda, intitulado “O império do efêmero”, dizendo: “A questão da moda não faz furor no mundo intelectual”. Lars Svendsen (2010, p. 11), outro filósofo que aventurou reflexões no campo, igualmente inicia seu livro “Moda: Uma filosofia” escrevendo: “a moda parece ser uma das coisas menos importantes que poderíamos imaginar”.

Svendsen (2010), no entanto, argumenta que, justamente por moda e modernidade serem fenômenos acoplados, partilhando características vitais como a abolição da tradição e a valorização do novo, seu estudo deveria ser inequívoco para uma compreensão efetiva do funcionamento das sociedades modernas. Mais ainda, com o acentuado desenvolvimento do modelo capitalista industrial, os ordenamentos da racionalidade produtiva hipermodernizaram-se através da exploração da *dimensão estética-imaginária-emocional*. A economia de mercado torna a dimensão criativa e imaginária partícipe estratégica de seus projetos e produtos, aproveitando-se de sua capacidade em mobilizar afetos, em mover lúdica e oniricamente o consumidor para maximizar seus lucros e expandir seus conglomerados.

Trata-se da dinâmica do *capitalismo artista*, como apontam Lipovetsky e Serroy (2015), fulgurando lado a lado com a sua face financeirizada, numa lógica de hibridização das esferas econômica e artística: a lógica-moda do efêmero e o princípio da sedução estética submeteram os sistemas de produção, distribuição e consumo de bens ao ritmo da renovação e criatividade inesgotáveis. Se antes os processos de criação guiavam-se pela necessidade e durabilidade, hoje os imperativos da obsolescência, do estilo e da sedução comandam as formas de criar e produzir, comunicar e distribuir.

É na esfera das indústrias criativas, e nela encontra-se a moda, que as tensões entre o econômico e o criativo evidenciam-se mais intensamente. Ampara-se, pois, neste preâmbulo introdutório para dimensionar o contexto no qual se insere o presente artigo e indicar as lentes que nortearão a análise das produções acadêmicas que discutem o exercício da criação pelo/a

profissional do campo da moda, especificamente publicadas na forma de artigos científicos. Esse é o objetivo deste trabalho. Trata-se de pesquisa de cunho teórico que visa compreender de que modo esse campo vem sendo investigado, quais enfoques são adotados e o teor de suas problematizações. As análises possibilitaram também discutir o exercício da profissão e as maneiras pelas quais a criatividade tem sido colocada à disposição do mercado da moda.

2. Método

Este trabalho, de cunho teórico, configura-se como revisão da produção acadêmica sobre um tema específico, no caso a criatividade e o processo criativo em moda. Pode ser compreendido como revisão sistemática (COSTA et al., 2015), um modo de reunir, organizar, avaliar e produzir uma síntese dos estudos encontrados. Para seu desenvolvimento, buscou-se levantar sistematicamente as produções científicas realizadas sobre a temática, nacional e internacionalmente.

O processo de levantamento dos materiais iniciou com consultoria com o Serviço de Competência em Informação e Suporte à Pesquisa da Universidade Federal de Santa Catarina. Com a orientação de profissional desse Serviço, foram escolhidas as bases de dados, bem como os descritores de busca mais pertinentes aos objetivos deste estudo. As bases utilizadas foram Scopus, *Web of Science*, Scielo, PsycInfo e IndexPsi. As duas primeiras foram escolhidas por caracterizarem-se como bases multidisciplinares de abrangência mundial. A base Scielo também é multidisciplinar, mas inclui, principalmente, periódicos latino-americanos, de Portugal e Espanha. Já a base PsycInfo é composta por periódicos pertencentes à área da Psicologia e afins, com abrangência mundial, enquanto a base IndexPsi também indexa produções da mesma área, porém com amplitude nacional.

A estratégia de busca utilizada nas bases Scopus e *Web of Science* foi ((Fashion) AND (Clothing OR Clothes OR Garment OR Apparel OR Costume OR Vestment OR Vesture) AND ("creation process" OR "creative process" OR creativity OR invention OR innovation)). Nas bases Scielo, PsycInfo e IndexPsi, foi utilizada a mesma estratégia, porém adicionando os termos também em português, resultando na forma: ((Moda OR Fashion) AND (Vestuário OR Roupas OR Vestimenta OR Traje OR Veste OR Ropa OR Distraz OR Clothing OR Clothes OR Garment OR Apparel OR Costume OR Vestment OR Vesture) AND ("processo criativo"

OR "processo de criação" OR criatividade OR invenção OR inovação OR "proceso de creación" OR "proceso creativo" OR creatividad OR invención OR innovación OR "creation process" OR "creative process" OR creativity OR invention OR innovation)).

A busca nas bases de dados ocorreu em Dezembro de 2020, com os seguintes filtros: “somente artigos”, os idiomas inglês, espanhol e português, e sem filtro de período de publicação. A seleção inicial resultou em 598 registros. O gerenciador bibliográfico Mendeley foi utilizado nesta etapa para importação, organização dos dados e limpeza de duplicatas. Excluídos os registros duplicados (22) e os que não apresentavam resumo (24), ficaram 555 artigos. Os resumos destes trabalhos foram lidos e analisados de acordo com a pertinência temática. Dessa forma, foram considerados válidos 41 resumos que abordavam, como foco principal ou parcial, processos de criação no campo da moda, excluindo-se resumos, por exemplo, que tratavam de comportamento do consumidor de moda, desenvolvimento de produto a partir de um material tecnológico, estratégias de gerenciamento empresarial, desenvolvimento têxtil ou que se referiam a simples descrição da coleção de determinado/a estilista, ausente o caráter de trabalho científico.

Procedeu-se, assim, à leitura dos 41 artigos. Destes, 10 não apresentavam texto integral com acesso gratuito; os outros foram lidos na íntegra (31). Adotou-se como critério de inclusão artigos que abordavam, parcial ou integralmente, o processo criativo do/a criador/a de roupas, em qualquer contexto profissional (industrial, autônomo, pequena empresa, dentre outros). No total, 15 artigos foram considerados relevantes. Os demais (16) foram excluídos por não atenderem ao critério de inclusão; abordaram, por exemplo, a criatividade do expectador de desfile (UNO et al., 2019), questões laborais do trabalho do criador de moda, como políticas públicas e de financiamento, não sendo objeto de discussão a sua atividade criativa (GUROVA; MOROZOVA, 2018), processos de criação na dimensão educacional de moda (Sauro, 2020), técnicas de aplicação têxtil (CARP & POPP, 2013), apresentação de *softwear* como ferramenta do designer de moda (SEGOMDS et al., 2014), relações entre os campos arte e moda, ausente a discussão do processo de criação em si (GIUSTI, 2019).

Os principais dados de cada trabalho foram organizados em uma planilha, contendo título, ano de publicação, área de conhecimento, filiação institucional dos autores, objetivo, localização geográfica do campo da pesquisa, contexto, metodologia utilizada e resultados. Intencionou-se, dessa forma, organizar as informações para articulá-las em uma compreensão do que vem sendo produzido academicamente sobre processos de criação em moda.

A discussão desenvolvida a partir do encontro com os artigos apoiou-se também em três unidades temáticas de análise, a saber: perspectivas conceituais de criatividade, relações entre criatividade e sistema de moda e emprego da criatividade no sistema capitalista. Essas categorias foram construídas a posteriori, ou seja, emergiram da leitura do conjunto dos 15 trabalhos levantados. Considerando a especificidade da temática, ao longo da análise das produções, perspectivas conceituais distintas de criatividade emergiram ao passo que processos criativos entraram em cena. Dito de outro modo, ainda que o interesse principal desta revisão resida sobre a discussão da atividade criativa de profissionais no campo da moda e como lidam com as tensões desse sistema, a ela subjaz uma compreensão primeira, basilar, acerca de criatividade. Sendo assim, compreender as diferentes concepções incutidas nos estudos faz-se necessário se pretende-se tecer um diálogo consistente sobre o foco principal, pois a elas se amarram as percepções e configurações dos processos criativos tratados em cada produção.

3. Resultados

Os artigos analisados foram publicados entre os anos 2002 e 2020, sendo que a maior parte deles (9) referem-se a publicações a partir de 2015. Considerando a realização da busca sem filtro de período, as publicações demonstram atenção acadêmica mais recente para as condições e características do trabalho do criador de moda. Essa relativa novidade no meio científico também se evidencia pela convergência que apresentam alguns destes estudos à referência da pesquisa de Angela McRobbie (1998), reconhecidamente pioneira na investigação de vidas profissionais de designers do campo da moda, publicada há mais de duas décadas. Necessário se faz considerar que alguns filtros contribuíram para esse resultado, especialmente a consideração exclusiva de artigos disponibilizados online, na íntegra.

Tratando-se de revisão sistemática de amplitude internacional, os Estados Unidos apresentou, sozinho, o maior número de publicações na temática (6), uma delas tendo sido realizada em conjunto com o Equador; países europeus somados (Suécia, Romênia, Inglaterra, Portugal e Itália) foram responsáveis pelo segundo maior número de produções (5). Canadá, Coreia, Argentina e Brasil foram os demais países de onde se originaram os artigos selecionados. São vários os elementos que podem ser levantados para refletir especificamente

sobre esses dados, dentre os quais destacam-se: o nível de desenvolvimento científico e investimentos em pesquisa de cada país; o reconhecimento do campo da moda como objeto de estudo científico; o número de cursos de graduação e pós-graduação sobre moda; a escolha das palavras-chave pelos autores, que nem sempre é a mais adequada ao tema do artigo.

Há que se ressaltar que em 4 artigos, a origem da pesquisa não correspondeu necessariamente à localização do campo no qual ela foi realizada. Uma pesquisa cujo autor é vinculado a uma instituição universitária sueca debruçou-se sobre criadores de moda do Canadá (BRYDGES, 2017). Outra pesquisa que investigou confecções indianas foi produzida por um autor filiado a uma universidade estadunidense (HOPPE, 2019). O terceiro estudo localizou-se no Equador e foi feito em parceria entre pesquisadores deste país e dos Estados Unidos (COLLOREDO-MANSFELD et al., 2012). E a quarta pesquisa concentrou-se em Nova Iorque, sendo produzida por uma autora vinculada a uma universidade canadense (RANTISI, 2002).

As áreas de conhecimento das quais provêm os artigos são variadas, sendo que Administração e Moda apresentaram as maiores recorrências, 4 e 3, respectivamente. As demais áreas foram: Economia, Geografia (2), Antropologia, Sociologia, Psicologia, Arquitetura e Estudos Culturais. A pluralidade de áreas do conhecimento que efetivam pesquisas em moda já foi sinalizada por pesquisadoras brasileiras (ACOM; MORAES, 2017; SANT'ANNA, 2018) e expressa a complexidade característica do fenômeno moda, cuja compreensão funda-se precisamente nos diálogos interdisciplinares que esse campo promove: “parece-nos que, para se expandir conceitualmente, a moda precisa chamar intercessores, intensificar sua capacidade de outrar-se” (MESQUITA; PRECIOSA, 2011, p. 9). Ela pulsa, precisamente, por veias híbridas, difusas e transversais, apresentando-se conceitualmente fronteira e com força suficiente para borrar as linhas limites na potência possível das relações que emergem de corpos vestidos. É, pois, nesse sentido que se sustenta a emergência de estudos focados em moda a partir de diversos campos e que se demonstra presente também nestes estudos ao redor do globo.

Em relação à escolha metodológica, 9 artigos referiram tratar de pesquisa qualitativa. Os demais variaram entre etnografia, estudo de caso, pesquisa empírica, documental e história oral. A técnica da entrevista como recurso para produzir informações foi adotada em 10 trabalhos, associada a outras técnicas, como questionário e observação participante, ou utilizada exclusivamente. Quanto aos participantes, 8 pesquisas envolviam criadores de moda

independentes, empreendedores ou funcionários de pequenos negócios, e 7 abordaram profissionais da indústria da moda, como designers, assistentes e prognosticadores de tendência. Três artigos também contaram com educadores da área da moda dentre as pessoas participantes. Rever o que já foi publicado sobre processo de criação em moda nas bases pesquisadas promoveu, além do conhecimento das características descritas, um encontro com a diversidade de perspectivas com as quais a criatividade vem sendo debatida. Dessa forma, buscou-se atentar para o conceito de criatividade que apresentam, mesmo em trabalhos que não se dedicaram a esse conceito em específico.

3.1 Criatividade Em Debate

Perscrutando o conceito de criatividade subjacente a cada artigo selecionado, foi possível reunir as discussões em três grupos. Em um deles, cinco artigos apresentaram uma perspectiva individual, autônoma de criatividade (ABRUDAN et al, 2020; CORREA, 2016; HOGAN et al, 2018; KARPOVA; MARCKETTI; KAMM, 2013; MONTAGNA, 2015). Os outros dois grupos aproximam-se pela contraposição à ideia inata de criatividade presente no primeiro grupo, mas dividiram-se por organização de ênfase temática. Um deles concentrou trabalhos (3) que se debruçaram sobre processos criativos, concebendo a criatividade enquanto processo social (CHO, 2009; COLLOREDO-MANSFELD et al, 2012; TOKATLI, 2011). E o outro, também conferindo sentidos sociais à definição de criatividade, contemplou produções (7) que tensionaram o próprio conceito (AYRES, 2017; BRYDGES, 2018; CALÍOPE; SILVA FILHO, 2016; HOPPE, 2019; RANTISI, 2012; RIEPLE et al, 2015; VOLONTÉ, 2012). Vejamos com mais detalhes essas produções.

Uma “forma de trabalho que apela à habilidade criativa, inata e genuína do sujeito criador” (CORREA, 2016, p. 32, tradução nossa). Assim Correa (2016) se refere ao trabalho de designers de moda independentes, que produzem à margem da indústria tradicional inserida no contexto de veiculação de tendências globais. Segundo a autora, estes/as trabalhadores/as destacam-se devido a sua criatividade inata e porque ocupam um “lugar genuíno” para criar, onde é possível exercer uma “liberdade” da própria criação.

As pesquisas de Abrudan et al. (2020) e Karpova, Marcketti e Kamm (2013) assentam-se na mesma ideia da criatividade originária, mas por uma perspectiva correlacionada a traços

de personalidade. Ambos estudos entrevistaram profissionais da área da moda para investigar estratégias de desenvolvimento de criatividade, obtendo opiniões sobre o que é ser criativo, origem da criatividade e como se inspiram. Dentre os achados, motivação, determinação, disposição ao risco e flexibilidade aparecem como características pessoais que pessoas criativas possuem ou, como sinalizam as autoras, podem desenvolver.

A pesquisa de Hogan et al (2018) aposta na teoria dos “hábitos da mente” para analisar o processo criativo “em ato” de estilistas em um programa de televisão, o *Project Runway*, de forma que pudessem “capturar artistas em um ambiente de trabalho naturalista e criativo” e apresentar “o que significa ser criativo” (HOGAN et al., 2018, p. 4, tradução nossa).

Nessa intenção, os pesquisadores procuraram por comportamentos que designam disposições de pensamento criativo: engajamento e persistência, imaginação, expressão, observação, reflexão, exploração e entendimento do mundo artístico.

Tais associações, igualmente presentes em Karpova, Marcketti e Kamm (2013) e Abrudan et al. (2020), provocam perguntas: Considerando que cada categoria é definida por um conceito, como validar correlações entre motivação, determinação e criatividade se cada categoria teórica depende ela mesma de uma definição própria? Como acatar a união de conceitos em categorias comportamentais e assumir uma generalização para a criatividade e, mais, a possibilidade de sua delimitação a comportamentos observáveis?

Se as pesquisas anteriores esforçam-se na busca por uma padronização categórica da criatividade, o estudo de Montagna (2015), por sua vez, propõe um modelo de ordenação para a expressão da criatividade, cuja prescrição é da ordem da linearidade, que precisa obedecer fases de execução, parcelada em tarefas sequenciais, para desenvolver o produto de moda e melhor atender as necessidades dos usuários e da indústria.

Um segundo grupo de artigos foi reunido pela compreensão de criatividade por um viés sociológico, discorrendo sobre percursos criativos no campo da moda. Enquanto Cho (2009) e Colloredo-Mansfeld et al. (2012) detiveram-se sobre a particularidade das criações de um vestido e uma camisa, respectivamente, Tokatli (2011) percorreu a carreira de um estilista renomado.

Compreendendo a criatividade enquanto processo colaborativo que se encontra com a cultura e o repertório individual, Tokatli (2011) desenvolveu um estudo de caso sobre Marc Jacobs, estilista de reputação consolidada internacionalmente. Intrigada com o entendimento

explícito e incomum do estilista de que a criatividade na moda se trata de um processo social, a autora se propõe a discutir criatividade, relações de poder e indústria da moda.

Cho (2009) relata o próprio processo de criação de um vestido, inspirado em uma prática cultural coreana, o *dancheong*. Para a autora, a inspiração do designer, a qual ela define como um “sentimento primitivo”, provém do mundo circundante e a criatividade possibilita a reconstrução desses elementos do mundo, exibindo-se na singularidade materializada no objeto. Há, no entanto, uma certa contradição na compreensão de Cho (2009) acerca dos processos sociais que constituem a criação quando a autora correlaciona a compreensão do significado simbólico de uma prática cultural como o *dancheong* à reflexão de “sua verdadeira natureza” (CHO, 2009, p. 501, tradução nossa), como se houvesse uma essência do fenômeno.

Das glórias individuais e processos sociais que o debate da criatividade instiga, o artigo de Colloredo-Mansfeld et al. (2012) logrou discutir o entre. Percorrendo a origem das ideias e habilidades embutidas na criação da camisa vestida por Rafael Correa, ex-presidente do Equador, na cerimônia de posse de seu primeiro mandato, os autores problematizaram a propriedade da originalidade da criação de trabalhos cujas raízes encontram uma herança cultural compartilhada. Cuidadosamente bordada com símbolos pré-colombianos, a camisa ganhou atenção internacional, levando Correa, inclusive, a presentear a autoridades, como Bill Clinton, Hugo Chavez e Lula da Silva. Três mulheres não indígenas equatorianas participaram diretamente da criação e confecção da peça: uma designer de moda e professora universitária, uma proprietária de empresa de vestuário e uma bordadeira.

Alicia Cisneros, a designer, firmou-se no direito de propriedade intelectual de sua criação: a essência da camisa estava no seu trabalho de recuperação dos símbolos ancestrais, dizendo “Eu trouxe essa ideia à vida. Eu criei uma identidade entre o presidente da república e as raízes ancestrais da nação” (COLLOREDO-MANSFELD et al., 2012, pp. 282, tradução nossa). Já Sandra Meza, a empresária, defendeu uma perspectiva coletiva e compartilhada das tradições equatorianas; para ela, as criações são públicas e “a cópia é o objetivo” (COLLOREDO-MANSFELD et al., 2012, p. 286, tradução nossa). E Teresa Casa, a bordadeira, por sua vez, ressaltou-a como produto do patrimônio histórico de sua comunidade: “A camisa representa os anos de trabalho e a qualidade de Zuleta. A honra pertence à Zuleta; a habilidade é das mulheres de Zuleta.” (COLLOREDO-MANSFELD et al., 2012, p. 287, tradução nossa).

Dito de outro modo, subjaziam a tais disputas noções diferentes acerca de criatividade e criação e, sobre cada entendimento, um caminho de defesa acerca da autoria e dos direitos de propriedade e, conseqüentemente, de exploração do conjunto simbólico-material que se constituiu na e pela camisa de Rafael Correa. Enquanto a designer resguardava-se na noção da individualidade de sua criatividade e do produto criado, Meza e Casa compartilhavam uma perspectiva processual e coletiva da criatividade.

No terceiro grupo de artigos, encontra-se a noção de criatividade amalgamada às suas raízes sociais ao mesmo tempo em que é relacionada à ideia de inovação, por vezes, à criação de tendências ou, ainda, tensionada em seus polos: originalidade, cópia e imitação. Em outros momentos, foram ressaltadas as dinâmicas regionais e suas influências na atividade criativa de designers de moda, e em suas possibilidades de exercer a criatividade.

Rantisi (2002) centraliza a ideia de inovação em seu trabalho ao abordar o “sistema de inovação” do *Garment District*, bairro de Nova Iorque que concentra grande parte da indústria de vestuário feminino dos Estados Unidos, principalmente marcas de luxo. A autora evidencia como a manutenção do sucesso de inovação desta região é dependente de sua abertura às novidades apresentadas pelo miolo criativo e cultural de outra comunidade vizinha que possui processos criativos e produtivos distintos, promovendo um dinamismo continuamente renovador.

O fundamento espacial da atividade criativa, isto é, uma base de conhecimento local compartilhada para o processo de design, também é adotado nos estudos de Rieple et al (2015) e Brydges (2018). Ao investigarem designers de moda independentes ingleses e canadenses, respectivamente, ambos estudos evidenciam como a proximidade geográfica a redes de produção locais, entre pares, em relação a consumidores e a um meio culturalmente efervescente agregam valor estratégico à criação. Nas palavras de um dos entrevistados: “Não é suficiente ser o designer mais criativo da indústria. Você está competindo com a Zara, que emprega milhares de designers” (BRYDGES, 2018, p. 2018, tradução nossa).

O estudo de Paolo Volonté (2012) conectou análise geográfica e sociológica da criatividade e, comparando seus achados com estudos semelhantes realizados em Londres, Hong Kong e Holanda, o autor se deparou com um debate travado dentro do próprio campo: se criar roupas é arte ou não. Nessa disputa, duas concepções de criatividade emergem, tensionadas entre si: inovação radical e inovação incremental. Por um lado, inovar radicalmente vincula-se ao mundo artístico do estilista-celebridade que se aventura em

experimentações “livres e divertidas”, sem amarras mercadológicas, comandando a renovação cíclica das tendências da moda e o desfile de roupas que ninguém efetivamente usará. De outro, inovação incremental relaciona-se a uma “criatividade prudente”. Quando a atividade aproxima-se da necessidade de ser uma fonte rentável, é preciso produzir inovação que não seja “revolucionária”, que privilegie as dimensões do corpo e o oferecimento de opções ao consumidor, e isso não é arte.

O autor, assim, evidencia uma dicotomia presente no campo: a identificação do mundo artístico a uma forma pura de criatividade, associada à livre expressão e exploração investigativa, à autoralidade e originalidade, desatrelada de interesses comerciais, sendo que quem pode praticá-la é considerado artista. Em contraposição, quando a criatividade não resulta em algo absolutamente novo ou quando é percebida circunscrita a certos limites, mesmo que sejam qualidades essenciais de usabilidade, por exemplo, a “qualidade” de artista não lhes pode ser imputada, a criatividade se torna um “incremento”: “Nós não somos artistas. (...) Artistas foram os criadores originais da moda” (VOLONTÉ, 2012, p. 420, tradução nossa).

No extremo oposto, Ayres (2017) contrapõe criatividade à cópia. Se a criatividade é exercitada em um processo criativo “íntegro”, aquele no qual há esforço coletivo e colaborativo, que se inicia a partir de uma inspiração, é resultado de ampla pesquisa, tempo e orçamento e resulta em uma inovação, uma peça de vestimenta replicada de outra “era considerada apenas isso: uma cópia, não um design original” (AYRES, 2017, p. 158, tradução nossa).

Diversamente, Calíope e Silva Filho (2016, p. 134) afirmam que a imitação induz à inovação, pois “a criatividade é utilizada para criar em cima do que é imitado”. Ao pesquisarem o processo de criação e confecção empregado por empresas de modinha¹² da Feira José Avelino, no Ceará, os autores explicitam a utilização de diversas estratégias de inovação, dentre elas a imitação criativa (cópia de produtos com pequenas alterações), para se manterem competitivas.

Modificação legítima. Assim também pode ser compreendida a imitação criativa. É essa a definição que Hoppe (2019) encontra em sua pesquisa para o que se denomina “*tweak*”: prática administrativa empregada por companhias, sobretudo, asiáticas, fornecedoras de

12 O termo modinha refere-se ao vestuário voltado para o consumo de massa, produzido com rapidez, em qualidade e preço baixos, geralmente, resultado de cópia de modelos expostos em desfiles, televisão e revistas.

vestuário para marcas ocidentais. Trata-se de um processo de modificação estética dos designs, como mudanças pequenas na modelagem, troca de tecido ou da padronagem, cujo alvo é alcançar o/a consumidor/a. Durante a negociação entre marcas e fornecedores, revela o autor, as primeiras requisitam *tweaks* a fim de “evitar repercussões legais e manter distinção ideal dentro do mercado” (HOPPE, 2019, p. 2, tradução nossa). Nesse sentido, se a cópia é condenável, a prática do *tweak* abre uma brecha jurídica, forja-se legítima e encontra alguma ética em um mundo, o da moda, que é governado pelo princípio da “livre apropriação”.

3.2 *Made in Canada* x *Made in India*: a criatividade e o sistema de moda

Embora as relações entre conceitos de criatividade e sistema de moda já tenham sido previamente introduzidas, este tópico se dedica ao aprofundamento da questão, retratando as significações imputadas à criatividade quando operada pela dinâmica do sistema capitalista de moda e possíveis de serem identificadas nos artigos selecionados.

Com este olhar, quatro temas guiaram a discussão: a perspectiva individual da criatividade e suas relações com o sistema de moda, tensionando como este assume e (re)produz o *sistema estilístico* que o viabiliza (AYRES, 2017; HOPPE, 2019; TOKATLI, 2011; CALÍOPE, SILVA FILHO, 2016; COLLOREDO-MANSFELD et al, 2012); a defesa desse *sistema estilístico* acompanhada da descontextualização do trabalho daquele/a que cria roupas (ABRUDAN et al, 2020; HOGAN et al, 2018; KARPOVA; MARCKETTI; KAMM, 2013; MONTAGNA, 2015); caminhos alternativos à criatividade diante do sistema de moda (CHO, 2009; CORREA, 2016); e, por último, uma abordagem geográfica da criatividade, viabilizada pelo nível globalizado da indústria da moda (BRYDGES, 2018; RANTISI, 2012; RIEPLE et al, 2015; VOLONTÉ, 2012; TOKATLI, 2011). Vale ressaltar que a produção de Tokatli (2011) esteve presente em duas discussões em virtude da relevância de suas contribuições para a densidade procurada na tessitura dos debates.

O exercício da moda não seria o mesmo se fosse movido por ideias outras que não a crença no “brilhantismo artístico” de estilistas-celebridade. Uma “ficção útil”, nas palavras de Hoppe (2019, p. 2, tradução nossa). O artigo de Jennifer Ayres (2017) aborda justamente essa questão ao investigar as relações entre apropriação e inspiração nos processos criativos praticados pela indústria da moda localizada no *Garment District*, em Nova Iorque. Enquanto

a autora escancara práticas de cópia, exploração trabalhista e roubo de designs entre funcionários da mesma ou da empresa concorrente, a crença da originalidade criadora individual predominante no sistema de moda é problematizada.

O que está em jogo, de acordo com Ayres (2017), é a própria divisão internacional do trabalho e o sistema de moda enquanto parte dele: a dinâmica do privilégio da atividade artística de criação executada nos centros metropolitanos globais às custas do trabalho manual mal pago de setores da cadeia produtiva em países pobres é replicada dentro das próprias áreas de criação em empresas de moda. A imagem do glamour artístico do estilista fica preservada pela aparência de originalidade que suas criações lhe conferem, enquanto estagiários e designers assistentes são submetidos a tarefas burocráticas, formas laborais injustas e acobertamento de práticas questionáveis, como relata uma entrevistada sobre um episódio em que foi coagida a comprar um modelo da concorrência, copiar o design e depois devolvê-lo para receber o reembolso.

As relações entre criatividade e poder constitutivas do sistema estilístico de moda capitalista também foram evidenciadas no estudo de Nebahat Tokatli (2011). Marc Jacobs conecta a enfática narrativa da criatividade individual a um posicionamento ultrapassado da "velha escola" e afirma que o processo de design envolve o trabalho de muitas pessoas em conjunto e é, inevitavelmente, produto de referências a criações anteriores. Essa defesa crítica também apoiou o estilista quando recebeu acusações de plágio de criações de outros designers. Contudo, desfaleceu no minuto em que seus artigos, como as bolsas Louis Vuitton, marca da qual foi diretor criativo por anos, foram copiados por manufaturas chinesas. Nesse sentido, o estudo mostra que a originalidade do produto criado clamada pelas vias legais dos direitos autorais torna-se mais uma evidência de que o crédito da criação é um instrumento subserviente a interesses comerciais de conglomerados e marcas de moda.

É tênue, como apontam os trabalhos de Ayres (2017), Hoppe (2019) e Tokatli (2011), o limite entre inspiração e cópia e a validação do argumento parece oscilar conforme a posição hierárquica ocupada nas relações de poder em jogo na esteira da indústria da moda. Há, enfatiza Hoppe (2019, p. 6, tradução nossa), "limites para a licença artística". Mesmo que os setores criativos de empresas asiáticas encarreguem-se pela média de sessenta por cento dos desenhos de peças vendidas às marcas ocidentais, a atribuição da criatividade autoral permanece cruzando o Atlântico: o único crédito que companhias exportadoras recebem é uma etiqueta com "*Made in India*" (HOPPE, 2019, p. 8). A autorização moral que a licença

artística chancela para performar criatividade restringe-se às capitais globais da moda ocidentais, representadas por seus conglomerados e designers, ainda que estes sustentem-se pela atuação invisível dos designers que trabalham do outro lado do globo. Em outras palavras, a crença na genialidade criadora do estilista e a estrutura da divisão global do trabalho operante no sistema de moda capitalista andam de mãos dadas em favor de interesses econômicos e simbólicos da indústria da moda.

Por outro lado, a produção de Calíope e Silva Filho (2016) afirmam que a imitação é estratégia predominante na indústria da moda por se tratar de método simples e de baixo custo, enquanto a diferenciação por inovação constante é um mecanismo de proteção de marcas e grifes. Essa rota de mão única defendida pelos autores, no entanto, conflitua com os achados de Tokatli (2011) e Ayres (2017), apresentando as estratégias de imitação e inovação mais imbricadas às lógicas do lucro que do glamour e inervadas por todo o sistema.

Mas não só isso. Colloredo-Mansfeld et al (2012) ampliam os contornos limítrofes da licença artística e esbarram na questão da propriedade intelectual. A camisa de Rafael Correa, ao mesmo tempo em que emerge de bens comuns culturais, tornou-se recurso de consolidação de sua imagem presidencial; o item alçou significação simbólica de poder e status, circunscrita às autoridades e inacessível ao guarda-roupa das pessoas “comuns”. O único meio da/o cidadã/o comum acessar a camisa seria pela aquisição de cópias baratas no mercado de artesanato popular indígena de *Otavaleño*, comunidade tradicionalmente ligada ao trabalho têxtil. A detenção da autoria da criação, nesse caso, entrelaça interesses comerciais, tradições culturais, políticas neoliberais de concepção e apropriação de trabalho artístico, imagem política, poder e riqueza.

Mesmo com tantas formas de denunciar práticas tão corriqueiras quanto abusivas e desiguais operantes na indústria da moda, a naturalização de suas lógicas ainda persiste em trabalhos como os de Abrudan et al (2020), Hogan et al. (2018), Karpova et al. (2013) e Montagna (2015). Neste, a metodologia de desenvolvimento de produto apresentada no artigo pretende-se tão ampla quanto o são as cadeias criativas e produtivas da moda. Nos outros três estudos, a descontextualização do trabalho do designer estende-se à percepção do sistema de moda que apresentam: de que serve a informação de que um grupo de designers de moda pensa que a criatividade está no DNA ou não de uma pessoa (KARPOVA; MARCKETTI; KAMM, 2013, p. 164) se tais pontos de vista não são vinculados às condições de trabalho desses profissionais e à dinâmica do sistema de moda?

Contra-pondo-se a formulações da criatividade e tensionando lógicas da moda, Correa (2016) sustenta que é apenas “fora” desse sistema, atuando como designer independente, que o/a criador/a pode dispor “livremente” de sua criatividade. E Cho (2009), por sua vez, sugere que apenas a interpretação da cultura tradicional imputa valor e significado social ao objeto projetado. Não se pode, contudo, apoiar numa premissa de neutralidade do resultado da criação; todo produto criado pelo/a designer é um agregado cultural, mesmo que não seja fruto de uma referência ancestral, mesmo que esteja conectado simbolicamente a estilos preconizados pelas correntes de tendência hegemônicas, por exemplo.

Dos cinco artigos analisados que se apoiaram em perspectivas geográficas da criatividade, quatro detiveram-se sobre as “capitais da moda”. Ainda que o sistema de moda tenha se espalhado pelo mundo todo, Paris, Nova Iorque, Milão, Londres e Tóquio mantém o comando dessa engrenagem e atraem o interesse de pesquisadores acerca de seu funcionamento enquanto centros de produção criativa. Rieple et al (2015) e Tokatli (2011) associam o amplo reconhecimento externo dessas cidades enquanto “*clusters* criativos” à capacidade local de conferir contextos estéticos à produção de significado simbólico, ou seja, devido a suas dimensões culturais inspiradoras de certo fetiche. E Paris, especificamente, sediando as corporações da moda mais poderosas, atrai e concentra recém-graduados das escolas de moda mais reconhecidas do mundo que, por sua vez, retroalimentam o potencial criativo cidadão.

Tokatli (2011) observa que Marc Jacobs mora em Paris, gerencia sua marca sediada em Nova Iorque, realiza parcerias criativas com artistas de diversos países, como Japão, e vende seus produtos para o mundo todo. Através do caso desse estilista, a autora visibiliza como a dinâmica local-global opera tanto na cadeia produtiva quanto na cadeia criativa da moda. Já Rantisi (2002) visibiliza a dinâmica local-local através do fluxo geográfico da criatividade de um bairro a outro de Nova Iorque, da “experimentação” à massificação e, ao mesmo tempo, do estímulo reflexivo da criatividade na região como um todo. O *Lower East Side* atraiu trabalhadores do meio cultural, principalmente imigrantes, por ser acessível em termos de custos, concentrando maior diversidade social e cultural. Tornando-se “rica fonte de inspiração” (RANTISI, 2002, p. 598, tradução nossa), os designers das empresas localizadas no *Garment District* visitam-no e chegam a comprar modelos regularmente: “podemos pegar emprestado o estilo geral, mas alteramos o tecido e mudamos o corte para que se encaixe no gosto da nossa clientela e ainda possa ser vendido a um preço acessível”, relata um designer

do bairro industrial (RANTISI, 2002, p. 598, tradução nossa).

Às diferentes características de criação, produção e produto de moda que singularizam as dinâmicas local-local e local-global destes aglomerados criativos, Volonté (2012) salienta que as especificidades sociais e culturais, como gênero, classe e cultura natal, marcam a diversidade de perfis e posições que designers de moda podem ocupar e a elas se conectam as possibilidades de criatividade, de atividade criativa e, conseqüentemente, seus produtos. Por exemplo, diferentes visões sobre “mulher” resultam em escolhas estilísticas distintas ou, ainda, uma formação mais ligada ao campo artístico pode favorecer trajetórias profissionais que valorizem o trabalho autônomo e demandem reconhecimento da criatividade em níveis individuais.

A investigação de Brydges (2018) aponta uma tendência de designers de moda canadenses à escolha pelo “*Made in Canada*”, que não se enquadram na produção de marcas de luxo ou de baixo custo manufaturada em países asiáticos, mas garante um espaço no qual competem e coexistem com esse sistema na era hiper-globalizada. Através do fortalecimento da indústria de moda doméstica, congregam a valorização de relações justas e saudáveis ao longo de todos os elos da cadeia produtiva, princípios outros à efemeridade e sazonalidade para empregar a criatividade na criação das peças e um compromisso de conscientização do consumidor quanto à qualidade, durabilidade, consumismo e estilo de vida.

Neste ponto, é possível levantar uma reflexão suscitada ao longo de todo o exposto e que culmina com as contribuições deste último estudo. Entre “*Made in Canada*” e “*Made in India*”, depara-se com um paradigma estruturante do sistema de moda. O Canadá, assim como outros países desenvolvidos, ainda que não pertença à lista das capitais mundiais da moda, usufrui de uma posição privilegiada na trama econômico-política mundial, condicionante tanto da possibilidade de existência quanto do valor criativo, simbólico e material imbuído em sua etiqueta “*Made in Canada*”. Enquanto o “*Made in India*” representa trabalhadores explorados, roupas de baixa qualidade e poluição ambiental, o “*Made in Canada*” pode ostentar legitimidade para performar criatividade, ser reconhecido por seus atores da indústria criativa e não se submeter ao jogo da moda predominante.

3.3 Criatividade e capitalismo

Este último tópico emergiu do encontro com artigos que defenderam a importância crescente que a criatividade vem adquirindo para garantir vantagem competitiva e sucesso comercial dentre as empresas no século XXI. Enquanto alguns artigos apresentaram tal preocupação mais explicitamente (ABRUDAN et al, 2020; HOGAN et al, 2018; KARPOVA; MARCKETTI; KAMM, 2013; MONTAGNA, 2015), a compreensão de que o potencial criativo é explorado para aumentar o valor econômico de qualquer setor de atividade hoje e, principalmente, das indústrias criativas, está incutida nos demais estudos. Por meio destes, a questão da inovação (CALÍOPE; SILVA FILHO, 2016; RANTISI, 2012; RIEPLE et al., 2015; VOLONTÉ, 2012), as práticas criativas exploradas pela indústria da moda (AYRES, 2017; HOPPE, 2019; TOKATLI, 2011) e posicionamentos alternativos a estas (BRYDGES, 2018; CHO, 2009; CORREA, 2016; COLLOREDO-MANSFELD, 2012) puderam ser problematizados e guiaram o debate que se segue.

Não foi ao acaso que este artigo iniciou em diálogo com Gilles Lipovetsky e compondo um panorama atualizado da aliança entre capitalismo e arte, entre economia e estética criativa, entre processo produtivo e atividade criadora. Considerando-se o tempo de hibridização estrutural entre economia e arte, é na atividade de trabalhadores da indústria criativa e, neste caso, da moda em que a tensão constituída pelo peso das lógicas mercantis no mundo artístico fica exacerbada.

Nessa integração da dimensão sensível à dimensão comercial prospera outro paradigma de criação de valor: outrora assentado na informação e no conhecimento, agora é a vez da inovação e da ascensão do “capital imaterial” ou “capital humano” ou “capital simbólico” como trunfo de geração de riqueza. Essencialmente caro à moda, o termo inovação¹³ traduz a versão capitalista da criatividade. Inovação é a criatividade guiada pela economia. E é nesse sentido que é encontrada, em oito artigos, a ideia da inovação ou como equivalente ou substituindo a noção de criatividade. A produção de Rantisi (2002), por exemplo, relaciona inovação com a capacidade de explorar mais criativa e consistentemente os aspectos simbólicos inscritos nos produtos. Já o estudo de Rieple et al (2015) sugere que a produção de inovação, de geração de capital simbólico (medido, por exemplo, através da

13 Mancebo, Silva Júnior e Schugurensky (2016) argumentam que a inovação é vista como elemento central no desenvolvimento econômico e está diretamente relacionada ao setor privado, o que a leva, por consequência, a ser o objetivo principal das atividades de ciência e pesquisa, onde antes era vista como aspecto ocasional.

quantidade de seguidores em redes sociais e presença na imprensa especializada) e, conseqüentemente, econômico condicionam-se ao posicionamento do designer em relação ao sistema de moda (lançador de tendência, imitador, dentre outros), bem como às relações estabelecidas com os recursos sociais e culturais locais. E Volonté (2012, p. 424, tradução nossa), por sua vez, afirma que o trabalho do/a designer de moda cumpre uma função social essencial, qual seja a “inovação constante da paisagem cultural”. Dentre conceitualizações de inovação radical e inovação incremental que o autor distingue, as possibilidades criativas do designer de moda podem ser introduzidas por suas próprias palavras: “a criatividade do designer é inútil se não for restringida por limites que a conferem valor” (VOLONTÉ, 2012, p. 417, tradução nossa).

E o imperativo da “inovação” comanda não só a cadeia criativa como também a cadeia produtiva. No mundo da efemeridade generalizada, inovação é questão de sobrevivência: permanece quem reage antes dos concorrentes, como apontam Calíope e Silva Filho (2016). Não basta diferenciar-se na apresentação das novidades, é preciso acelerar sua produção e antecipar a colocação desses novos produtos no mercado.

Fundadas nesta ordem produtiva inovadora, pesquisas interessam-se por estudar métodos para estimular a criatividade, facilitar os processos de criação, conhecer seus elementos inibidores, ordenar e sistematizar a atividade criativa, traduzir a criação em comportamentos observáveis ou elencar traços e características pessoais preditoras de capacidade criativa (ABRUDAN et al, 2020; HOGAN et al, 2018; KARPOVA; MARCKETTI; KAMM, 2013; MOTAGNA, 2015).

A conceituação de criatividade apresentada em Abrudan et al. (2020, p. 246, tradução nossa) contribui neste debate: “o conceito de criatividade é associado com a habilidade de fazer conexões únicas, a emergência de novos produtos”. Criar, aqui, destina-se a uma finalidade específica: a capacidade de conceber produtos que, por sua vez, possam ser comercializados. É o interesse financeiro, a geração de lucro que confere validade ao que é atividade criadora; a potência criativa humana, nestes termos, fica subjugada à garantia de um lugar na corrida comercial e, assim, pode ser avaliada nos termos de sua produtividade.

Precisamente nessa tensão, estudos que se detiveram sobre a ocupação de designers dentro de empresas e indústrias (AYRES, 2017; CALÍOPE; SILVA FILHO, 2016; HOPPE, 2019; RANTISI, 2012; TOKATLI, 2011) indicam como a criatividade vem sendo penhorada nestes contextos: circunscrita aos modelos desfilados nas passarelas, ao *mood* antecipado dos

prognosticadores de tendência e, principalmente, às amostras da concorrência, ela trabalha a favor do capital com dedicação exclusiva. É tão certa a existência de um esforço criativo mesmo em práticas “ensaiadas” de *tweak*, imitação criativa, inspiração homenageadora e livre apropriação como é certo o cercado que circunscreve a sua existência.

E quando se tratam de estilistas posicionados no topo da cadeia hierárquica criativa da moda, como Marc Jacobs, Tokatli (2011) também mostra que conglomerados de moda se aproveitam da aura criativa resplandecente de cidades como Paris e Nova Iorque personificadas em celebridades como ele e beneficiam-se triplamente: da capacidade criativa investida na figura do estilista, do “brilho” cultural destes centros urbanos e do mascaramento do gerenciamento e fluxo de capital em escala global. Trânsito de produtos e criatividades que se tornam essenciais à manutenção e reprodução de suas estratégias produtivas e lucrativas.

Por ângulos e argumentações distintas, Brydges (2018), Cho (2009), Correa (2016) e Colloredo-Mansfeld et al (2012) manifestam-se contrários a essas formas de apropriação e exploração da atividade criativa pelos processos de racionalização industrial ao identificarem a posição profissional do designer de moda independente como uma alternativa à indústria massificada da moda. Também, podem configurar explicitamente uma recusa às “marcas corporativas”, como o próprio Rafael Correa afirma (COLLOREDO-MANSFELD et al., 2012, p. 282). Uma recusa à lógica das tendências combinada ao desejo de vestir algo nacionalmente distinto que trouxe à tona a criatividade empregada pela realidade prática de três mulheres e a maneira pela qual os bens comuns culturais vivificam-na singularmente em comunidades têxteis e artesanais, dinamizadas pela lógica neoliberal, como meio de vida.

4. Considerações finais

A análise da produção científica publicada na forma de artigos que dialogam com o trabalho de criadores do campo da moda possibilitou depreender algumas questões importantes sobre o tema e as diferentes perspectivas em voga para sua compreensão.

Embora tenha sido inicialmente encontrado um expressivo número de trabalhos a partir dos critérios de busca (somente artigos, nos idiomas inglês, espanhol e português, e sem filtro de período de publicação), a leitura inicial dos resumos e a exclusão de duplicadas resultou na diminuição significativa de trabalhos a serem analisados. A leitura integral, por

sua vez, resultou em um pequeno, porém, significativo número de trabalhos, os quais possibilitaram compreender o modo como a questão da criatividade em moda, considerando as tensões que caracterizam os processos de criação, produção e circulação de seus produtos, vem sendo considerada.

Chama a atenção o fato de que ainda se apresenta, nos estudos sobre moda, uma compreensão de criatividade a partir de uma perspectiva individualista, remetendo-a a características inatas ou a traços de personalidade. Estudos no campo da psicologia vem há tempos problematizando essa perspectiva, afirmando a inexorável relação entre criatividade e condições sociais de desenvolvimento, condições essas constitutivas da subjetividade e das possibilidades de cada pessoa (MAHEIRIE et al. 2015; PINO, 2016). Talvez campos do conhecimento originadores dos estudos analisados que não necessariamente dialogam com os avanços do campo psicológico sobre as questões da criatividade e criação possa justificar a presença de perspectivas ainda assentes na ideia de uma criatividade interior.

De outro modo, quando os conceitos de criatividade se ajustam ao contexto da moda, a defesa de concepções que a isolam do social ultrapassa possíveis desatualizações entre os campos de saberes e se estende por sentidos outros. Os artigos que a empregaram ausentando-se de um juízo crítico apontam a extensão que essa crença alcança: reproduz-se inclusive no meio acadêmico, transformando posturas e convicções de pessoas da moda em estratégias genéricas de otimização e observação da criatividade apenas porque são da moda, isto é, inerentemente criativas.

Revestida pelo sistema de moda, a criatividade ganha a roupagem do glamour artístico e resplandece seu brilho ofuscando as mãos magras, sujas e cansadas que, coletivamente, inspiraram, desenharam e costuraram seu traje cintilante. No topo da cadeira criativa ou no topo do jogo político internacional, a criatividade credita quem tem poder, econômico e simbólico. Quando o “*Made in Canada*” não é a mesma coisa que o “*Made in India*”, criar é poder. O crédito da criação é poder. A possibilidade de criar é poder. Poder e dinheiro.

Merece atenção o fato de que um terço dos artigos levantados empreenderam uma análise geográfica de seus respectivos temas na intenção de abarcar a complexidade característica do sistema de moda. Se é possível encontrar no alto nível de globalização desse sistema a justificativa dessa opção analítica, ao mesmo tempo, desvelam a estrutura geograficamente hierárquica que concentra as principais posições com poder de decisão, diferentemente de alguma identificação das “capitais da moda” como lugares dotados de certo

“caráter autêntico”, como parecem sugerir alguns estudos. Toda produção material, a princípio, está conectada ao seu ambiente cultural, não se trata de que Paris é mais capaz de vincular sua cultura local com o potencial criativo de seus artistas, mas de que tais cidades ocupam posições hierárquicas superiores e exercem seus poderes através de monopólios para sobrepor suas culturas a outras culturas, para que suas produções circulem midiática e materialmente de forma hegemônica por todo o globo. E, aí sim, pode-se ter uma noção mais aproximada das razões pelas quais essas cidades atraem profissionais a buscarem oportunidades para suas carreiras: são centros formadores e difusores de gostos e estilos de vida em escala planetária.

Tendo em vista as especificidades sociais, culturais, econômicas e políticas que marcam o exercício dessa profissão, sinaliza-se a necessidade de investimento em pesquisas voltadas a essa temática para além das capitais da moda. O potencial conhecimento a advir pode somar na compreensão das dinâmicas locais e global e seus desdobramentos para a configuração das condições da atividade criativa e de produção neste campo.

Por fim, sendo este estudo uma revisão sistemática, considera-se uma limitação o fato de 10 artigos não terem sido analisados por não estarem disponíveis gratuitamente. Faz-se especial consideração à necessidade de se disponibilizar o acesso gratuito às pesquisas acadêmicas, condição para a promoção de um horizonte comum de alcance e avanço de conhecimento e diálogos interdisciplinares de maneira igualitária. Apesar dessa limitação, os trabalhos disponíveis possibilitaram um encontro com a variedade de concepções e abordagens que conferem sentido à criatividade e à atividade do profissional da moda. O modo como a criatividade no campo da moda vem sendo abordada academicamente reverbera uma atenção à dimensão ético-política que está em jogo quando uma concepção ou outra de criatividade é defendida. Extrapolado esse âmbito, sinaliza quais interesses estão imbricados quando estendemos sua compreensão ao funcionamento do sistema da moda em sua versão hipercapitalista, conotando corriqueiramente sentidos e conformando subjetividades.

Referências

ABRUDAN, D. B. et al. The challenge of young Romanian designers: creativity in business. *Ind Text*, v. 71, n. 3, p. 245-251, 2020. Disponível em: <<http://revistaindustriatextila.ro/>>. Acesso em: 08 dez. 2020.

ACOM, A. C.; MORAES, D. R.. O campo acadêmico da Moda como território interdisciplinar. *Revista D.: Design, Educação, Sociedade e Sustentabilidade.*, v. 9, n. 2, p. 3-23, 2017.

AYRES, Jennifer. Inspiration or prototype? Appropriation and exploitation in the fashion industry. *Fashion, Style & Popular Culture*, [S.L.], v. 4, n. 2, p. 151-165, 1 mar. 2017. Intellect. Disponível em: <<https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85046103464&doi=10.1386>>. Acesso em: 08 dez. 2020.

BRYDGES, Taylor. "Made in Canada": Local production networks in the Canadian fashion industry. *The Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, v. 62, n. 2, p. 238-249, 2018. Disponível em: <<https://www.scopus.com/record/display.ur>>. Acesso em: 08 dez. 2020.

CALÍOPE, T. S.; DA SILVA FILHO, J. C. L.. Imitação e inovação na moda: mapeando o processo criativo no segmento de "modinha" em uma feira regional. *International Journal of Innovation*, v. 4, n. 2, p. 119-139, 2016. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es>>. Acesso em: 08 dez. 2020.

CARP, M.; POPP, A.. The influence of traditional art in the current fashion design. *De Redactie*, p. 9, 2013.

CHO, K.. Cultural Practice as a Methodology for a Fashion Designer's Self-Expression and a New Design Possibility. *Family And Consumer Sciences Research Journal*, [S.L.], v. 37, n. 4, p. 489-503, 2009. Wiley. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1177/1077727X09333166>. Acesso em: 08 dez. 2020.

COLLOREDO-MANSFELD, R.; MANTILLA, P.; ANTROSIO, J.. Rafael Correa's Multicolored Dream Shirt: commerce, creativity, and national identity in post-neoliberal ecuador. *Latin American And Caribbean Ethnic Studies*, [S.L.], v. 7, n. 3, p. 275-294, nov. 2012. Disponível em: <<https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-84868553674&doi=10.1080%2f17442222.2012.723907>>. Acesso em: 08 dez. 2020.

CORREA, María Eugenia. 'Con sello propio': singularidad e innovación en casos de emprendimientos autogestionados de diseño de indumentaria en la ciudad de Buenos Aires. *Trab. soc.*, Santiago del Estero, n. 26, p. 23-33, jun. 2016. Disponível em: <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1514-68712016000100002&lng=es&nrm=iso>. Acesso em: 10 dez. 2020.

COSTA, A. B. et al. Construção de uma escala para avaliar a qualidade metodológica de revisões sistemáticas. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 20, n. 8, p. 2441-2452, 2015.

GIUSTI, Nicoletta. Art works: organizar el trabajo creativo en la moda y en el arte. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, n. 44, p. 175-184, 2013.

Disponível em: <http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n44/n44a16.pdf>. Acesso em: 08 dez. 2020.

GUROVA, O.; MOROZOVA, D.. Creative precarity? Young fashion designers as entrepreneurs in Russia. *Cultural studies*, v. 32, n. 5, p. 704-726, 2018. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09502386.2018.1428646>. Acesso em: 08 dez. 2020.

HOGAN, J. et al. Looking at the process: Examining creative and artistic thinking in fashion designers on a reality television show. *Frontiers in Psychology*, p. 2-8, 2018. Disponível em: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2018.02008/full>. Acesso em: 08 dez. 2020.

HOPPE, A. D. License to tweak: Artistic license at first-tier Indian apparel suppliers. *Poetics*, v. 76, p. 101365, 2019. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0304422X18302572>. Acesso em: 08 dez. 2020.

KARPOVA, E.; MARCKETTI, S.; KAMM, C.. Fashion industry professionals' viewpoints on creative traits and, strategies for creativity development. *Thinking Skills and Creativity*, v. 10, p. 159-167, 2013. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1871187113000576>. Acesso em: 08 dez. 2020.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Editora Companhia das Letras, 2009.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J.. A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista. Editora Companhia das Letras, 2015.

MAHEIRIE, K. et al. Imaginação e processos de criação na perspectiva histórico-cultural: análise de uma experiência. *Estudos de Psicologia, Campinas*, v. 32, n. 1, p. 49-61, 2015.

MCROBBIE, Angela. *British fashion design: Rag trade or image industry?* Routledge, 2003.

MESQUITA, C.; PRECIOSA, R.. Aberturas. In: _____. *Moda em Ziguezague: interface e conexões*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011. p. 9-11.

MONTAGNA, Gianni. Multi-dimensional consumers: fashion and human factors. *Procedia Manufacturing*, v. 3, p. 6550-6556, 2015.

PINO, Angel. A produção imaginária e a formação do sentido estético. *Reflexões úteis para uma educação humana. Pro-posições*, v. 17, n. 2, p. 47-69, 2006.

RANTISI, Norma M.. The local innovation system as a source of 'variety': openness and adaptability in New York City's garment district. *Regional Studies*, v. 36, n. 6, p. 587-602, 2002. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Norma-Rantisi/publication/24087652>. Acesso em: 08 dez. 2020.

RIEPLÉ, Alison et al. UK fashion designers working in micro-sized enterprises; attitudes to locational resources, their peers and the market. *Industry and innovation*, v. 22, n. 2, p. 147-

164, 2015. Disponível em: <<https://westminsterresearch.westminster.ac.uk>>. Acesso em: 09 dez. 2020.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. O ensino de história da moda no sul do país. *Revista de Ensino em Artes, Moda e Design*, v. 2, n. 2, p. 170-199.

SAURO, Clare. Digitized historic costume collections: Inspiring the future while preserving the past. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, v. 60, n. 9, p. 1939-1941, 2009.

SEGONDS, Frederic et al. Early stages of apparel design: how to define collaborative needs for PLM and fashion? *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, v. 7, n. 2, p. 105-114, 2014. Disponível em: <https://sam.ensam.eu/bitstream/handle/10985/9063/LCPI-IJFDTE-Segonds-2014.pdf?sequence=3&isAllowed=n>. Acesso em: 09 dez. 2020.

SVENDSEN, Lars. *Moda: uma filosofia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010. 223 p.

TOKATLI, Nebahat. Creative individuals, creative places: Marc Jacobs, New York and Paris. *International Journal of Urban and Regional Research*, v. 35, n. 6, p. 1256-1271, 2011. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j.1468-2427.2010>>. Acesso em: 09 dez. 2020.

UNO, R.; MATSUDA, E.; INDURKHYA, B.. Analyzing visual metaphor and metonymy to understand creativity in fashion. *Frontiers in psychology*, v. 9, p. 2527, 2019.

VOLONTÉ, Paolo. Social and Cultural Features of Fashion Design in Milan. *Fashion Theory*, [S.L.], v. 16, n. 4, p. 399-431, dez. 2012. Informa UK Limited. Disponível em: <<https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84868017213&doi=10.2752>>. Acesso em: 09 dez. 2020.

ARTIGO 2

A arte de Fernanda Yamamoto: tensionando e reinventando processos de criar e pesquisar em moda

RESUMO

A partir da experiência de imersão no ateliê de uma estilista brasileira reconhecida no mundo da moda, Fernanda Yamamoto, e a participação no processo de preparação de um desfile/exposição, o presente artigo discute o modo como se entrelaçaram os processos de criação naquele contexto e condições com o ato de pesquisar. As informações para a pesquisa foram coletadas no próprio processo de imersão no ateliê, via observações, conversas informais e entrevistas, as quais foram registradas em diário de campo. As análises fundamentaram-se na arquitetura bakhtiniana e buscaram compreender o dito em seus contextos imediatos e mais amplos, históricos e sociais, com vozes de variados tempos e espaços. Caracterizando-se o sistema de moda contemporâneo como um sistema complexo que responde às exigências de inovação em um mercado volátil e voraz, edificado pela tensa interação de variadas vozes sociais, a pesquisa possibilitou compreender e movimentar sentidos que entretecem o diálogo da produção de Fernanda Yamamoto com os campos da arte, da moda e da vida. Os resultados contribuem para tensionar a narrativa predominante sobre artistas e processos de criação e visibilizar histórias outras no campo da moda.

Palavras-chave: moda; arte; pesquisa; Fernanda Yamamoto; São Paulo Fashion Week.

1. Introdução

O ato de vestir contém uma singularidade unívoca. O conjunto corpo-roupa produz sentidos plurais na sinfonia polifônica da vida. Sentidos, contudo, são cunhados e marcados pelas tensões entre variadas vozes sociais que edificam o que conhecemos como moda, um sistema complexo que responde às exigências de inovação em um mercado volátil e voraz. Por que costurar uma peça a mais? Já não estamos fartas/os de produzir tantos artefatos vestíveis quanto nos mostram as montanhas de roupas descartadas ocupando o deserto do Atacama¹⁴ ou o lixão à beira-mar em Gana¹⁵?

Quando respondo que investigo moda a quem me pergunta sobre a temática da minha pesquisa¹⁶, as respostas à minha resposta acenam horizontes de sentidos plurais que o termo “moda” evoca. Algumas pessoas dizem “amar moda” seja porque gostam de costurar, acompanhar as tendências da moda ou expressar-se por meio das roupas; outras pedem que eu as faça ou desenhe alguma peça; há também quem manifeste curiosidade acerca da aproximação de algo que lhes soa tão ordinário à redoma cientificista ou aquelas/es que se isentam de comentários por não se sentirem “pertencentes à moda”. Marina Cunha (2020, p. 20), em sua tese de doutorado, relata semelhante experiência ao conversar com as pessoas sobre sua pesquisa, “como se cada pessoa vestida com quem conversei se sentisse um pouco pertencente a esse território têxtil”.

Se as concepções de moda circulam por noções e ações forjadas na cotidianidade de cada pessoa vestida, por suas práticas ambientalmente catastróficas ou discursos e aparências hegemonicamente operantes, deparo-me com a potencialidade do movimento de pesquisar e negociar a importância de um campo-tema¹⁷ transeunte entre saberes que contribuem à compreensão, de modo amplo, da moda como elemento entremeado à experiência social contemporânea e, mais especificamente, acerca de processos de criação desencadeados nessa área, articulados, nesta pesquisa, à experiência de participação no processo de preparação de um desfile/exposição através de imersão em um ateliê de uma estilista brasileira reconhecida no mundo da moda: Fernanda Yamamoto.

14 <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-60144656>

15 <https://www.bbc.com/portuguese/media-58911546>

16 O presente artigo é parte do resultado de pesquisa de mestrado sob o título “Tensões entre arte e sistema de moda: processos criativos de Fernanda Yamamoto”, na área de Psicologia Social e Cultura pertencente ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina.

17 Apoio-me no conceito de campo-tema apresentado por Peter Spink (2003, p. 28), segundo o qual o campo é um espaço criado na processualidade do pesquisar, não se fixa a um objeto, situação ou local, “é o argumento no qual estamos inseridos”.

Tensiono costurar esse campo-tema por/com linhas mais próximas às costuras manuais, tais como as empregadas na preparação das roupas produzidas para aquele desfile/exposição. E é também por isso que nelas reconheço dissidência: engato-as pelo desmanche das bordas, dentre rasgos e fiapos soltos que emperram mecanismos prontos.

Ainda que ela insista em voltar-se para a moda, esta peça-texto, no entanto, não tende à acumulação residual dos lixões porque não se faz pelo ápice das novidades, mas agrega restos, fragmentos que, em linhas de produção, seriam descartados. Poderia até, em um movimento de crítica-recusa-insurgência, renunciar à palavra moda e tratar de roupas, apropriando-me propositadamente de seus sentidos divergentes, já que moda e roupa não são equivalentes: da primeira, nos expõe Gilles Lipovetsky (2009; 2015) como uma lógica acoplada ao funcionamento do capitalismo hiper-financeirizado, quer dizer, termo que se expandiu da esfera do vestuário para nos propor compreensões sobre mecanismos de objetivação e subjetivação condicionantes de nossos modos de existência atuais; da segunda, as roupas, quando Giorgio Agamben (2011) discorre sobre nudez, ao mesmo tempo, nos fala da necessidade de cobrir o corpo, dele vestido. O filósofo remonta à gênese teológica cristã para articular a maneira pela qual a percepção da nudez está entranhada em nossa cultura por meio da construção da doutrina do pecado original: a transgressão de Adão e Eva à ordem divina despe-os do vestido de graça que os cobria passando de um estado de nudez sem vergonha para uma nudez que deve ser coberta. Se ser Deus é prescindir a veste, pois vive na suprema plenitude, o imperativo de cobrir o corpo designa nossa condição humana – estratégia teológica que imputa à nudez a percepção da natureza humana que perdeu a graça, uma natureza humana nua corrompida.

Ainda assim, prefiro insistir no termo. Moda. Porque prefiro movimentar outros sentidos. Desemperrá-la de um nó programado e percebê-la em fios soltos à qualquer tramatura. Se não, corro o risco de falar de roupas e a ideia de moda seguir estagnada.

A composição deste texto andarilha uma costura. Estendido o tecido nesta introdução, prossigo com a descrição do processo de enformar o texto na seção metodológica deste artigo. Tudo à mesa, percorro a tesoura pelo tecido disposto, criando com ela fragmentos colhidos da vivência com a equipe do ateliê de Fernanda Yamamoto. A união de tais pedaços faço, por sua vez, apoiando-me em táticas variadas de costura: técnica, narrativa, teoria, dialógica, com autores/as como Chimamanda Ngozi Adichie (2019), Mikhail Bakhtin (2011; 2020), Gilles Lipovetsky (2005; 2009; 2015), entre outros/as. Cativada pelo ato de costurar, monto e

finalizo uma “peça”, disposta, no entanto, a (des)costurar e (re)fazê-la pela condição de inacabamento inexorável amalgamada a qualquer roupa e a toda vida.

2. Os caminhos dessa feitura

Ao falar sobre meu lugar de costureira, mais do que um ímpeto analógico contíguo à investigação em moda, cuja temática nos leva com facilidade a estabelecer uma correlação moda-roupas-costura, encontro a possibilidade de fazer ver um outro modo de pesquisar, inventado pelas aberturas que a psicologia social crítica nos favorece e dialogado com as reflexões teórico-metodológicas desenvolvidas por Bakhtin e seu Círculo (Gunlanda, 2020; Machado; Zanella, 2019; Jobim e Souza; Albuquerque, 2012). A imagem evocada pela ação de costurar pode muito bem nos conectar às ações sutis de nosso cotidiano, à atividade inventiva, à pequenez da agulha e da linha, àquele ínfimo que passa despercebido pelos formatos positivistas do paradigma científico tradicional. Firmo-me, pois, costureira da vida à prática do pesquisar e produzir conhecimentos (Fonseca; Nascimento; Maraschin, 2012).

O material da costura que tenho em mãos é feito de “coisas grandes” e de ninharias, de restos de linhas e retalhos, de pequenas anotações e longas citações, de pessoas, de objetos vestíveis, de formações acadêmicas, de interesse teórico-investigativo, de rotina, de convivência cotidiana, de afecções, conversas, encontros e desencontros, de surpresas, acasos e estremecimentos, seguramente transformados pela experiência direcionadora desta escrita que marcou o envolvimento com o campo-tema criação em moda: as duas semanas de intensa atividade com a equipe do ateliê de Fernanda Yamamoto.

Encontro-me, assim, com densidades, gramaturas, lisuras e asperezas de diferentes elementos para esta tarefa de coser uma peça enformada em pesquisa escrita. Abraço tamanha diversidade montando recortes e encaixes que organizam e unificam o acontecimento da pesquisa, dão-lhe um acabamento estético. E, ao mesmo tempo, dizem de meu lugar de pesquisadora-autora; a forma pela qual percorro a tesoura pelas tramas, por onde as conecto e com quais pontos, expressa uma escolha de narrar e contar o mundo e, ao mesmo tempo, produzi-lo (Bakhtin, 2014; Spink, 2003).

Os caminhos que favoreceram a colheita dos materiais e a própria costura foram emoldurados pela condição sanitária do país. Em virtude da pandemia do COVID-19, os

meios virtuais de interação e comunicação intensificaram-se e transformaram a realização de muitas de nossas atividades cotidianas em versões remotas. Para a execução desta pesquisa, não seria diferente: a possibilidade de acompanhar criações em curso de Fernanda Yamamoto arrefeceu logo no início da pesquisa e passei a investigar maneiras de estudar seus processos criativos a partir de materiais disponíveis na internet, contando com a possibilidade (com sorte) de que ela aceitasse um convite para uma entrevista *online*.

Ocorre que fui surpreendida por aberturas. Ao entrar em contato, via *e-mail*, explicando sobre minha pesquisa e invitando-a para uma entrevista (remota ou presencial – com os cuidados necessários e já vacinada), Fernanda Yamamoto responde-me que estavam preparando um desfile para o São Paulo Fashion Week¹⁸ (SPFW), primeira edição presencial após dois anos, e me convidava a ir ao ateliê, localizado em São Paulo, para acompanhar.

Proposta irrecusável. Lá estive por 11 dias, entre 10 e 12 horas mergulhada no ateliê, até a data do desfile (19 de Novembro de 2021). O projeto em execução elaborava peças que vinham de longe: eram quimonos produzidos na Comunidade Yuba¹⁹, com saco de ração, por volta da década de 1960. Três quimonos originais foram rearranjados e outros sete construídos no ateliê, totalizando dez peças para o desfile. Trabalhei lado a lado com a sua equipe, composta por 12 pessoas: duas piloteiras, um coordenador de estilo e modelagem, duas modelistas, um cortador, dois vendedores, uma pessoa que realiza a organização geral dos espaços do ateliê e da loja física, um estilista, uma coordenadora e uma assistente de produção.

Logo na chegada, expliquei brevemente sobre a pesquisa que estava conduzindo e, conforme fui conversando com cada um/a, falava mais sobre meus estudos e também sobre o consentimento deles para sua realização. Todas/os aceitaram participar; assinaram o TCLE²⁰, concordando com a utilização e divulgação das informações e imagens colhidas ao longo da pesquisa e optaram pela identificação de seus nomes nas produções escritas (com exceção de uma interlocutora).

Em época de preparação de desfile, no entanto, o ateliê contrata mais gente, a circulação de pessoas é maior. Assim, as discussões tecidas neste estudo beneficiaram-se,

18 São Paulo Fashion Week é um evento semestral que reúne apresentações de coleções de estilistas e marcas brasileiras. Trata-se do evento de moda mais importante da América Latina e a quinta maior semana de moda do mundo, depois de Paris, Milão, Nova Iorque e Londres.

19 Comunidade rural, autogestionada, localizada em Mirandópolis, interior de São Paulo, fundada pelo imigrante japonês Isami Yuba. Há 100 anos, cultivam e preservam tradições e costumes japoneses.

20 O projeto de pesquisa foi aprovado pelo Comitê de Ética da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) sob o parecer número 5.478.883.

igualmente, das conversas e encontros casuais que um “ateliê a todo vapor” pode proporcionar: além das/os integrantes da equipe, conversei com *freelancers*, mulheres bordadeiras, modelos, amigos/as, dentre outros. Para além deste espaço, o processo da pesquisa compôs-se também de outros encontros informais, casuais, inclusive de uma ida prévia ao local da exposição, mas apenas os materiais autorizados pela assinatura do TCLE são expostos ao longo deste trabalho. Os registros das conversas, impressões e cenas vivenciadas foram feitos em diário de campo, fotos e vídeos.

Neste ponto, sinalizo uma convergência, de antemão, entre a dinâmica do ateliê e a postura ético-política assumida no pesquisar, como se partilhássemos um compromisso ético com a tessitura da vida: as conversas desenroladas com cada pessoa da equipe foram organicamente atreladas às formas de perceber, fazer, criar e conviver ali instituídas. Na acolhida do pessoal do ateliê à minha presença não “cabiam” entrevistas formais; havia, sim, lugar para que eu dispusesse minhas habilidades manuais da costura no que fosse necessário e, no processo, me deixasse levar pelas conversas com quem estivesse ao meu lado.

Constituíam-se, assim, um caso de pesquisa que se/me enredava ao caso artístico a que se dedicavam, um acontecimento-pesquisa entrelaçado a um acontecimento-arte vestível: amalgamados, iam se produzindo pela abertura disponível entre um processo e outro, pela responsabilidade recíproca que inexorável e dialogicamente teciam, pelos acasos das conciliações e diferenças de nossas habilidades e pela surpresa que criar pesquisa e criar quimonos, porque realizados pela eventicidade, implicavam aos nossos modos de estar juntos. Se partimos de campos distantes, um acadêmico e outro da moda, nossas buscas forjadas por desejos inventivos tornaram-se companheiras e fizeram de nossos encontros espaços para “juntar-lhe[s] afetos, perceptos e conceitos” (Fonseca; Nascimento; Maraschin; 2012, p. 10).

Com a perspectiva bakhtiniana, fui à deriva com a oralidade das conversas que pude tecer com o pessoal do ateliê, com a posterior aproximação aos materiais colhidos, com as vozes emergentes, insurgentes, imprevisíveis que se levantaram, encontraram, confrontaram e negociaram a constituição do segundo momento da pesquisa: este em que me encontro com as palavras-texto, em que procuro fazer delas e com elas meios de discernir suas potências próprias a avivar a polifonia constituidora desse processo de pesquisar e daquele processo de criar arte vestível, a proliferar sentidos na tessitura de nossas vidas e de nosso mundo.

Conversar com tantos e tantas (cada um/a da equipe do ateliê, os acontecimentos vividos, as anotações e documentos reunidos) na companhia de Bakhtin propõe-nos

compreender o que se ouve, vê e lê não simplesmente como manifestação verbal, mas na sua condição de enunciados, de que estão a comunicar a alguém alguma coisa do mundo, valorando-a. Trata-se, assim, de trabalhar com enunciados/discursos dialógicos proferidos em determinadas condições por pessoas como resposta a discursos outros, para compreender o dito em seus contextos imediatos e mais amplos, históricos e sociais, com vozes de variados tempos e espaços (Jobim e Souza; Albuquerque, 2012; Sobral; Giacomelli, 2016).

3. Rasgando a seda

Seda, tecido nobre, milenar. Originalmente, casulo que a lagarta *Bombyx mori* tece em volta de si mesma com um único fio e ali permanece até metamorfosear-se em mariposa. Desfeita a casa, esse fio único é unido a outros na máquina fiandeira para fazer a meada e enrolá-la em carretéis²¹. Tecer, desenrolar, fiar, enrolar, retecer. “Ela veio literalmente rasgar a seda”, brincou Netto – modelista *freelancer* que estava auxiliando a preparação do desfile – no dia em que cheguei ao ateliê. Essa foi a primeira tarefa que me deram: quebrar o fio único em vários, des-fiá-lo com as mãos, fazer fiapos na trama maior que os mantinha conectados.

Desfiar o fio único da seda em fios vários; des(a)fiar uma pretensa história única de moda em histórias de modas várias. Como nos diz Chimamanda Ngozi Adichie (2019, p. 33), “quando rejeitamos a história única, quando percebemos que nunca existe uma história única sobre nenhum lugar, reavemos uma espécie de paraíso”.

Uma espécie de paraíso. Encontro na expressão da escritora alento (mesmo que provisório) para meu desejo de materializar em palavras a intensidade vivida em campo²². Longe de noções assemelhadas à salvação ou plenitude humana (Rolnik, 2018), uma espécie pede passagem à pluralidade de sentidos que podem conotar a ideia de paraíso. Desterritorialização, deslocamento, estremecimento: é neste tipo de paraíso que me lanço. Nele, regozijo o suplício do caminho que perfaz a ideia à palavra.

21 <http://www.usp.br/aunantigo/exibir?id=7780>. Acesso em 30/11/2021.

22 Mesmo compreendendo, como afirma Peter Spink (2003, p. 28), que “o campo não é um lugar específico, delineado, separado e distante, segue que estamos sempre potencialmente em múltiplos campos”, optei por utilizar o termo nesta passagem para tonificar esta experiência imersiva no ateliê, parte que considero densa do campo-tema ora em discussão.

Sem pressa; é preciso estar com o momento da gagueira. É preciso habitar o estado vacilante que nos encontramos quando o familiar torna-se desconhecido e o irreconhecível nos provoca vertigem. Gaguejar é embaralhar a ordem de sentidos fixada, sondar a linguagem e inventar modos de dizer o indizível. Enquanto as práticas pelas quais a moda se realiza, objetiva e subjetivamente, íntima e globalmente, forjam narrativas de moda e constituem-na de um modo específico, gaguejo porque fui arrebatada pelos acontecimentos vividos naqueles dias e interpelada por possibilidades de, com eles, tensionar narrativas dominantes da moda. Não porque estas sejam mentira (suas consequências catastróficas estão aí acumulando-se freneticamente, inclusive dentro de nós) mas porque seus imperativos também criam estereótipos e estes são essencialmente incompletos (Adichie, 2019). Gaguejo porque a potência da vida “nunca pode ser expressa completamente” (Barros, Zamboni; 2012, p.121).

Angustiante, sem dúvida. Ainda assim, paradisíaco. Isso porque há nele (neste tipo de paraíso) uma poética sensível ao movimento criador que engatamos quando se evadem modos convencionais de saber, de fazer, de existir. Desterritorializar-se implica desconfiar de terreno certo e firme, rejeitar “narrativas fictícias” (Rolnik, 2018, p. 86), abrir-se à possibilidade de transitar no entre e invadir territórios não conhecidos ou ousar inventá-los, por isso mesmo, abertos à possibilidade de decifrar o mundo por signos outros, contar, assim, histórias outras e, por suas vezes, engendrar outras formas de subjetivação, produzir outros modos de convivência e existência.

4. Molde de apoio: sobre o sistema de moda

Em tempos de espetacularização acelerada, “A celebridade é a ‘autoridade’ do provisório”, reflete Jurandir Freire Costa (2004, p. 169), e as/os criadoras/es de moda compartilham com nomes de variados campos a lista da fama global. Nem é preciso demonstrar excelência em algum domínio (como futebol, cinema e música), basta afinar-se à moda, à tecnologia e dançar no ritmo do entretenimento para alçar o *status* de astro num clique, e desaparecer com outro. Nosso momento é este em que as mídias selecionam, consagram, espetacularizam e expiram a notoriedade do dia, tão efêmera como qualquer outra mercadoria. Multiplicam-se nomes magicamente revestidos de originalidade para encobrir a “realidade empobrecida” que os sustenta, assinala Nicolas Bourriaud (2009, p. 118).

A moda, no entanto, apropriou-se do fenômeno a sua maneira, usou as assinaturas estilísticas – quer dizer, transformou o nome de estilistas em marcas – e as lançou como um dos pilares de seu sistema operante em escala planetária, beneficiando-se capitalisticamente delas. Signo ícone da maneira pela qual se atualizaram, as/os estilistas-celebridade renovaram resquícios de uma etapa histórica, a da Alta Costura, em que seus criadores inverteram a lógica de criação servicial aos desejos de suas clientes, ora dominante, para aproximar-se do brilhantismo artístico e validar, sob o título de artista moderno, uma assinatura estilística (Lipovetsky, 2009).

Foi alinhada, sobretudo, à crença da originalidade individual criadora de seus estilistas-celebridade que casas de luxo consolidaram a exclusividade de suas etiquetas e o preço nelas inscrito. Combinado a esse preceito, legitimaram-se pela aura da tradição associada ao domínio de um ofício, uma espécie de tradição artesanal, ao passo que ajustaram-se à velocidade concorrencial globalizada, renovando-se de maneira incessante porém circunscrita ao imaginário aglutinador da imagem da marca (Roux, 2005). Tempo longo da tradição orquestrado pelo tempo curtíssimo da moda e unificados sob um nome:

“Culto do fundador e dos criadores que se inspiram nele, glorificação do ‘espírito de marca’ e da fidelidade a um estilo ou a um código de reconhecimento, celebração de acontecimentos significativos, a construção de uma marca de luxo é inseparável da gestão simbólica de suas raízes, do trabalho de edificação de um mito.” (Lipovetsky, 2005, p. 83)

Por cerca de um século, a Alta Costura parisiense institucionalizou as regras da moda ocidental, centralizou sua renovação e internacionalizou seu estilo. Essa fase passou, mas não sem deixar marcas em sua atual organização: o *status* artístico do criador genial, o ritmo de criação sazonal e coleções apresentadas bianualmente por modelos vivos em espetáculos publicitários – hoje, realizadas no formato das semanas internacionais de moda, as “*Fashion Weeks*”, figurando no centro do comando e das atenções midiáticas as ditas “capitais da moda”: Paris, Milão, Londres e Nova Iorque (Lipovetsky, 2009; Volonté, 2012).

Desfazendo seu contrato de exclusividade com o luxo ostentatório, fundiu-se à produção em série, porém estilizada. A moda, presunçosa em seu livre-arbítrio, pegou as linhas gerais que a sistematizaram e, sem dever nada aos que lhe “deram vida”, aqueles criadores da elegância, prolongou-as às novas condições tecnológicas, culturais, econômicas e sociais emergentes finda a Segunda Guerra Mundial.

Ascenderam os estilistas e, em colaboração com a indústria, passaram a oferecer produtos de moda inspirados nas últimas tendências, com maior qualidade, a preços mais ou menos baixos. Eles alcançaram o status dos criadores pioneiros, personalizaram a produção em série com um nome, uma imagem de marca, disseminaram os pólos criativos e a pluralidade das inspirações – desatrelaram-se da imitação barata do chique, inventaram seus próprios temas, inspiraram-se nos novos valores erigidos: a juventude, o esporte, o lúdico, a urbanidade, o novo, a vontade de viver o presente – e usufruíram do poder da publicidade, exibindo-se em revistas, vitrines, eventos e nas próprias estampas e etiquetas. Sem pedir licença, as roupas *prêt-à-porter* (ou *ready to wear*²³) invadiram a passarela, antes reservada às elaborações suntuosas do luxo. As regras de legitimação do criador de moda desconectaram-se do ofício que fundava a tradição para desregrar-se: já não há normas estritas que garantam ou excluam um nome do palco, elas afrouxaram-se em direção à novidade do espetáculo oferecida na ordem do dia (Lipovetsky, 2009; Lipovetsky; Serroy, 2015).

Diversificação, inovação, personalização, estetização: esses processos, despontados com o *prêt-à-porter*, elevaram-se estratosféricamente ao longo das últimas décadas. E aqueles princípios gerais de regulação da moda, herdados de seu período inaugural, foram remodelados ao extremo. Em nossa era hiper, possibilitada pelas novas condições de criação, comunicação e fabricação computadorizadas, nada mais representativo que as *fast fashions*. É o tempo da criação rápida, produção rápida, exibição rápida, consumo rápido; sem intervalo, o fluxo é contínuo.

O calendário sazonal e bianual que organizava o lançamento de tendências e modelos no mundo da moda não se sustenta mais sozinho, agora ele é movido também pelas microtendências apresentadas em tempo real e por “qualquer pessoa”. Em 2021, a C&A, grupo holandês de *fast fashion*, anunciou a criação de coleções em 24 horas²⁴, surfando na onda de influenciadoras/es digitais pescados por analistas de microtendências em alerta ininterruptamente. Com essa pressa, a peça usada por uma vencedora do programa televisivo *Big Brother* Brasil ficou disponível para venda no dia seguinte.

O cronograma do SPFW também correu: a partir de 2017, as datas dos desfiles foram reorganizadas para que ocorram simultaneamente ao lançamento dos modelos no varejo, abandonando, inclusive, a nomenclatura relacionada às estações do ano e adotando o número

23 De acordo com Gilles Lipovetsky (2009), ambos termos surgem para diferenciarem-se do estatuto anterior da produção de vestuário de massa, o qual se caracterizava por roupas com baixo nível de qualidade e ausência de investimento criativo.

24 <https://www.istoedinheiro.com.br/para-turbinar-online-ca-vai-criar-colecoes-de-roupas-em-ate-24-horas/>

da edição. E vai além: no mesmo ano, imediatamente após o desfile, a Riachuelo, *fast fashion* brasileira, colocou à venda na própria passarela todas as peças da coleção assinada por Karl Lagerfeld (1933-2019; estilista de grifes como Chanel e Fendi). A empresa vendeu duas mil peças em quarenta minutos²⁵.

A passarela, agora, estendeu ainda mais o seu tapete e não garante qualquer exclusividade aos criadores; estes, se quiserem, que dividam o espaço com as *fast fashions*, com influenciadores digitais e com os próprios consumidores. Contudo, atentemo-nos para o jogo sorrateiro em que a moda atua: não são quaisquer consumidores, participam de tais eventos um seletivo grupo de convidados; e uma empresa *fast fashion* só caminha sob os holofotes porque há uma assinatura estilística à frente. O espetáculo não é de todos ou de qualquer pessoa; ele é passaporte de escalada das estrelas, entusiasmo o culto das celebridades ao passo que conserva a devoção do público, como argumenta Benjamin (2016). É preciso, afinal, dar uma cara ao anonimato da hiperprodução e do hiperconsumo; é preciso plasmar figuras conhecidas, laços afetivos ao universo mercantil estéril da renovação incessante, reiteram Lipovetsky e Serroy (2015).

Fato: a imposição das grifes de luxo já não funciona mais como outrora. Isso não quer dizer que desapareceram. Ao contrário, aliaram-se, somaram-se a grandes conglomerados multimarcas, concentrando em um pequeníssimo número de empresas a capacidade de criar, produzir, comunicar e distribuir moda por todo o planeta. A gigante LVMH (*Louis Vuitton Moët Hennessy*), líder mundial em produtos de luxo, acumula mais de setenta marcas; e chegou em 2021 em dupla comemoração: o ducentésimo aniversário de nascimento de seu fundador e um aumento de 48% de sua receita em relação ao ano anterior, em pleno cenário pandêmico²⁶. O mercado de luxo exhibe mais que a glorificação de suas tradições, ostenta glamorosamente seu sucesso em penhorá-las à nova dobra capitalista, melhor ainda, em prosperar a despeito de uma crise mundial, como a pandemia ocasionada pelo coronavírus (COVID-19).

E, se acreditamos que seus produtos restringem-se a uma clientela rica tradicional em escala global, enganamo-nos. Fazem parte de suas estratégias de conciliação à economia neoliberal e de enfrentamento à concorrência, projetos de expansão entre a classe média – como investimento nos setores de acessórios, cosméticos e perfumes – e o público mais

25 <https://vejasp.abril.com.br/coluna/terrace-paulistano/riachuelo-vende-2-000-pecas-em-quarenta-minutos/>

26 <https://valorinveste.globo.com/mercados/renda-variavel/empresas/noticia/2021/10/12/dona-da-louis-vuitton-ve-receita-aumentar-48percent-e-atinge-us-51-bilhoes-em-2021.ghtml>

jovem: a grife italiana Gucci lançou, em 2021, um tênis digital por doze dólares²⁷. A marca, atenta à transformação tecnológica em nossas vidas, alastrou seu filão até os meios virtuais e criou roupas digitais apelando aos jovens que não podem comprar seu produto físico, na casa dos milhares de dólares, mas podem gastar doze dólares, ou cerca de sessenta reais, para “luxar” nas redes sociais. Iniciativas como essa notabilizam a movimentação de um luxo que “já não é tão destinado apenas à clientela de ‘elite’ quanto à parte ‘elitista de cada um’” (Roux, 2005, p. 94).

Nem diferenciação de classe, nem tendência homogeneizadora. O sistema de moda contemporâneo funciona mais como um grande maestro da desunificação e pluralidade que direcionam nossas escolhas, afinando-se pelo tom do “individualismo desregulamentado” (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 361). Ou seja, orchestra a proliferação dos estilos (quais, quantos, de que modo) enquanto se pratica pela renovação constante para dar conta de sujeitos voláteis, que se sentem “livres” para compor seus gostos e expressá-los por meio de sua aparência. “Você tem seu estilo. A Renner tem todos” é o slogan da *fast fashion* brasileira Renner, que espalha toda essa pluralidade em mais de 400 lojas pelo país. Tem mesmo? Todos os estilos? Se as pessoas não se conformam mais à “última moda”, a maneira pela qual realizam-se na promoção de sua imagem pessoal circunscreve-se ao que consta nas prateleiras (e aí encontramos a tendência do momento diversificada em linhas específicas) e captura-as emocionalmente ou, em outras palavras, à capacidade do mercado em oferecer estilos que subjetivamente, afetivamente façam sentido para que sirvam à sua expressão individual.

A moda conversa agora com consumidores hipermodernos que usam-na para expressão (ou prisão?) de si; nosso contexto é o da bricolagem da tendência, do chique, do barato, do velho, da novidade, do descuidado, do feito à mão, da marca *top* de linha, da assinatura do luxo e do anonimato do grande consumo (Roux, 2005). Parece que tudo pode coexistir na composição de um estilo de aparência singular, como parte da elaboração de uma mensagem individual: um boné do Movimento Sem Terra (MST) e uma jaqueta jeans estampada “*Planet Hollywood*” podem vibrar no mesmo corpo, como me deparei certa vez em um evento musical. Um exemplo que chega a ser caricato de nossos tempos ultraflexíveis, onde os arranjos de signos que se colam ao corpo – e os valores que se movimentam com eles – podem ser tão contraditórios quanto aleatórios. E vale-nos, inclusive, questionamentos: quais sentidos podem produzir combinações vestimentares como essa? O

27 <https://elle.com.br/podcast/os-tenis-digitais-da-gucci-e-o-mercado-nft>

que dizem a respeito da constituição de sujeitos do mundo contemporâneo? O que sabemos sobre os valores que vêm associados às roupas que penduramos em nós? Quais pistas nos dão de nossos modos coletivos de vida atuais?

Entre a aglutinação arbitrária e a repetição condicionada pelo mercado – manifestações subjetivas em matéria de aparência – persiste o jogo dissimulado de cerceamento da sensibilidade e da potência de criação humana que o atual regime estimula em prol de sua sobrevivência. Quer dizer, qualquer coisa, ideia, desejo, mobilização social, fantasia, pode ser mercadorizada, serializada e descolada de seu lugar compromissado, e isso “cola” justamente porque os processos de subjetivação foram penhorados à engrenagem capitalista: dessensibilizados, alienados, estancados num atoleiro de imagens, consumo e pixels, é uma luta encontrar caminhos de subjetivação que nos reconecte às afecções e à vida, que desconforme modos de pensamento reproduzíveis em larga escala e expandam nossa capacidade de imaginar e reagir consonante à realidade (Rolnik, 2019). O lamaçal alienante que engolfa nossos corpos e subjetividades também lambuza nossas roupas, descolore nossa capacidade crítica acerca da outra pele que vai cobrir a primeira e acinzentar a potência imaginativa que poderia exercitar-se no vestir dos corpos.

Tracei até aqui um molde de apoio, como na etapa da execução de uma peça de roupa, para que pudéssemos adentrar uma discussão com o sistema de moda atual perseguindo uma linha de corte que favorecesse a costura da moda que Fernanda Yamamoto e sua equipe produzem a esse enredo maior. Nele, inevitavelmente, estão imersos e a ele posicionam-se: discordam, acordam, encontram, negam, tensionam, embolam-se ao emaranhado em que funciona o sistema hiper.

5. Traçando moldes, tensionando o sistema

– Aqui é diferente, você sabe, né? (Netto)

– Ah, é? (Pesquisadora)

– É! Se não sabe, fica sabendo! (Netto)

E sorriu pra mim.

Essas foram das primeiras palavras que ouvi assim que me “instalei” no ateliê. Não, não sabia que ali “era diferente”. E menos ainda que essa ideia permaneceria circulando nos próximos dias.

- Não, a gente não é normal! (Marina, modelista)
- Aqui, eu tive que fazer coisas que jamais imaginei. (Silvia, piloteira)
- Coisas impossíveis? (Pesquisadora)
- Impossíveis não, mirabolantes! (Silvia)

O convite de Fernanda Yamamoto e a imersão no processo de preparação de um desfile de sua marca levaram-me a um estado de estranhamento. Enquanto pesquisas com foco no trabalho de criadores de moda discutiam a perspectiva individual de criatividade e suas relações com o sistema de moda, desvelando lógicas e práticas (re)produtoras de um sistema estilístico que o viabiliza (Ayres, 2017; Calíope & Silva Filho, 2016; Colloredo-Mansfeld et al., 2012; Hoppe, 2019; Tokatli, 2011), apresentava-se em meu caminho investigativo uma abertura, se não avessa, ao menos, inusual para aqueles/as que convivem com a estrutura hierárquica da indústria da moda: os postos de direção e criação em marcas e grifes que circulam pelas principais semanas internacionais de moda.

Diferente, singular, avessa, inusual. Mal cheguei e já colecionava algumas palavras evocadoras de uma certa distância, um afastamento, por definição, do comum, do padrão, do conhecido. Da moda? Com qual(is) moda(s) dialogavam eles – e eu – para afirmar tanta diferença? No decorrer daqueles dias, sentidos foram sendo criados e conectados às tais palavras reforçadoras do *diferente*. Lá, criação de sentidos produzidos sensivelmente na “vivência do irrecuperável”, para usar a expressão da artista Mira Schendel lembrada por Ana Maria do Valle e Jô Gondar (2014, p, 652); aqui, na folha de papel, bamboleantes entre a palavra, os conceitos e nossa relação com o sensível, em uma tentativa de suscitar o que a linguagem verbal não pode dizer porque só a amplitude da intuição é capaz de comunicá-los.

Já imersa nesse limbo, aventurei-me com Bakhtin (2020, p. 399) a perscrutar o “aprofundamento do sentido com o auxílio de outros sentidos”, a tramar o potencial de sentidos daquelas expressões aludindo ao “incomum” no elo da cadeia infinita dos sentidos. Isso porque só podemos buscar a interpretação dos sentidos no encontro entre eles, correlacionando um sentido a outro(s) sentido(s): “ele deve sempre contatar com outro sentido

para revelar os novos elementos da sua perenidade” (Bakhtin, 2020, p. 382), pois o que lhe dá vida é justamente a existência deste outro.

Escreve Tzvetan Todorov, no prefácio à edição francesa de “Estética da Criação Verbal” (Bakhtin, 2020, p. XXXII), que o “sentido é liberdade e a interpretação é o seu exercício”. Se é no encontro eu-outro que emergem as possibilidades de sentidos e se é o correlacionamento entre eles que nos autoriza comentá-los, faço do meu encontro com aquelas palavras transitantes pelo ateliê um nascedouro de sentidos. Interpretá-las, por sua vez, envolve a apropriação da palavra do outro: impele-me a transformar o “aqui é diferente” de Netto – e expressões, olhares, gestos, tons mais que me interpelaram – em minhas-alheias palavras (Bakhtin, 2020, p. 381). Mas é preciso atentar que não se trata de apossar-me delas e, sim, de reconhecê-las outras e, com elas, superá-las, produzir sentidos almejando a compreensão criadora que Bakhtin (2020, p. 378) nos ensina.

Disposta ao exercício, embaralho-as a outras palavras alheias tornadas próprias, reelaborando e tramando-as como “um *todo* único e singular” (Bakhtin, 2020, p. 403, grifo do autor) que se objetiva nesta peça-texto e se insere na corrente dialógica sem começo ou fim. Se com Bakhtin (2020, p. 381) percebemos a índole responsiva do sentido, ou seja, sua condição inexorável de resposta a uma pergunta, e gerar perguntas outras, então tencionamos produzir respostas-perguntas e movimentar sentidos ao completar, negar, acordar, polemizar esse arranjo feito de palavras outras-minhas.

Na teoria bakhtiniana, o dialogismo é fundante da vida: “viver significa participar do diálogo”, diz o próprio Bakhtin (2018, p. 329), significa apreender a manifestação da vida como um enredo de múltiplas vozes sociais, uma tensa interação entre pensamentos, palavras e gestos ecoantes de visões de mundo, compondo um diálogo infinito e inacabável em que os sentidos se atualizam eternamente. E é assim que começo dialogando, na breve apresentação do item anterior, com uma moda para a qual aquelas expressões conotadoras da diferença soam-me como resposta. Mirando-as partícipes do processo dialógico da vida é que podemos compreendê-las como enunciadoras de uma posição definida, ao relacioná-las com outros enunciados no contexto da moda. “É impossível alguém definir sua posição sem correlacioná-la com outras posições”, Bakhtin (2020, p. 297) argumenta. Posições responsivas como as que encontrei no ateliê distanciavam-se dessa moda espetáculo e simultaneamente vinculavam-se a ela mesma.

Talvez, a persistência de que tais sentidos permanecessem circulando pelo ateliê fosse relevante porque os enunciados a que eles replicavam pediam por certa insistência: respondiam aos discursos da/moda obstinadamente pretensos à monologia, os quais se movimentam com força suficiente para abafar outras vozes presentes, torná-las ausentes. Talvez, ensaiavam um coro síncrono e discordante de uma forjada moda dogmática que, com seu estardalhaço, inerva-se por todos os cantos do planeta em que a cultura capitalística²⁸ tem sido capaz de alvoroçar e, andando de mãos dadas, maquinam uma e mesma engrenagem.

Nesta trama, a figura da/o estilista-celebridade pode ser duplamente interessante: tanto porque nos insere no grande contexto dialógico ao qual pertence Fernanda Yamamoto e sua equipe, já que seu trabalho é reconhecido nacional e internacionalmente no campo, quanto porque oferece uma porta de entrada para vislumbrarmos essa moda preponderante bem como o modo como a ela respondem; leva-os em relação recíproca à arena do diálogo.

A aura remanescente e o *glamour* emprestado ao trabalho criativo dos/as criadores/as alimentam um circuito tão reservado, desejado e competitivo dentro do sistema de moda que Jennifer Ayres (2017) relata, por exemplo, a extrema dificuldade encontrada para que designers e estagiários/os de marcas e grifes de Nova York concedessem entrevistas em colaboração a sua pesquisa acerca de inspiração e apropriação na indústria da moda. Apenas sob a condição de anonimato total é que duas pessoas aceitaram colaborar, em virtude do temor da retaliação e da exclusão de uma rede reconhecidamente fechada, exclusiva e altamente competitiva. Em uma fase etnográfica da investigação, a pesquisadora ainda notou o caráter sigiloso que acompanhava a atuação de times de criação de companhias em reuniões das quais participou como assistente de um seletor arquivo de produtos *vintage*. Sua expectativa de que pudesse ver e ouvir como tais equipes realizavam escolhas estéticas foi frustrada: as discussões eram levadas a salas privadas e as escolhas feitas de forma direta e seca, sem manifestação verbal, como se, calados, pudessem proteger os segredos mágicos de criação artística da marca que representavam.

Na contramão, ao adentrar a loja de Fernanda Yamamoto²⁹ pela primeira vez, em resposta ao convite que me foi feito em troca de mensagens, o tom acentuava-se pelo

28 Félix Guatarri propõe o conceito de cultura capitalística para designar não apenas as sociedades qualificadas como capitalistas, mas também setores do “Terceiro Mundo” ou do capitalismo “periférico”, assim como as economias ditas socialistas dos países do leste que vivem numa espécie de dependência e contradependência do capitalismo (Guatarri & Rolnik, 1986, p.15).

29 A estilista mantém uma loja no bairro da Vila Madalena em São Paulo, onde são vendidas suas criações de coleções comerciais. Na sobreloja, funciona o ateliê, uma sala em que as pessoas em suas diferentes funções compartilham o espaço e, nele, elaboram as peças-piloto das coleções comerciais e, em época de preparação de desfile, as peças artísticas a serem apresentadas publicamente.

acolhimento expresso por meio de palavras como: venha, fique, ajude, participe, assista o desfile. É a entonação que garante o contexto axiológico-emocional do que ouvimos, lemos, vemos, diz Bakhtin (2020), pois só ele, o tom, é capaz de avivar o material (palavra e outros signos) e fazer emergir os eventuais contextos semânticos, os potenciais de sentido que sustentam o exercício de interpretação. Prontamente, ela me recebeu, levou-me para o ateliê e apresentou-me a todos/as. Parei uns instantes observando o espaço, as mesas diversas, a estante com livros de estilistas renomados, as inúmeras modelagens penduradas com suas peças piloto, o cantinho das piloteiras, onde operavam as máquinas de costura, prateleiras com linhas e aviamentos, o espelho tomando parte da parede, os rolos de tecido encaixados sob as grandes mesas. Até que Fernanda pergunta:

– Você costura?

– Costuro sim. (Pesquisadora)

– Ah, então era legal você fazer alguma coisa, né? Jeon, a Milena pode ajudar em alguma coisa? (Fernanda)

Fernando Jeon é estilista, modelista e trabalha na parte criativa do ateliê há nove anos. Era ele quem estava dirigindo a produção daquele desfile, conforme Fernanda me contou dias depois. Antes que ele dissesse algo, Netto sugeriu que eu o ajudasse a desfilar o quimono azul. Se não foi essa a primeira tarefa que Jeon me sugeriu, ele indicaria todas as demais que eu viria a realizar durante os dias em que estive no ateliê. Sem saber, Jeon foi direcionando não apenas a produção do desfile mas também um caminho para acontecer a pesquisa. A cada tarefa que eu me empenhava, uma troca, uma conversa se enlaçava com quem estava ao meu lado, muitas vezes, trabalhando na mesma peça.

E, intencional ou não, a sugestão de Fernanda implicava um posicionamento axiológico, sua percepção de criação e uma sensibilidade de que eu me integrasse ao grupo. Como se ela soubesse bejaminianamente que o trabalho manual encontra um espaço para narrativas virem à tona. Ou que as atividades não podem parar e as manualidades comportam que as conversas as acompanhem. Em todo caso, enquanto as mãos costuravam, desmanchavam, faziam pregas, bordavam, esquecia-me de mim mesma, embalava o ritmo do trabalho e a escuta se dispunha a unir a linha da mão ao percurso da palavra, a ativar o espaço que mora entre o gesto e o material da fala, entre o inenarrável plasmado ao ato e o reino simbólico em que vive a linguagem, e que agora ensaiam costuras nessa peça-texto (Benjamin, 2016; Valle; Gondar, 2014).

Era a primeira vez que Netto participava da preparação de um desfile de Fernanda Yamamoto; foi contratado por dia para auxiliar, sobretudo, na modelagem, mas “fazia de tudo”, como ele mesmo disse. Não era, no entanto, sua primeira participação no SPFW ou em ateliê como o de Fernanda Yamamoto; acumulava experiências diversas atuando como estilista e modelista na área da moda. Naquele des-a-fio em que nos encontramos, era ele quem me ajudava e não o contrário. Para o meu olhar de pesquisadora, ele cumpria um papel de dentro e fora, um limiar que me narrava o circuito predominante da moda para não me deixar esquecer-lo, e, ao mesmo tempo, abraço caloroso de quem reconhecia a unicidade do lugar em que estava. Um dia, caminhando juntos até o metrô, foi me contando um pouco de sua experiência:

– No meu primeiro dia no ateliê, o Jeon me deu seda e as pastas dele do *Pinterest* e me disse pra fazer uns testes. Eu fiquei “uau!” Elaborei essa costura ao redor das manchas e o Jeon gostou, são essas bolhas que estamos desfiando no quimono azul. Nenhum ateliê faz isso. Moda é muito ego, muito eu, ninguém permite a criação compartilhada. A Fernanda não tem ego, na passarela entram os quatro. Acho que só ela e o Isaac Silva fazem isso.

Netto sabia bem do contraste; estava, ali mesmo, experienciando. Não à toa, aquelas suas primeiras palavras dirigidas a mim: à narrativa do criador-estrela sustentado pelo mito do grande artista, “aquele que detém a genialidade”, nas palavras de Linda Nochlin (2016, p. 14), abria-se um rasgo como aqueles que expandíamos na seda. Tramavam com seus fiapos um fazer divergente do modelo de autoria que asfixia a polifonia inexorável às construções criativas humanas, expressavam um outro no qual era possível observar cada participante mais próximo ao papel do “artista-operador”, emprestando a expressão de Bourriaud (2009, p. 131). Em vez de reprodução automática e produção alienada, padronizada, experimentavam-se entre criações que se interpenetravam e amalgamavam nas peças dos quimons, iam se fazendo artistas-operadores de sentidos.

Desfiávamos o tecido com a mesma dedicação em que aquela produção artística coletiva desafiava o sistema estilístico operante na moda (e no campo artístico em geral). Superfaturados, assinatura e estilo, trabalham a favor do capital: enquanto a assinatura mune o criador da autoridade genial, o estilo faz notar uma unidade da forma personificada sob a originalidade do artista; juntos, oneram as relações de troca subjetiva ao peso da mercadoria e funcionam como “fator de homogeneização” (Bourriaud, 2009, p. 132) das subjetividades, das

operações nos campos artísticos e culturais, das relações entre nós, das nossas relações com as coisas, da vida.

Fernanda Yamamoto, podemos aventar, aproxima-se de suas/seus colegas estilistas ao cruzar a passarela atrás de sua coleção, sustentando a assinatura, compartilhando o tapete celebrizável, comungando com todas as etiquetas, demandas, minúcias de um evento espetacular, e distancia-se deles quando sua caminhada não persegue produtos comerciais como a de seus pares. A tais roupas que cruzam a passarela com seus estilistas-celebridade e depois aparecem na vitrine (ou são vendidas ali mesmo!), Fernanda contrapõe peças artísticas que não estão à venda. E na caminhada também não vai só. Após o encerramento do desfile na SPFW, toda a equipe do ateliê adentrou a passarela: modelistas, piloteiras, *freelancers*, cortador, auxiliares, vendedores. Se a moda cobra a assinatura estilística como passe de entrada, Fernanda usa a sua em bloco, em coletivo, quase como um abaixo-assinado.

6. Algumas costuras

Um dia, acompanhando Fernanda Yamamoto ao Centro Cultural São Paulo (CCSP), local do desfile-exposição, ela foi me contando:

– O processo de fazer dois desfiles por ano era uma loucura, muito corrido. (...) Não dava tempo, tinha que entregar daquele jeito. Hoje, eu olho e falo “nossa...” e, na época, também não... E, aí, ninguém fazia isso de participar do SPFW uma vez só por ano e eu falei pra eles ‘se vocês quiserem que eu participe, vai ser uma vez por ano ou a cada ano e meio’ porque se é pra fazer, é pra fazer do jeito que a gente acredita, com trabalho manual, com pesquisa...

A arte, diz Cecília Almeida Salles (2011, p. 141), “tem o poder de aumentar a compreensão do mundo. A criação pode, assim, ser vista como processo de produção de conhecimento” e, por isso, sua natureza é investigativa, realiza-se com pesquisa, como disse Fernanda. Ao resguardar sua arte da feitura às pressas, sob pressão do calendário bianual do evento, Fernanda a associa a uma característica fundamental do acontecimento artístico: ele demanda “tempo de maturação mental” (Salles, 2011, p. 149), pois é no processo de testagem e avaliação contínuas que a obra vai se materializando. Simultaneamente, ela nos comunica que elege as processualidades da criação aprofundada e da atividade manual, às quais empenha esforço e experimentação por meio de construções de pensamento e de

materialidades compartilhadas, em detrimento da repercussão midiática a qualquer preço, de mais um produto resultante da rapidez, da ação mecânica, do fazer reificado, da requisição pela inovação.

Quando Fernanda substitui os produtos ordinariamente desfilados por peças artísticas, com elas, exerce o “dever crítico” da arte, como afirma Bourriaud (2009, p. 94): desloca os conteúdos fixados pelas diretrizes mercadológicas habitualmente iluminados pelos holofotes da passarela. Em vez de rostos ocidentais, modelos-corpo-padrão, cortes, cores, tecidos e formas propondo tendências ou apostando no sucesso da estação, atravessando a passarela ao som de mais um novo *hit*, caminham pelos corredores suspensos do vão central do Centro Cultural São Paulo (CCSP) rostos orientais, moradores e ex-moradores da comunidade Yuba vestindo quimonos tradicionais japoneses, alguns destes originalmente produzidos por suas próprias mãos, enquanto um grupo de taiko³⁰ ressoava tambores nipônicos.

Símbolo da cultura japonesa, os quimonos mantêm vivos, para imigrantes japoneses que vivem no Brasil, como os integrantes da comunidade Yuba, os laços com a tradição e seus ancestrais. Preservá-los, recriá-los e levá-los à passarela da moda ecoa uma valorização tanto das culturas tradicionais, especificadas ali pelas expressões vestimentares nipônicas, quanto dos modos de viver instaurados na própria comunidade Yuba, confrontantes à uniformização cultural que o capitalismo faz alastrar ao redor do globo. Ainda, notabiliza o processo de ocidentalização despontado no próprio Japão em meados do século XIX e que levou seus costumes à progressiva substituição da seda, do cânhamo, do quimono, do chapéu de bambu trançado, das sandálias e da feitura manual, ao paletó, à gravata, ao sapato, à camisa, à tecelagem mecânica e à produção serializada (Ribeiro; Santos, 2017).

Discutindo a problemática do conteúdo do objeto estético, Bakhtin (2014, p. 37) diz que “Existem obras (...) que nascem, vivem e morrem nas folhas das revistas, (...) sem nos conduzir a nada que se encontre além dos seus limites”. À questão levantada pelo filósofo, remeto aqui, ilustrativamente, às criações comerciais cosmeticamente concebidas e compelidas ao impacto visual, que exaurem passarelas e passarelas, manifestando conteúdos que não são “empaticamente conhecido[s] e vivido[s]” (Bakhtin, 2014, p. 38), mas são assimilados de fora, pela imitação ou diversificação, e o que obtêm, afinal, é a dissociação entre forma e conteúdo, dois momentos essenciais da obra artística. Aí não se encontra desígnio artístico.

30 O taiko é um tipo de percussão tradicional da cultura japonesa (<https://taikobrasil.com.br>. Acesso em 20/06/2022).

Na acepção do filósofo, o conteúdo da obra de arte é justamente a relação axiológica do/a artista com o mundo e o modo pelo qual ele/a a expressa funde-se na forma artística que se realiza no material. O conteúdo pertence ao campo ético, exprime uma posição valorativa em relação ao fragmento de realidade que o/a artista identifica, isola e encarna em seu objeto estético. Com Bakhtin (2014; 2020), podemos compreender os tecidos e quimonos originais como a matéria-prima sobre a qual Fernanda Yamamoto enformou quimonos em novos arranjos, realizando neles um conteúdo singular, uma “expressão do mundo dos outros e expressão da [sua] relação com esse mundo” (Bakhtin, 2020, p. 180). Para o autor, aí reside o desígnio artístico.

Se cabe aproximar o papel do/a artista, ou o de Fernanda Yamamoto, a qualquer elemento divino, é apenas pelas vias bakhtinianas em que “a divindade do artista está em (...) [e]ncontrar o enfoque essencial à vida de fora dela” (Bakhtin, 2020, p. 176), em sua capacidade de conotar para a transitoriedade da vida um juízo valorativo significativo, vivo, sincero e emocionalmente intenso.

São esquemas sensíveis que se tensionam: gestos, imagens e percepções fundem-se em uma e outra via de apresentação de roupas e de moda, e vão (re)produzindo sentidos. É justamente na nossa relação com o sensível que está imbricada a criação de sentidos, atentam Valle e Gondar (2014, p. 652): o sensível é, por assim dizer, “um conjunto de forças sem significação verbal”, sua apreensão é da ordem intuitiva, sensorial, extrapola o raciocínio lógico e a representação simbólica. Não é a marca de Fernanda Yamamoto centenária como as grifes que se perpetuam desde o período da Alta Costura, mas arrisca-se na tradição, firma-se na elaboração artística de seus desfiles, conserva a ancestralidade no trabalho artesanal e nas próprias peças, que se cruzam com a própria ancestralidade nipônica e a dos que a performaram. Com essa diligência, desloca conteúdos ao mesmo tempo em que desestabiliza os/as espectadores/as do “conforto perceptivo” (Valle; Gondar, 2014, p. 652) instaurado na vida e em um evento midiaticizado consagrado no mundo da moda.

Retomo nossa ida, de Fernanda e eu, ao CCSP e prossigo com um pouco mais da conversa:

– Por que você escolheu não fazer o desfile no Ibirapuera, junto com os demais? Por que quis trazer pro Centro Cultural São Paulo³¹? (Pesquisadora)

31 Na sequência do desfile na SPFW, as criações de Fernanda Yamamoto compuseram uma exposição com os quimonos e outros objetos produzidos na comunidade Yuba. A exposição permaneceu quinze dias no Centro Cultural São Paulo.

– Porque no Ibirapuera não alcança as pessoas, fica só no mundo da moda. A gente cogitou também o Farol Santander, alcançaria muito mais pessoas, tem uma circulação muito maior de gente. Mas o espaço do Centro Cultural é melhor. (Fernanda Yamamoto)

O Centro Cultural São Paulo é uma instituição pública, próximo ao centro da cidade e ao lado de uma estação de metrô; concentra diversos projetos culturais, exposições e atividades educativas com acesso gratuito. Fernanda, ao optar por apresentar seu trabalho nesse espaço, distanciava-se das salas de culto do estrelato para o público do *marketing*-moda e inventava “linhas de fuga individuais” (Bourriaud, 2009, p. 44) para escapar dos rituais explicitamente forjado pelas relações de consumo, de produtos, de imagens do glamour; constrói provisoriamente um espaço para sua arte acontecer e ser acessada pelas pessoas da cidade, pelo público em geral que ocasionalmente circula por ali, transferindo-a para um local de convívio legitimado, donde podem advir “modos heterogêneos de socialidade”, como sugere Bourriaud (2009, p. 44).

É importante observar também que a marca Fernanda Yamamoto, ao se integrar nesses meios tradicionais de midiática da moda, mesmo afastando-se em conteúdo, em proposta ou no espaço, garante visibilidade, fortalece e glamoriza sua imagem como todas que constam nas programações oficiais desses eventos. Há recusas, há acordos. Há um emaranhado de posicionamentos-enunciados condicionando a concretização de um desfile-exposição participe da programação da semana internacional de moda de São Paulo. Tensionamentos que se vivificam, por exemplo, quando o público em geral pôde acessar as obras apenas posteriormente, a partir da abertura da exposição, enquanto a performance-desfile realizou-se nos parâmetros do evento da moda: momento fechado do espaço público, acesso exclusivo para convidados e imprensa.

Benjamin (2016, p. 185) fala que “A forma mais originária de inserção da obra de arte no contexto da tradição se exprimia no culto”. O SPFW é o culto dos nossos tempos, um semblante hiper-renovado dos vestígios que a moda conserva; ele é a própria expressão da globalização desse sistema. Rasgávamos, na preparação para o desfile, uma seda que não iria à venda. Suas imagens, com certeza. As semanas internacionais de moda compassam aos nossos tempos como um “misto de marketing e de arte” (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 293), um meio espetacular primordialmente a serviço da repercussão midiática e de comunicação de um nome com o mundo. Nesses termos, Fernanda negocia uma entrada outra para o mesmo *show*: o SPFW configura-se como o “necessário contexto extratextual” (Bakhtin, 2020, p.

406) de sua arte, envolve-a ao enredo maior do campo da moda e dá contorno à complexidade da produção cultural contemporânea.

Aí lembramos que é com restos da nobre linha que estamos costurando esta escrita. O valor da tradição pelo qual a marca de Fernanda Yamamoto se sustenta reside no aqui e agora de suas obras, na autenticidade de sua produção, na persistência do trabalho manual; tradição que não se rende ao culto do estrelato, nem se vende ao valor da etiqueta, muito menos se abafa com a próxima novidade da estação. É nessa circunstância, na qual “o autêntico preserva toda a sua autoridade”, como nos diz Benjamin (2016, p. 182), que a produção artística de Fernanda Yamamoto assume lugar de uma autoridade *diferente*: não aquela do provisório, mas uma autoridade conquistada processual e coletivamente com seus modos de fazer autênticos, porque persegue, com dedicação singular, o “valor tradicional do patrimônio da cultura” (Benjamin, 2016, p. 183).

Sua inserção nesse universo da moda celebrizável não alcança o consenso, não se entrega conformadamente; Fernanda Yamamoto o aceita no limite de sua possibilidade artística, enquanto oportunidade de realizá-la no tempo que comporte seu processo criativo, de comprometer-se ao acontecimento de uma criação conectada à vida, de reverberar um olhar de moda e uma visão de mundo a partir do entrelaçamento ético de sua produção. Ela vem, sua participação, acompanhada de insistentes recusas e desentendimentos, e, nelas e por elas, anuncia um posicionamento que é político ao ocupar esses “espaços da moda”. É como Moacir dos Anjos (2014, p. 11) compreende, à espreita do pensamento de Jacques Rancière, o conceito de política: “seria todo movimento de corpos, todo gesto feito, toda palavras dita, todo som emitido ou toda imagem criada que abre fendas e cria brechas nos consensos e nas convenções que organizam a vida em um determinado lugar e em um dado tempo.”

Por estes ângulos, a movimentação de Fernanda Yamamoto imersa no contexto da moda espetacular é expressão de política, atua no dissenso das práticas, valores e estratégias convencionalmente estabelecidas que asseguram o funcionamento regrado de seus eventos em níveis nacional e internacional. Sua arte posiciona-se politicamente porque opera numa dimensão estética que abre fendas possíveis à alimentação de outras imagens, à emanação de outros sons, à marcação de outros chãos, à composição de outros ritmos, à instauração de outras sensibilidades (Anjos, 2014).

A compreensão de Bourriaud (2009) sobre a flexibilidade da arte soma nessa discussão: no mundo das mercadorias, a arte adquire um valor de troca comercial, mas não

perde sua “natureza comunicativa”, ou melhor, conserva aquilo que lhe confere valor artístico, uma potência de transformação, a despeito de como o mercado a manipula. Trata-se a arte de “atividade de troca que não pode ser regulada por nenhuma moeda (...): ela é distribuição de sentido em estado selvagem” (Bourriaud, 2009, p. 59) uma vez que é a prática do artista e o próprio objeto artístico que circunscrevem as relações que a obra produzirá com as pessoas e o mundo. Parece que Fernanda Yamamoto usa a potência de reverberação desses eventos glamorizados e institucionalizados, estilhaçando-a, desestabilizando sua função primeira comercial-midiatizada-espetacularizada e elevando seu projeto artístico ao primeiro plano, este que não se vende mesmo que o vendam, este que resguarda potência de desterritorialização e transformação, este mesmo que me trouxe até aqui pelos caminhos do estremecimento, das afecções e da gagueira.

Colhendo fiapos, práticas e posicionamentos caracterizadores dos modos de criar, fazer e mostrar a arte vestível de Fernanda Yamamoto é que podemos perceber os acordos, confrontos e tensionamentos que tramam seu diálogo com os campos da arte, da moda e da vida. Entre as vozes ressonantes, o comprometimento ético-político-artístico de Fernanda engendra uma narrativa de moda disruptiva. Ao colocar seu bloco na rua e na passarela, faz notar modos de produção e de relações imbricados nos seus processos criativos e nos processos de fazer moda. Ao deslocar a norma, a torna visível, permite-nos encontros com questões antes inexploradas em torno da moda, do sistema estilístico e dos eventos midiáticos que a sustentam, movimentam e veiculam, e que estão infiltradas na vida cotidiana, imiscuídas às múltiplas vozes sociais com as quais objetiva e subjetivamente dialogamos nossas existências. Ao subverter a moda vestindo ela mesma, nos toca com possíveis sensíveis que só a especificidade da arte é capaz de alcançar (Bourriaud, 2009; Anjos, 2014).

7. Em vias de remates

A arrematar esta peça-texto, aproveito-me de sua condição inexorável de inacabamento para colocar, no rastro de Adichie (2019), indagações: e se admitíssemos que cabe mais na palavra moda do que o genérico presentemente renovado? E se soubéssemos que a moda encontra potência de criação vital quando se realiza em processos coletivos conectados à vida? Parece que as narrativas produzidas pela arte de Fernanda Yamamoto

tensionam a existência de modas que resultam de processos estéreis ou oferecem “respostas *prêt-à-porter*” (Rolnik, 2018, p. 78) aos nossos modos de existência e exprimem respostas que explodem para a vida a multiplicidade de sentidos que nos conectam à polifonia perseverante e mobilizadora da criação humana. Não nos esquivamos do sistema de moda globalizado, mas sua história não é única; escapolem fiapos com os quais são tecidas outras e, com elas, alargamos nossas percepções de jeitos de tramar moda e pesquisa, vida e mundo.

Breve reconquista de paraíso transitório. Esta experiência que vagueia aqui tentativas narrativas não se objetiva por meio do que está pronto, impele-me à recomposição, minha e do mundo, para que possa encarnar-se e, quem sabe, acompanhar mais alguém(ns) nessa jornada de reconquista. Perambulo por/entre esse momento de processamento, significação, elaboração do vivido e sigo na desordem. E é por isso que o denomino paraíso: instante sensível, privilegiado e espontâneo gestante de possíveis; são “promessas de vida” (Salles, 2011, p. 102).

Estando às voltas nesse paraíso feito de rearranjos, melhor, perder-se. Perder-me nas conversas que me aproximaram de cada pessoa do ateliê enquanto nossas mãos trabalhavam; perder-me na catação de fragmentos de nossas histórias singulares; perder-me nos acontecimentos vários que inexoravelmente tecem o fazer pesquisa, o criar um campo, o funcionamento do ateliê, a preparação de um desfile; perder-me no todo da pesquisa (e da vida) que ainda não é nada mas pode vir a ser. Quem sabe assim posso seguir carregando a possibilidade de costurar com eles uma história coletiva e modas outras também. Um grande bordado.

Referências

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. **O perigo de uma história única**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

AGAMBEN, Giorgio. **Desnudez**. Buenos Aires: Adriana Hidalgo, 2011.

ANJOS, Moacir dos. **Política da arte**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 2014.

AYRES, Jennifer. Inspiration or prototype? appropriation and exploitation in the fashion industry. *Fashion, Style & Popular Culture*, v. 4, n. 2, p. 151-165, mar. 2017.

BAKHTIN, Mikhail. **Questões de literatura e de estética: A teoria do romance**. 7 ed, São Paulo: Hucitec, 2014.

_____. **Problemas da poética de Dostoiévski**. 5 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2018.

_____. **Estética da criação verbal**. 6 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2020.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 2016. p. 179-212.

BARROS, Maria Elizabeth Barros de; ZAMBONI, Jésio. Gaguejar. In: FONSECA, Tania Mara Galli; NASCIMENTO, Maria Lívia do; MARASCHIN, Cleci (org.). **Pesquisar na diferença: um abecedário**. Porto Alegre: Sulina, 2012. p. 119-121.

BOURRIAUD, Nicolas. **Estética relacional**. São Paulo: M. Fontes, 2009.

CALÍOPE, T. S.; DA SILVA FILHO, J. C. L.. **Imitação e inovação na moda: mapeando o processo criativo no segmento de "modinha" em uma feira regional**. *International Journal of Innovation*, v. 4, n. 2, p. 119-139, 2016.

COLLOREDO-MANSFELD, R.; MANTILLA, P.; ANTROSIO, J.. **Rafael Correa's Multicolored Dream Shirt: commerce, creativity, and national identity in post-neoliberal ecuador**. *Latin American And Caribbean Ethnic Studies*, v. 7, n. 3, p. 275-294, nov. 2012.

COSTA, Jurandir Freire. **O Vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo**. Rio de Janeiro, 2004. 242 p.

CUNHA, Marina Carmello. Narrativas Têxteis: fabricação, circulação e uso de roupas. 2020. 183 f. **Tese** (Doutorado) - Curso de Ciências Sociais, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2020.

FONSECA, Tania Mara Galli; NASCIMENTO, Maria Livia do; MARASCHIN, Cleci. Rumores discretos de um abecedário de pesquisa. In: FONSECA, Tania Mara Galli; NASCIMENTO, Maria Livia do; MARASCHIN, Cleci (org.). **Pesquisar na diferença: um abecedário**. Porto Alegre: Sulina, 2012. p. 7-10.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. **Micropolítica: cartografias do desejo**. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 1986.

GUNLANDA, Orlando Afonso Camutue. Sociedade Kênia Clube: produção de memória e resistência da população negra em Joinville/sc. 2020. 143 f. **Dissertação** (Mestrado) - Curso de Psicologia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020.

HOPPE, A. D. **License to tweak: Artistic license at first-tier Indian apparel suppliers**. Poetics, v. 76, p. 101365, 2019.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009. 347p.

_____; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015. 467p.

_____. Luxo eterno, luxo emocional. In: LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005. p. 11-86.

MACHADO, Jardel Pelissari; ZANELLA, Andrea Vieira. Bakhtin, Ciências Humanas e Psicologia: Diálogos sobre epistemologia e pesquisa. **Psicol. Soc.**, Belo Horizonte, v. 31, e166423, 2019.

NOCHLIN, Linda. **Por que não houve grandes mulheres artistas?** 2. ed. São Paulo: Edições Aurora, 2016.

RIBEIRO, Jaqueline de Sá; SANTOS, Fabiano Vilaça dos. Do quimono à casaca: transformações e marcas identitárias no indumentário japonês. **Transversos: Revista de História**, Rio de Janeiro, n. 09, p. 265-279, abr. 2017.

ROLNIK, Suely. **Esferas da insurreição: notas para uma vida não cafetinada**. São Paulo: n-1, 2018.

ROUX, Elyette. Tempo do luxo, tempo das marcas. In: LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O luxo eterno**: da idade do sagrado ao tempo das marcas. São Paulo: Companhia das Letras, 2005. p. 87-172.

SALLES, Cecília Almeida. **Gesto inacabado**: processo de criação artística. 5. ed. São Paulo: Annablume, 2011.

SOBRAL, Adail; GIACOMELLI, Karina. Observações didáticas sobre a análise dialógica do discurso – ADD. **Domínios de Linguagem**, v. 10, n. 3, p. 1076, 26 ago. 2016.

SOUZA, Solange Jobim e; ALBUQUERQUE, Elaine Deccache Porto e. A pesquisa em ciências humanas: uma leitura bakhtiniana. **Bakhtiniana**, São Paulo, v. 2, n. 7, p. 109-122, dez. 2012.

SPINK, Peter Kevin. Pesquisa de Campo em Psicologia Social: uma perspectiva pós-construcionista. **Psicologia & Sociedade**, São Paulo, v. 2, n. 15, p. 18-42, dez. 2003.

TOKATLI, Nebahat. Creative individuals, creative places: Marc Jacobs, New York and Paris. **International Journal of Urban and Regional Research**, v. 35, n. 6, p. 1256-1271, 2011.

VALLE, Ana Maria do; GONDAR, Jô. A redução ao gesto: mira schendel encontra walter benjamin. **Fractal: Revista de Psicologia**, [S.L.], v. 26, p. 645-658, 2014.

VOLONTÉ, Paolo. Social and Cultural Features of Fashion Design in Milan. **Fashion Theory**, [S.L.], v. 16, n. 4, p. 399-431, dez. 2012.

ARTIGO 3

Entretecendo moda, arte e vida: linhas, alinhavos e descosturas no processo de criação de uma performance/exposição

RESUMO

O presente artigo discute o entrelaçamento de modos de (des)construir roupa, arte e vida a partir do trabalho artístico desenvolvido por Fernanda Yamamoto e equipe, mais especificamente durante o processo de criação de uma performance/exposição para a primeira edição presencial pós-pandemia do São Paulo Fashion Week. A experiência de participar desse processo, colaborando com as atividades do ateliê durante 10 dias anteriores ao desfile, possibilitou o registro em diário de campo de cenas que foram analisadas. Apoiadas nos pensamentos de Lev. Vigotski, Walter Benjamin, Mikhail Bakhtin e seu Círculo, entre outros/as autores/as, as discussões propõem compreender a prática artística e as manualidades como possibilidade de instaurar caminhos de reinvenção dos elementos da vida, de si mesmo e do mundo. Conclui-se que os modos de criar instituídos pela artista e sua equipe constituem o ateliê como espaço dialógico em que é possível visibilizar as tensões próprias do sistema capitalista ao mesmo tempo em que forjam desvios potencializadores de criação em moda, os quais expressam modos outros de produção da realidade e da subjetividade no mundo contemporâneo.

Palavras-chave: processo de criação, moda, arte, Fernanda Yamamoto.

Quanto cabe num bolso?

O bolso deslocado de Fernando
A moda deslocada de Fernanda
A história deslocada dos bolsos que (não) vestimos
O deslocamento das costuras

1. Introdução



Fonte: <https://www.instagram.com/fermandayamamoto/?hl=pt>

Em um casaco, artigo de vestuário comum e utilitário a qualquer pessoa que queira se aquecer, um espaço para o bolso. Este, no entanto, como se recusasse ocupar a parte a que lhe aparentava destinada, vem quase de viés, deslocado do pressuposto lugar que lhe é historicamente atribuído. Em seu desalinho alinhado, o bolso atrai nossa atenção, provocando sensibilidades ao complexificar a percepção de elementos componentes de um artefato apresentado corriqueiramente sob certa padronização. Tensionamentos ao automatismo de nosso olhar; tensionamentos aos modos de produção de

existência que condicionam modos de ver, ouvir, pensar, sentir, vestir. Que instituem os corpos e os modos como se apresentam a outros e a nós mesmos/as.

Trata-se o bolso em questão de detalhe de uma peça produzida sob assinatura de Fernando Jeon, estilista criador da linha masculina da marca Fernanda Yamamoto. Há mais de dez anos, o processo de criação em moda de Fernanda Yamamoto e sua equipe resulta em peças de vestuário que são lançadas e comercializadas ao longo do ano, como o casaco fotografado, bem como em criações artísticas apresentadas em exposições, performances, desfiles, com participação no São Paulo Fashion Week³² (SPFW), um dos principais eventos do circuito internacional de moda. Sua produção vem conquistando relevância no cenário da moda por meio de processos singulares de criação, articulados a intensa pesquisa e experimentação, cuja ênfase coletiva dos movimentos construtivos das peças é

32 <https://ffw.uol.com.br/desfiles/fernanda-yamamoto/>

constantemente reafirmada pela criadora, em entrevistas, redes sociais, projetos de visitas abertas ao ateliê e pelo próprio modo como apresenta suas produções publicamente.

É objetivo deste artigo analisar o processo de criação de Fernanda Yamamoto e sua equipe da performance/exposição para a primeira edição presencial pós-pandemia do SPFW, ocorrida em Novembro de 2021. Imersa em um ambiente de criação proliferante, intensificado pela apresentação à espera, inquietações e questionamentos emergiram na medida em que fui acolhida e lançada às atividades de costura. Entre linhas, agulhas e panos, durante os onze dias em que integrei a equipe na condição de colaboradora/pesquisadora, fui me deixando provocar pela intensidade do vivido. Releio meu diário de campo e, já em seu início, encontro perguntas que enlaçam esta escrita: “Qual a relação do momento do ateliê-desfile com o restante do ano? Eles param a produção rotineira e investem na elaboração de um desfile. Por que o fazem? Agora, são doze horas por dia dentro do ateliê. Não tem sábado, domingo, nem feriado. Chegam cedo, saem tarde. Contratam extras. Por que o fazem?”

Moacir dos Anjos (2014, p. 19), ao ensaiar pensamentos de Jacques Rancière acerca das relações entre arte e política, diz que a arte desassossega: “A arte passa a ser aquilo para o que se olha, ou se escuta, ou se cheira, ou se lê, ou se toca, e faz perguntar: Afinal, o que é isso? Para que serve?” Encontro as palavras dele com as minhas e percebo sentido reparador, como o sono que revitaliza o corpo, preparando-o para um novo dia. Não era um processo produtivo de roupas que me aguardava quando estive no ateliê pela primeira vez, era um processo artístico acontecendo, me embalando, desconcertando e incomodando, tensionando entendimentos convencionais sobre moda e a configuração hegemônica das relações de trabalho no mundo capitalista. Naqueles dias de intensa atividade, olhei, escutei, comi, cheirei, chorei, costurei, cortei, bordei, ri, li, vivi o ateliê. E, porque interpelada pela arte, permaneci com aquelas perguntas-captura-desassossegos.

Este é o cenário em que se desenrola esta escrita. As cenas escolhidas para visibilizar o desassossego que participar do cotidiano do ateliê de Fernanda Yamamoto provocou são avivadas no diálogo com Lev S. Vigotski (1998; 2018; 2019), Walter Benjamin (2016) e Mikhail Bakhtin (2018), entre outros/as autores/as, cujas contribuições teórico-metodológicas são fundamentais para compreendermos como a arte se entrelaça à vida. Isso porque, enraizados seus pressupostos epistemológicos no materialismo histórico e dialético, afirmam uma concepção de ser humano como ser social que se constitui na/pela relação com outro(s), sendo produto e produtor do contexto histórico e cultural do qual é parte/participa. Por essas

vias, enredo a dinâmica do ateliê de Fernanda Yamamoto à compreensão de arte e do próprio processo de criação artística como “método de construção da vida” (Vigotski, 1998, p. 328); arte embrenhada em seu processo de devir, como possibilidade de instaurar novos modos de relação consigo e com o outro, de interferir na produção objetiva da realidade e da subjetividade no mundo contemporâneo.

2. Olhar, ouvir, fazer metodológicos

Para analisar o processo de criação de Fernanda Yamamoto e sua equipe da performance/exposição para a primeira edição presencial pós-pandemia do SPFW, ocorrida em Novembro de 2021, apresento cenas que foram extraídas do período em que estive no ateliê, entre 09 e 19 de novembro de 2021. Tal experiência empreendeu-se no âmbito de minha pesquisa acadêmica de mestrado na área da psicologia social, com objetivo de investigar processos de criação no campo da moda. A inserção naquele momento de movimentação geral para a preparação das peças do desfile/exposição aconteceu compassando-me ao ritmo do próprio ateliê e suas necessidades: por meio das atividades manuais características do processo de costurar, as quais aprendi durante a formação em moda, pude somar ao trabalho coletivo; agregaram-me à equipe e, assim como embaralham as formas convencionais da roupa, embaralharam meu lugar de pesquisadora com o de colaboradora.

Misturada ao grupo e às costuras das peças, pude aproximar-me da maior parte das pessoas que trabalham no ateliê. Ao todo, além de Fernanda Yamamoto, são doze funcionários/as: um coordenador de estilo e modelagem, duas modelistas, um estilista, duas piloteiras³³, um cortador, uma auxiliar geral, uma coordenadora de produção, uma assistente de produção e dois atendentes da loja. Naqueles dias, outras pessoas circularam pelo espaço, como bordadeiras, modelista e costureira extras. Compõem as narrativas que seguem apenas as pessoas com as quais conversei acerca da condução da pesquisa e assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido³⁴ (TCLE).

33 Trata-se de função encarregada da costura das peças-piloto (primeiro exemplar das roupas criadas no ateliê a fim de testar modelagem, caimento, tecido, aviamento, etc., e, dessa maneira, decidem o que adentra a coleção e segue para produção em oficina terceirizada).

34 O projeto de pesquisa foi aprovado pelo Comitê de Ética da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) sob o parecer número 5.478.883.

Ser investigadora em ciências humanas, reflete Solange Jobim e Souza (2017), é uma entrada para pensar sobre o encontro entre pessoas. E os modos de fazer essas conexões, entre pesquisadora e seu(s) outro(s), acrescentam Nogueira, Hissa e Silva (2015), correspondem ao caminhar da pesquisa, sua metodologia. Esta consiste no próprio processo do pesquisar, indica uma maneira de atravessar o mundo refratada pelo problema que nos aventuramos a vasculhar, a conhecer. “O caminho se faz caminhando”, ouvi de Valeria (Val), modelista no ateliê. Aludia, quando disse isso, ao processo artístico e à vida e, aqui, porque não, estendo ao processo de pesquisar. Compartilhávamos, assim, um ateliê-laboratório de invenção de técnicas de criação de roupas e de criação de pesquisa; coincidíamos no entendimento de que é “preciso infringir o modo de funcionamento aparente do mundo para compreendê-lo” (Nogueira, Hissa e Silva, 2015, p. 354).

Inevitavelmente, diz Roberto Cardoso de Oliveira (2000), nossa disposição para inventar o caminho condiciona-se aos nossos modos de olhar e de ouvir o mundo, pois é por meio deles que podemos percebê-lo. Considero importante ampliar esse entendimento para a possibilidade de olhar e ouvir não apenas com os olhos e os ouvidos: expando-os à capacidade de percepção integral do corpo (Buck-Morss, 1992), a qual, na prática de uma pesquisadora, afina-se ao esquema conceitual próprio de seu campo formativo teórico.

Dessa maneira, o modo de perceber a vida e o mundo e ir criando caminhos para a pesquisa adquirem contornos particulares ao sintonizarem-se às compreensões da teoria bakhtiniana: configuraram os encontros com cada pessoa do ateliê com quem tive oportunidade de trabalhar ao lado, predispondo-me a tomar as conversas informais, as trocas, na dimensão de sua particularidade, na unicidade das produções de sentido que cada encontro é gerador. Olho para esse traço “-” que separa, e ao mesmo tempo une, pesquisador-outro como o entre, o meio, a fronteira-território da percepção do todo sensorial corporal, da expressão, da negociação de sentidos, da produção de conhecimentos, da constituição de subjetividades (Amorim, 2002; Buck-Morss, 1992; Jobim e Souza, 2017; Nogueira, Hissa e Silva, 2015).

Na especificidade da produção acadêmica de conhecimento, o acontecimento do campo encontra-se com o acontecimento da escrita. É o momento em que a singularidade do encontro pesquisadora-outro(s) especifica-se e vivifica-se no/pelo modo de escrever, na realização deste outro encontro, pesquisadora-texto. Olhar, ouvir e escrever entrelaçam-se e condicionam modos de estar no campo e enformar a escrita: é uma continuidade do olhar, do

ouvir, do cheirar, do comer, do tocar que se materializam na escrita; uma continuação dos encontros, confrontos, das negociações que se deram em campo e que se presentificam no texto, em nova configuração e condições de realização.

Expõe Roberto Cardoso de Oliveira (2000, p. 32) que “o ato de escrever é simultâneo ao ato de pensar”. Neste processo de textualização, evoco a todo o tempo a vivência no ateliê, remexo o diário de campo, fuço a memória, revejo registros fotográficos, extravio-me nas lembranças; trago-as a dialogar com autores/as, estudos, passagens textuais e imagéticas. E é desse emaranhado polissêmico e polifônico que vou tecendo o fio do pensamento ao fio da escrita e enredando-os ao fio da produção de conhecimentos. O resultado da trama é imprevisível, pois da dimensão do acontecimento. A singularidade valorativa expressa nele, por sua vez, é de minha inescapável condição de autora, posição esta comprometida eticamente não com uma pretensa verdade única, mas com a abertura do arranjo de sentidos que lanço ao mundo a respostas outras, tramando-se infinitamente à cadeia dialógica da vida.

3. (Des)costurando

Costura e descostura constituem-se mutuamente no processo de fazer roupa. Ajuste, erro na costura, na modelagem ou na montagem da peça, caimento, incontáveis razões levam quem aprende a costurar também a descosturar. Construção e desconstrução da roupa: metáfora do próprio processo da vida. Uma e outra não se fazem só pelo avanço repetitivo da agulha da máquina pelo tecido ou de hábitos cotidianos. Sabemos que, apoiados na memória, conservamos e reproduzimos nossas experiências anteriores, formamos hábitos que configuram nossas relações no mundo (Vigotski, 2018; 2019). Mas não é a vida interferência constante? Não exige-nos respostas que extrapolam o modo mecânico da máquina de costura e de nossos comportamentos?

Desejos, necessidades, desafios, surpresas impelem-nos a embaralhar, recortar, (re)elaborar e (re)combinar pedaços de vida (experiências, percepções, afetações, objetos, materiais e tudo o mais que a preenche) criativamente em novos arranjos. Costurar, descosturar e recosturar materiais recolhidos da vida, devolvendo-os ao mundo sob nova organização e novas possibilidades de sentido, criam a realidade ao mesmo tempo em que criam a nós mesmos/as. Essa atividade criadora, como ensina Vigotski (2019, p. 17/18),

estende-se “por toda parte em que o [ser humano] imagina, combina, modifica e cria algo novo, (...) é condição necessária da existência”.

Assim é que os processos de fazer roupa e fazer vida encontram-se: as atividades repetitivas e as atividades criativas contraem-se, interpenetram-se, fundem-se para propor à roupa um caminho de materialização e à vida o movimento de sua humanização. Assim é que os processos de fazer do ateliê e do fazer desta pesquisa enredam-se também: às vezes, é preciso deter a ação da costura sucessiva dos tecidos (de fibras, de pensamentos, de gestos) e demorar-se descosturando, uma entrega a possibilidades de recosturá-los em outras configurações, inaugurando novas imagens, ações, sensibilidades, ligações (Rizzo; Fonseca, 2010). E assim é que dialogo estas ideias com a atividade da descostura de um quimono que “não deu certo” e me ocupou por quase dois dias no ateliê.

As peças em preparação para o desfile/exposição consistiam em um conjunto de dez quimonos, vestimenta típica do Japão³⁵. Diferenciados entre si pela técnica de construção e pela cor, reuniam-se, no ateliê de Fernanda Yamamoto, na forma tradicional do quimono, pelos materiais (tela de algodão crú e seda, basicamente) e pelo projeto que os encarnava: inspiravam-se em quimonos elaborados na década de 1960 por moradores da Comunidade Yuba³⁶; três deles, inclusive, pertenciam à própria comunidade e foram retrabalhados pela equipe, os demais foram criados e produzidos no ateliê.

Cada peça constituía uma obra por si só ao mesmo tempo em que completava (e repetia, negava, tensionava) as demais. Reunidas, e em seus processos singulares de construção, iam revelando o projeto artístico maior que as direcionava ética e esteticamente. “Não há uma teoria fechada e pronta anterior ao fazer”, diz Cecilia Almeida Salles (2011, p. 47); no movimento das mãos cada quimono ia se definindo e manifestando, através do que era selecionado, descartado e combinado, o caráter geral norteador da proposta artística.

O processo de criação artística acontece no espaço da experimentação (Salles, 2011), é movimento de permanentes modificações em busca de reduzir a distância entre o que se quer e o que se tem. Esse era o caso do quimono que Jeon me convidou à descostura: a forma atingida até aquele momento não materializava o que suas/seus criadoras/es queriam, o tecido

35 Para aprofundamento da discussão do quimono como construção vestimentar e expressão cultural nipônica, ver Luu e McKinney (2021) e Ribeiro e Santos (2017).

36 A Comunidade Yuba, localizada em Mirandópolis, interior de São Paulo, foi inaugurada há mais de cem anos por imigrantes japoneses. Trata-se de uma comunidade rural, autogestionada, onde produzem grande parte dos alimentos e artefatos dos quais necessitam. Este já é o segundo projeto de Fernanda Yamamoto desenvolvido em parceria com a comunidade. O primeiro desfile, apresentado em 2018 no SPFW, foi tema da dissertação de mestrado “Singularidades Mestiças: percursos e criação no design da coleção Comunidade Yuba”, de Mariana Watanabe Barbosa (2020).

seria reaproveitado com a modelagem refeita. “Construir é destruir” (ibid, p. 151), e, naquele caso, costurar era descosturar, abrir o tecido ao convívio com muitas possibilidades de moldes por um tempo, até que novas escolhas fossem feitas.

Disponível a qualquer tarefa, aceitei o exercício. Tratava-se de um quimono rosa *pink* feito de organza de seda, tecido muito fino e translúcido; ele possuía muitos recortes em sua modelagem, então, apresentava muitas costuras – e, por conseguinte, descosturas. Esta pode ser realizada com um descosturador, pequeno objeto semelhante à metade de uma caneta, com um metal afiado na ponta em forma de U, ou um “pique”, uma tesourinha sem alças para os dedos, que a mão precisa abraçá-la por inteiro. Preferi o descosturador, possuo mais habilidade com ele.

Sutil é o tecido, firme é a linha, delicado e preciso é o movimento para não perfurar o primeiro mas romper a segunda, acurada é a vista que deve distinguir monocromaticamente entre a linha e a trama. Minúsculo gesto que dura na repetição e se perde a cada atualização: caracteriza tanto o romper da linha quanto seu enlace entre dois pontos, tanto a costura manual quanto a descostura. É a linha que as anima e nos aproxima da palavra-costura de Edith Derdyk (2010, s/p):

“A linha é contorno, é carne, é ossatura. Qual é o corpo da linha? A linha empresta o contorno ao mundo, caminha pela superfície das coisas. Sismógrafo neuromotor, remarcando os territórios. A linha sugere proximidade e afastamento, tónus afetivo. Unidade dupla: portadora do sensível e do mental. A linha positiviza a ausência, é sempre afirmativa.”

Estendo com Derdyk (2010) a linha desse miúdo trabalho artesanal à infinitude de nosso encontro com o mundo: extensão que desvenda a superfície do mundo e a superfície do corpo; linha que a nenhum dos dois pertence, mas preenche a incerteza do entre. É na superfície corporal que se localizam os terminais de nossos sentidos (tato, visão, olfato, paladar e audição), sismógrafo neuromotor que detecta, amplifica e registra o que nos cerca, avança pela medula espinhal e chega ao cérebro. Estamos falando do circuito do sistema nervoso, que, observa Susan Buck-Morss (2012, p. 164), não se encerra pelas linhas do corpo, funciona entre fronteiras: “Como fonte dos estímulos e arena das respostas motoras, o mundo externo deve ser incluído para completar o circuito sensorial”.

A autora chama nossa atenção para a dimensão da experiência como ativadora do campo do circuito sensorial e denomina essa completude de sistema sinestésico, quer dizer,

este arranjo complexo constituidor da consciência sensorial no qual as percepções externas vinculam-se a imagens da memória e do desejo. Esforço que ela empreende ao documentar a transformação da percepção, e suas implicações, alavancada pelo modo de vida moderno a partir das considerações de Walter Benjamin acerca da alienação como condição sensorial da modernidade.

Em “A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica”, Walter Benjamin (2016) analisa os modos pelos quais as transformações nas condições de produção capitalista alteraram o curso das formas artísticas modernas. Ao se aliarem aos aparatos técnicos, tanto a arte pôde reproduzir-se em larga escala como surgem obras, como o cinema, cuja essência consiste em sua reprodução técnica. Trata-se, para o filósofo, da emergência de formas de arte que servem ao exercício do aparelho sensorial humano às novas condições de percepção e reação exigidas pela tecnologização crescente da vida cotidiana.

A experiência moderna caracteriza-se pelo efeito do choque, afirma Benjamin (2016). A base desse efeito, físico e moral a um só tempo, está na mudança das imagens em fluxo contínuo, impedindo o/a espectador/a de associar ideias, vincular memórias, pois antes que as empreenda, a imagem já não é mais a mesma. Buck-Morss (2012) salienta, sobre esse aspecto, o diálogo que Benjamin promove com a teoria freudiana para compreender como o registro da realidade a partir dos inúmeros recursos técnicos de que dispõe a câmera é fonte de impulsos de choque aos quais a consciência precisa rechaçar, protegendo-se do excesso. Nessas condições de tensão extrema, a consciência amortece o efeito dos choques impedindo que tais estímulos sejam gravados na memória; eles são repelidos da participação do sistema sinestésico. E “sem a profundidade da memória, a experiência fica empobrecida” (Buck-Morss, 2012, p. 168).

No entanto, se os efeitos de choque são a norma da experiência contemporânea, não é uma estratégia de sobrevivência responder ao mundo sem pensar? O problema aqui reside na “extorsão da experiência”, nas palavras de Buck-Morss (2012, p. 169), já que o acontecimento da experiência realiza-se quando se conecta ao passado, à memória sensorial. E é neste ponto que podemos compreender a inversão de função sofrida pelo sistema sinestésico: de sinestésico transforma-se em anestésico, adormecendo a capacidade sensorial do organismo, insensibiliza-o, extorque-o de sua própria energia vital. Diante da estimulação excessiva, ficamos entorpecidos, não registramos nada, ausentamo-nos da realidade imersos nela e, nesse

processo, degenera-se nossa capacidade de reagir (politicamente), de configurar respostas efetivamente conectadas à realidade.

Anestesia-se o organismo também por fora: opera uma tecnoestética, diz Buck-Morss (2012), na manipulação do sistema sinestésico através da interferência nos estímulos do ambiente. A partir de meados do século XIX, inovações tecnológicas foram transformando a paisagem urbana e o interior dos lares, a publicidade, os produtos, as roupas, o lazer, o cinema e a música. Benjamin (2018), analisando as passagens parisienses, já descrevia os primórdios da elaboração de ambientes totais: nas ruas, lojas de departamento, na moda, nas exposições, Benjamin esmiuçou “insignificantes” fenômenos urbanos que compunham a materialidade própria da modernidade.

Em lugar dos antigos bazares, pequenos comércios e bancas de feiras, com mostradores à calçada e seus produtos empilhados, entra em cena uma revolução no espaço comercial à altura da revolução nos meios de produção: os locais de venda tornam-se espaços investidos de decoração, estilização e espetacularização (a invenção das lojas de departamento é a maior representante do novo modelo de comércio e símbolo da nova disposição arquitetônica moderna); o surgimento de manequins proporcionou a exposição temática das mercadorias nas vitrines, compondo verdadeiros cenários teatrais. Ilustrativamente, Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015) resgatam uma vitrine de natal, de 1893, do *Bon Marché*, uma das lojas de departamento parisiense mais emblemáticas, cuja montagem representava uma cena de patinação no maior parque da cidade. Cores, texturas, contrastes, movimentos dispõem-se compondo paisagens de sonho e sedução, onde as mercadorias são elaboradas em seus melhores papéis protagonistas. “Hoje é difícil imaginar o impacto imaginário e sensitivo que as primeiras vitrines modernas tiveram”, notam Lipovetsky e Serroy (2015, p. 141). Se os autores classificam nossa atual fase como hiper é também pela capacidade capitalista em refinar ilimitadamente as formas de manipulação sensorial por meio do investimento estilístico em todos os interstícios do comércio e da vida comum.

Manequins inanimados para as vitrines comerciais, manequins vivos para os desfiles de moda. Desde Charles-Frédéric Worth, que inaugurou sua casa de Alta-Costura entre 1857-1858, eventos glamorosos passaram a apresentar as últimas novidades à clientela por meio do corpo de mulheres jovens como suporte, configurando grandes vitrines vivas para estilistas e suas criações. E, na virada do século, com a multiplicação de casas de estilistas renomadas/os, a promoção e espetacularização da moda através de desfiles passou a ser organizada em

formato mais próximo ao que se realiza hoje, tal como obedece o SPFW, com lançamentos sazonais, passarelas, modelos e repercussão midiática. À altura da teatralização dos expositores e dos espaços de venda, os desfiles inovaram a forma de comercialização e publicização do lançamento de tendências e coleções. Entre uma exibição e outra, do corpo das modelos às vitrines, sejam físicas ou virtuais, as roupas dispõem-se aos olhos realçadas por manequins jovens e longilíneas.

A arte das vitrines e dos desfiles de moda, a invenção das embalagens (a alta produção industrial necessitava escoar mais agilmente sua produção, antes a granel), assim como o cinema e a publicidade, manifestam artifícios modernos que contribuíram à intensificação da relação visual com o mundo. O que antes era tocado, cheirado, provado, reduz-se ao acesso visual nas vitrines, nas passarelas, pelas embalagens e, hoje, primordialmente, pela tela. Mesmo o que nos alcança o toque, já se oferecem aos dedos de matéria diferente, quase tudo se faz de plástico e suas variações, como o poliéster no reino dos tecidos.

Retorno à cena da descostura. A atividade havia me ocupado até o fim do dia; espreguiço, movo o pescoço. A Val olha e diz:

– Tem que sentir no corpo também!

Parece que se trata disso. Entre os dedos cabem as linhas do corpo, inclusive. As manualidades ativam outros cérebros, despertam outros tipos de comunicação corporal, avivam um saber-corpo. José Saramago (2000, p. 82/83) é indispensavelmente melhor para nos contar a esse respeito:

“são poucos os que sabem da existência de um pequeno cérebro em cada um dos dedos da mão, algures entre a falange, a falanginha e a falangeta. (...) o que os dedos sempre souberam fazer de melhor foi precisamente revelar o oculto. (...) O cérebro da cabeça andou toda a vida atrasado em relação às mãos, e mesmo nestes tempos, quando nos parece que passou à frente delas, ainda são os dedos que têm de lhe explicar as investigações do tacto, o estremecimento da epiderme ao tocar o barro, a dilaceração aguda do cinzel, a mordedura do ácido na chapa, a vibração subtil de uma folha de papel estendida, a orografia das texturas, o entramado das fibras, o abecedário em relevo do mundo”.

Eles, os dedos, é que encarregam-se de tornar o vago rumo da criação algo palpável. Na corpulência do trabalho manual que avolumava as atividades do ateliê, parece que as linhas eram essenciais, as linhas dos dedos, as linhas do corpo, as linhas de seda, as linhas de algodão e, por que não, as de poliéster; sem elas, não se transportavam as ideias à matéria.

Parece que por aí ronda a resposta revolucionária de Benjamin à alienação e ao fascismo, reconhece Buck-Morss (2012): é preciso devolver o discurso ao corpo, à realidade, ao sensorio corporal como fonte cognitiva, ao sistema sinestésico a que viemos dialogando.

À diligência de Fernanda Yamamoto e equipe nas manualidades para a elaboração das peças para a performance/exposição convêm o ânimo coletivo de um trabalho que se desenvolve entre linhas, mesmo quando a moda está a apressar o passo, mesmo quando a constância do mundo em que vivemos corrige o labor a um modo que “não se pode mais trabalhar a olho nem a palmo, por apalpação ou farejando, (...) todo entregue ao sentido interrogador do tacto”, já o sabia bem José Saramago (2000, p. 148).

4. Desmanchando alinhavos

Alinhavar, na manualidade da costura, se faz com pontos largos; une os pedaços em pontos provisórios, geralmente para facilitar a costura à máquina, os quais serão desmanchados depois. Fazer e desfazer alinhavos é relativamente simples, não pede força, os pontos rapidamente se vão. No caso das peças que estavam sendo preparadas no ateliê, a costura à mão do alinhavo auxiliava a costura à mão de pontos invisíveis.

Um dia, Jeon e eu sentamos à mesa para desmanchar alinhavos do quimono verde, era um dos quimonos originais de Yuba. A organza de seda já havia sido imperceptivelmente costurada a ele, revestindo o tecido grosso de algodão. Desse modo, os alinhavos já podiam ser dispensados e, enquanto o fazíamos, conversávamos:

– Como se relacionam os momentos de fazer as coleções (comerciais) e fazer o desfile?
(Pesquisadora)

– Ah, nas lembranças que ficam durante o ano, dos perrengues juntos, das coisas engraçadas.
(Jeon)

– E na parte do trabalho, eles se relacionam? (Pesquisadora)

– A gente sempre adapta algo que foi usado no desfile para a coleção comercial, de forma mais simples. Mas as técnicas que usamos no desfile, a costura à mão, é só pro desfile. (Jeon)

Em época de preparação de desfile, a produção comercial fica em segundo plano e o ateliê envolve-se em um grande projeto artístico coletivo. As peças que precisam de bordado

vão circulando de mão em mão, conforme a disponibilidade de cada um; a loja fecha e Sueli, vendedora na loja, sobe para bordar; sobram máquinas, faltam mãos; as tarefas rotineiras pausam e todos “fazem de tudo”; vi o Oseias, contratado para a função de cortador, bordar, costurar à mão, construir textura xadrez com fios de seda; a Marina, modelista, cortava, fazia dobradura em tecido, tingia seda. As relações habituais do ateliê se embaralhavam, as pessoas transitavam entre atividades e lugares a ocupar.

O movimento construtivo próprio à arte é também uma forma de nos aproximarmos dela, para além do lugar da recepção estética de uma obra entregue ao público (Salles, 2011). Ao estar com o pessoal do ateliê em momento de criação latente, pude ser interpelada pela potência artística que morava entre suas mãos e seus gestos, entre o que diziam e o que faziam, entre o que olhavam e o que transformavam. Frestas estas impalpáveis e inomináveis, às quais só as linhas podem resolver, mas capazes de descrever o que a arte pode disponibilizar, essa capacidade de “interromper ou de problematizar as coordenadas sensoriais que qualquer um emprega para se relacionar com o mundo em que vive. Coordenadas relacionadas a noções de espaço, de tempo, mas também a relações de hierarquias de toda ordem” (Anjos, 2014, p. 18).

A arte bagunça as referências que habitualmente nos situam. O ateliê, movido pela intensidade do processo de criação artística, transformava os lugares a ocupar, as tarefas a fazer, os materiais a pegar, os conteúdos a pensar, as palavras a dizer, os movimentos a completar, os sentidos a inventar. Perturbando nossas percepções limítrofes com o mundo, o fazer artístico coletivo inerva-se pelas relações e pelo espaço, integra-os organicamente ao seu devir; é processo que “valoriza a alteridade do convívio”, como diz Irene Machado (2020, p. 59).

Todos/as juntos/as trabalhando na mesma grande sala do ateliê; mesmo as funções administrativas embolavam-se em uma das cinco mesas do espaço. Alguns revezavam lugar com uma outra sala, no andar de baixo. Oséias ensinava Fernanda como estava fazendo o bordado dourado no quimono rosa; eram dois bordadeiros trabalhando lado a lado. Netto, Marina, Jeon e Oséias armavam dobradura em tecido; eram quatro escultores de uma peça de 2 metros de comprimento. Fui aprender com a Sil como ela colocava elástico no cós das calças; era uma costureira ensinando outra costureira. Nesse momento, sentei próximo a ela, no canto das máquinas, olhei pro lado: uma festa de rolos de linhas pulavam pelas mesas e pelos cantos no chão como se tivessem se revoltado de seus lugares rotineiramente

enfileirados nas prateleiras diante delas. O levante das linhas era por causa da movimentação do desfile, me contou.

As organzas utilizadas na montagem das peças foram tingidas manualmente. Os fios de seda, igualmente. Marina tingia tudo no quintal que havia nos fundos da loja. Tecidos no varal, baldes pelo quintal, sensação familiar. Algo de doméstico em um contexto de trabalho, é perspicaz essa subversão da arte. O movimento de criação ia agregando elementos novos ao ambiente, fazia emergir outros usos dos espaços, solicitava o uso não usual dos objetos. Às vezes, era preciso alcançar um instrumento escondido, arrastar mesas, congestionar passagens, liberar outras; peças que eram dadas por finalizadas, saíam de cena, não ocupavam mais o espaço nem as vistas. A tarefa de criação da performance/exposição, um trabalho de arte, exigia de todas/os/es uma postura investigativa a vasculhar potenciais criativos, sejam no espaço, sejam nos dedos, sejam nas coisas, sejam nos seus modos de interação; nos entres, na intensidade dos encontros, alinhavos, costuras e descosturas, abriam-se caminhos de subjetivação.

À ideologia romântica do/a artista solitário/a, os modos de criar instituídos no ateliê de Fernanda Yamamoto tensionam: a figura do/a autor/a é redefinida a partir da inserção da prática artística em uma rede de criação. Com Salles (2016), podemos pensar essa rede como processo no qual coexistem flexibilidade, mobilidade, inacabamento, influência mútua e ação transformadora. Ainda que a autora aproxime tais conceitos à rede de pensamento do/a artista, eles servem em perfeito juízo às condições criativas propiciadas no ateliê, que dizem não de um, mas das ações e relações de todos/as. Naquele contexto, vi a arte emergir de um comportamento coletivo cooperativo: a intensa rede de interações de seus membros pressupunha ações recíprocas, isto é, a ação de uma pessoa reverberava nas das demais porque, densamente conectadas, cada ato expandia-se por todos os lados. Esse funcionamento em rede ficou especialmente destacado para mim nas imagens das peças que iam circulando entre as pessoas, cada um empenhando-se numa tarefa diferente que era, ao mesmo tempo, dependente e condicionada pelo que foi feito anteriormente por outra pessoa. “Fez tudo errado, mas tudo bem, a gente vai usar assim mesmo. Não se preocupe!”, brincou em determinado momento Jeon, ao se referir ao que Oséias tinha feito.

São as relações que vão se tecendo nesse processo de produção do objeto artístico. A criação pertence ao campo relacional e acompanhá-la exige um olhar relacional: com pequenos gestos, múltiplas e simultâneas tarefas, não lineares, e variadas funções, não

hierárquicas, tecem relações e operam sentidos, que vão se amalgamando aos elementos envolvidos no percurso, transfigurando-os em uma forma, uma obra específica.

Ao percebermos as peças em criação como parte intrincada de uma complexa e indefinida rede, tramada pela proliferação de inferências e no modo singular em que esse arrançamento vai se unindo, desmoronamos o conceito de que o criador é o “maestro da orquestra de faculdades manuais e mentais concentradas em torno de um princípio único, seu estilo” (Bourriaud, 2009, p. 132). Em seu lugar, podemos armar a rede na qual Fernanda Yamamoto ocupava lugar de maestrina, regendo o grande grupo que se dividia entre atividades comerciais e artísticas, enquanto Jeon, contrariando o lugar clássico do coordenador “supervisor”, exercitava seu papel com o trabalho lado a lado; ensinar é a palavra que descreve melhor o caso ao invés de delegar, geralmente atada à imagem da função coordenadora.

A essa altura, podemos dizer que o modo de criar no ateliê fazia jus ao verdadeiro estilo defendido por Bourriaud (2009), aquele que não se forja no fazer homogeneizado e unificado na figura pessoal do artista, mas impõe-se pelo movimento pensante e circulante. Se orquestravam um concerto, Fernanda e Jeon, este só acontecia porque todos/as/es participavam, pensavam ativamente. Processo de criação compartilhado, convívio de alinhavo, feito e desfeito organicamente.

5. Pontos invisíveis

A costureira larga a máquina. Pega agulha e linha.

– A máquina da Sil é a mão hoje (Silvia é piloteira há nove anos na empresa). (Netto, modelista *freelancer*)

– É a mão, a cabeça... (Val)

Ao costurar esta escrita em diálogo com Bourriaud (2009) e Anjos (2014), sabemos que a vontade da arte se acerca da desengrenagem de funcionamentos mecânicos, da redução de automatismos perceptivos. A arte desmaquiniza-nos ao mesmo tempo em que é possibilidade de resgatar às mãos uma instrumentalização artística, expandindo-as ao poder inventivo (Benjamin, 2016). A transposição do movimento da criação pela máquina para o

movimento de criação do corpo promove um encontro do corpo com a matéria, da matéria com a memória. Largar a máquina, pegar agulha, linha, lambar o dedo a afiar a ponta da linha até que atravesse a cabeça da agulha, deixar ela escorrer um tanto, cortar, dar o nó, segurar o tecido com uma mão, linha e agulha com a outra, levá-las e trazê-las, dando voltas no ar, a furar o tecido de modo quase imperceptível, seria invisível se não deixasse seu rastro entre os tecidos que prende, o de algodão e o de seda, e o de corpo e de memória.

O hábito é um tipo de memória, afirma Vigotski (2018), e é através da repetição que eles se exercitam. O ir e vir da agulha opera um hábito, habilita uma técnica. Na mesmice do gesto circular mora a espessura do tempo, diz Derdyk (2010): o movimento contínuo e repetitivo arrasta o tempo pela eternidade e, sincronicamente, atualiza-se em novo impulso justamente quando perdeu-se do que o antecedeu, inauguração de cada instante. Na duração da ação, perpetuam o tempo e a ação da memória. Aí cabe o esforço de reter o que estimulou o passado e a esperança de atenuar a incerteza do futuro. Cada reinício, por sua vez, interrompe a repetição, a torna outra, soma-se às anteriores, acumula os elementos que a elas podem se conectar. Eis a possibilidade de criação.

A costura manual é conhecimento ancestral desvelado na repetição do gesto e, ao mesmo tempo, chance “de combinar o velho de novas maneiras” (Vigotski, 2019, p. 19), pois mesmo na pequenez monótona do ato, dois pontos nunca se ligam da mesma maneira; mesmo quando se recostura depois da descostura, a agulha não fura o tecido nos mesmos lugares. É promessa do novo gestada no mesmo, presente. Paradoxo dialético inexorável do movimento da vida e da criação dos quimonos. Aí cabe a profundidade da experiência.

Na linha do visível ao invisível, costurar, descosturar, recortar, riscar, tramar, plissar, esticar, bordar, reparar, fragmentar, unir compunham o curso das movimentações artísticas que as várias mãos se empenhavam no ateliê e, simultaneamente, apresentavam procedimentos capazes de associar complexas esferas da ação perceptiva a processos construtivos da arte (Machado, 2020). Entre gestos artesanais e artísticos, punham a funcionar aqueles nossos pequeninos cérebros, ligando dimensões de nossa percepção sensorial usualmente desativadas. Faz, afasta-se, olha, faz mais um pouco, olha de novo, desfaz, segue: os sentidos eram reunidos para conversar com a matéria artística, sua unificação era requerida a despeito do fracionamento do tempo, do trabalho e dos sentidos que persistiam em dispersar-nos.

Duplo desafio. Se o fazer artístico concentrado em técnicas manuais pode tocar territórios vibráteis de nosso ser geralmente pouco acessados na atualidade, em virtude da propalada facilidade com que acessamos bens e serviços a um simples click que contribui para mover a produção industrial em massa, não é menos verdade que continua a produzir seus efeitos no corpo e reverberar em condições existenciais atuais.

Vivi isso intensamente no tempo em que estive no ateliê e participei do processo de criação das obras para a performance/exposição. Corpo doendo, vista cansada, assim terminavam meus dias. O trabalho manual nos impõe uma disposição corporal não habitual aos nossos tempos inquietos, ultrarrápidos. Sua densidade não passa despercebida à concretude do corpo: nem ao meu, desabitado ao exercício artesanal prolongado, nem ao das pessoas que trabalhavam no ateliê, mesmo acostumados e mais tecnicamente preparados à repetição variável da linha com agulha.

Concentrar-se por horas, literalmente, a fio é um desafio, um des-a-fio, ao modo de nosso pensar cafetinado³⁷, ao bombardeio de imagens e informações em ritmo acelerado que compassam nossa capacidade de atenção e a própria existência à mesma velocidade. Mais ainda, é a combinação de seu exercício, dessa manualidade, com o ritmo do labor e da vida sob a égide da lógica de produção capitalista: 8, 10, 12 horas na mesma função diária, diferente do ritmo que se impunha à vida quando eram as manualidades que a produziam materialmente. Premido pela necessidade de um compromisso assumido – preparar uma coleção para um desfile – o tempo lento artesanal demandava exceder-se nas horas e, de certo ângulo, vir conjugado com a pressa da costura à máquina.

Tal era a condição para o trabalho manual persistir na prática artística que se realizava no ateliê, tal é a condição da preservação de fazeres tradicionais conciliada ao sistema de moda regido por estratégias financeiras e objetivos comerciais. São planos ideológicos cuja possibilidade de coexistência manifestam “a expressão mais pura e mais autêntica do espírito do capitalismo”, afirma Bakhtin (2018, p. 20). Está o autor referindo-se à construção do romance polifônico de Dostoiévski e, aqui, serve-nos a aventar condições de possibilidade do trabalho à mão interagir, conviver, tensionar, contradizer e visibilizar a coexistência de forças e a simultaneidade de vozes plurais e irremediavelmente contraditórias constitutivas de nosso estado social atual. Convida-nos também a questionar: seria o trabalho manual coagido ao

37 Suely Rolnik (2019) denomina cafetinagem ao modo como o regime colonial-capitalístico se apropria do modo de produção de nossa subjetividade. A força motora da atual fase do capital é a própria potência de criação individual e coletiva de novas formas de realidade; da exploração cultural e subjetiva, e não só econômica, é que a nova dobra capitalista extrai sua força.

tempo, se a lógica sob a qual a criação estivesse submetida divergisse dessa que nos designa o capitalismo neoliberal e financeirizado?

O modo como a costura manual coexiste, confronta e se organiza pela lógica capitalista operante no sistema de moda encontram uma formação singular no trabalho desenvolvido por Fernanda Yamamoto e equipe. As três bordadeiras “extras” foram essenciais na preparação do desfile pois os bordados pareciam não ter fim; o tempo, no entanto, urgia. Na agilidade das mãos dessas mulheres flagrava-se a ação costumeira: depois que “pegavam o jeito” da proposta, rapidamente, enlaçavam a linha ao tecido e os motivos iam se fazendo enquanto conversavam entre si.

Vigotski (2018) diz que criar um hábito, como o bordado, implica esforço, continuidade e atenção até que se torne um modo automático de comportamento no qual já perdemos a noção precisa do movimento executado. Contudo, para que o corpo não se repita infinitamente, Vigotski (2018) explica que à repetição de movimentos associa-se o efeito da exaustão do organismo, impedindo que a mesma ação reflexa predomine ante as demais e outras reações possam surgir. A exaustão funciona, assim, como uma “destruidora de hábitos” e colabora para a diversificação de nossas respostas diante da diversidade dos fenômenos da vida. Do hábito à exaustão há um ínfimo ou um infinito da potência criadora humana. Aí encontramos também a dinâmica em que se tramava o ateliê no processo de materialização do projeto dos quimonos. É sobre uma expertise técnica que podem criar obras e a si mesmos; justamente porque muitas habilidades técnicas foram automatizadas é que o corpo pode levar suas energias a objetivos mais amplos.

6. Entrelinhas

Se o grande projeto coletivo de criação da performance/exposição reorganizava provisoriamente a dinâmica do ateliê, a produção comercial, mesmo secundária, não parava. Como se sustentaria, afinal, aquela produção artística toda? Ossos, ou melhor, veias artísticas em tempos capitalísticos; não há descanso. Ainda que o rebuliço artístico estivesse a dominar a ocupação dos espaços e das mãos, algumas pessoas dedicavam-se majoritariamente à produção comercial. Mas isso não era fixo, é do feitio da arte interromper a fixidez: depois do expediente ou nos finais de semana e feriados, uns colaboravam com a produção do desfile,

assim como havia momentos em que Jeon e Sil, por exemplo, concentravam-se em afazeres da produção das roupas comerciais.

O caminho em direção à exposição das obras criadas tinha uma data de fim, a data do desfile. Mas essa parada não indicava fim do processo artístico e, sim, a impossibilidade de continuar... Dois caminhos nos levam a completar essa frase. O primeiro conduz à condição de inacabamento inerente aos processos de criação: o resultado entregue ao público – na ocasião, comprometido com a programação do SPFW – é sempre uma das versões possíveis arranjada entre “contínuos gestos aproximativos” (Salles, 2016, p. 21) que buscam satisfazer o/a artista; sendo assim, a obra vive em permanente estado potencial de modificação, pois a completude absoluta é inatingível. É o que fica manifestamente expresso nas palavras de Val: “Se sobra tempo, se terminamos antes, a gente não vai descansar. A Fê sempre inventa algo. Agora, se terminássemos antes, faríamos os chapéus.”

Já o outro caminho convida-nos, na verdade, ao exercício de uma costura, à qual prossigo com a conversa a seguir.

- Segunda (depois do desfile) já está de volta, Jeon? (Pesquisadora)
- Sim. Aí vamos trabalhar na coleção de inverno pra lançar em fevereiro. (Jeon)
- E como é terminar um desfile e logo começar a elaborar uma coleção? (Pesquisadora)
- Ah, não tem jeito, né? Tem que ser! (Jeon)

A produção comercial empresta momentaneamente seu papel protagonista, sua gente e seu espaço ao projeto artístico; no entanto, na economia de mercado, ela precisa se manter em funcionamento constante. Fernanda Yamamoto é uma marca, uma empresa que vende roupas. E mesmo que fosse um coletivo dedicado exclusivamente a criações artísticas também não estaria distante do mercado, mas, nesse caso, seus produtos poderiam ser denominados peças de arte, obras artísticas.

Arte e mercado não são mais realidades apartadas: sua idade romântica sucumbiu à atual versão capitalista, mundializada, financeirizada, estetizada; foi integrada ao seu funcionamento (Lipovetsky; Serroy, 2015). Artistas do campo áudio-visual vendem *shows*, concertos, peças, filmes, suas imagens; escritores vendem livros, alguns transformados em *best-sellers*; o quadro “*Diego y yo*”, de Frida Kahlo, foi vendido em leilão por 34,9 milhões

de dólares, em 2021³⁸; o artista Javier Calleja desenha tênis para a marca Vans³⁹, em 2022. Inúmeras são as formas em que a atividade artística incorpora-se ao universo mercantil. Isso no cenário “otimista” dos artistas que logram notoriedade. A realidade, no entanto, é que a desigualdade gerada e gerida pelo sistema capitalista provoca-nos com disparidades extremas entre os pouquíssimos nomes que abocanham enorme reconhecimento mundial e rendimento à revelia de uma massa de profissionais do campo artístico com poucos ganhos, invisibilidade e situação trabalhista instável, onde muitos precisam recorrer a um trabalho paralelo para sobrevivência, como observam Lipovetsky e Serroy (2015).

E se levarmos em conta as leis de incentivo à cultura no cenário brasileiro, a questão torna-se deprimente. A Lei Rouanet, a título de ilustração, principal instrumento de fomento público à cultura via captação de recursos junto à iniciativa privada, sofreu no governo de Jair Bolsonaro cortes no teto de financiamento e no valor máximo para a isenção fiscal, além da criação de empecilhos burocráticos, inviabilizando de maneira prática o acesso ao financiamento de iniciativas culturais e artísticas⁴⁰. Um dia, Fernanda Yamamoto ia ao Centro Cultural São Paulo (CCSP), local do desfile, e me convidou para acompanhá-la. A montagem da exposição estava sendo feita e era preciso receber os objetos de Yuba. No caminho, perguntei se ela se interessava em levar a exposição de Yuba para outros espaços também e sua resposta alcançou justamente esse tema: montar uma exposição implicava alto custo e não havia disponibilidade de recursos para isso, citando a inviabilidade da Lei Rouanet.

É na inter-relação do geral e do específico que encontramos modos de prosseguir no caminho que nos trouxe até aqui. Isto é, não podemos perder de vista o tempo e o espaço da criação de Fernanda Yamamoto e equipe, é preciso contextualizá-la, situá-la na rede de relações mais amplas, histórica e culturalmente (re)produzidas. A impossibilidade de continuar as criações artísticas toma sentido, nesse caso, tanto pela sua emergência atrelada a um evento do circuito dominante de moda, cujo cronograma e orçamento cumprem-se para a apresentação do desfile, quanto porque a produção comercial da marca é um dos alicerces para que esse momento artístico siga frequentando a casa.

Continuando a conversa com a artista, no trajeto que nos levava ao CCSP:

– Mudou alguma coisa no seu processo de trabalho ao longo dos anos? (Pesquisadora)

38 <https://brasil.elpais.com/cultura/2021-11-17/autorretrato-de-frida-kahlo-desbanca-diego-rivera-como-a-mais-cara-obra-de-arte-latino-americana.html>

39 <https://www.vans.com.br/blog/lifestyle/a-divisao-vault-by-vans-traz-vida-aos-personagens-iconicos-do-aclamado-artista-javier-calleja>

40 <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2022/06/02/o-que-e-a-lei-rouanet.htm>

– Ah, sim, mudou bastante. Antes, eu desenhava e tinha mais duas pessoas só. Era pequeno. Com o tempo, a gente foi afinando a coleção comercial. Fizemos uma pesquisa de opinião do consumidor que foi muito importante nesse processo. O ateliê era muito experimental e ouvimos que as clientes não queriam “andar na rua parecendo obra de arte”; coisas que pra gente no ateliê eram simples, básicas, pras clientes, não.

As coleções comerciais representam o momento em que o modo de fazer do ateliê aproxima-se ao modo de fazer roupas estabelecido no mundo da moda: a criação é pré-determinada pelo perfil da clientela e a produção das roupas, em quantidade, é terceirizada às oficinas. Apenas as peças-piloto são feitas no ateliê. O processo de trabalho diverge da situação de criação artística em que pensar e fazer estão amalgamados; neste momento, criar e produzir podem se dissociar, fragmentam-se e regulam-se de acordo com a lógica da divisão do trabalho capitalista, as funções de cada pessoa delimitam-se. Como disse Val, “não importa se eu gosto, tenho que criar pensando na cliente da Fernanda Yamamoto”.

As atividades da equipe do ateliê poderiam constituir-se unicamente de produção de mercadorias, de pensar roupas a partir dos gostos das clientes porque é preciso vender, de realizar invariavelmente as mesmas tarefas; poderiam levar “a energia subjetiva a derivar [sempre] para os produtos”, pensando com Bourriaud (2009, p. 137). Mas não. Ainda que as exigências do mercado permanecessem marcando o ateliê, eles e elas pausavam as máquinas, em determinados momentos, ou subvertiam seus funcionamentos “normais”: paravam de pensar nos gostos das clientes, no que ia vender, para fazer arte.

– E pro desfile, você cria pensando em quem? (Pesquisadora)

– Pro desfile, eu sinto. Eu consigo me expressar, é a hora de pirar, como diz a Fernanda. (Val)

Eis a importância da arte que nos ensina Vigotski (1998): é técnica social do sentimento. Ela “modifica a vontade em um sentido novo, formula para a mente e revive para o sentimento aquelas emoções, paixões e vícios que sem ela teriam permanecido em estado indefinido e imóvel” (Vigotski, 1998, p. 316). Não se trata, é preciso sublinhar, de um sentimento individual que se torna social. A questão central reside na essência social que caracteriza toda atividade humana e a complexidade que ela assume na especificidade da relação entre criação artística e realidade. A arte transforma os sentimentos, e essa transformação é fundamental para a instituição de relações outras com a realidade.

Por meio da atividade criadora, as emoções podem se refundir em um objeto estético, objetivar-se em uma forma inteiramente nova e estranha à realidade, que contribui para

modificá-la. Nossas emoções e sentimentos servem-se de ideias e imagens hauridas da realidade para expressarem-se; não se constituem em estado vago, mas entrelaçam-se a impressões isoladas de nossas experiências. A imaginação reelabora esses elementos retirados da realidade, cria com eles imagens fantásticas para expressar as emoções, as quais podem ganhar materialidade por meio do trabalho artístico e, assim, incorporar “ao ciclo da vida social os aspectos mais íntimos e pessoais de nosso ser” (Vigotski, 1998, p. 315). No entanto, Vigotski (1998) enfatiza que o sentimento sozinho não cria arte: a ele somam-se técnica, expertise e, algo fundamental, a superação desse sentimento, sua transformação.

Por estas vias, compreendemos que toda produção artística é resultado da combinação e elaboração complexa de materiais recolhidos da realidade da/o artista, condicionados pelo seu contexto histórico e socialmente produzido. As possibilidades da criação artística configuram-se, desse modo, em um arranjo singular das condições de cada pessoa: trajetória de vida, experiências, afecções, tempo e espaço em que vive. A potência da arte reside justamente em sua condição transformadora e o processo de criação artístico se revela caminho de reinvenção dos elementos da vida, de si mesmo e do mundo (Reis; Zanella, 2014).

Um dos quimonos idealizado por Val, por exemplo, combinava duas técnicas já desenvolvidas no ateliê e utilizadas em coleções comerciais, a técnica “dos quadradinhos”⁴¹ e a do origami⁴². A partir desses dois elementos conhecidos, misturados a outros diversos aspectos condicionantes de suas possibilidades de (re)inventar, Val criou algo totalmente novo. Tanto ela como as demais pessoas que trabalham no ateliê recolhem da vida e da moda que fazem todos os dias seus materiais para produzir algo acima desses materiais, parafraseando Vigotski (1998), e os tornam outros, produzindo um arranjo novo e singular que se agregará aos seus próximos fazeres rotineiros e artísticos, às experiências individuais e à realidade (Vigotski, 1998).

E se os traços dessa escrita também vêm se contornando pelas linhas, é a qualidade contínua delas que nos anima a ler as entrelinhas e inverter o sentido daquela impossibilidade

41 Trata-se de técnica em que quadrados de tecidos são encaixados uns aos outros e sobrepostos a um tecido base, resultando em uma textura. Em 2014, Fernanda Yamamoto ganhou primeiro lugar no 28º Prêmio Design Museu da Casa Brasileira, na categoria têxtil, com um vestido produzido por meio desta técnica (<https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/fernanda-yamamoto-vence-28o-premio-design-museu-da-casa-brasileira-na-categoria-textil-698/>).

42 O origami é uma técnica japonesa para produzir formas através da dobradura de papéis, sem utilizar cola, tesoura ou fita adesiva. No ateliê de Fernanda Yamamoto, a técnica é feita com tecidos que são vincados a ferro ou prensa para a obtenção de variadas formas.

de continuar em possibilidade. Viemos evidenciando que a criação é processo que se dá na continuidade, seu acontecimento transcorre ao longo do tempo (Vigotski, 1998; 2018); essa é a perspectiva temporal a qual devemos apreender a criação, enfatiza Salles (2016).

A arte é uma força organizadora do organismo, diz Vigotski (1998; 2018). Dela, não decorrem ações imediatas, reações concretas, sua função é muito mais sutil e nem por isso deixa de exigir respostas. A arte age sorrateiramente por meandros subterrâneos da nossa subjetividade, das nossas ações, do nosso corpo; dá acesso às profundezas sensoriais e orienta-nos para o futuro. Ela prepara o corpo como prepara o ateliê para o ano todo, estimulando e revelando-se em potencialidades que, sem sua mobilização, permaneceriam esquecidas. O que conta Marina nos dá pistas desses modos clandestinamente sensibilizadores da arte operar:

– Quando passa o desfile, todos voltam a trabalhar quietos, a gente passa uma semana num luto coletivo... (Marina)

A adrenalina dos prazos, a conexão que se produz durante o processo de criação coletiva, a expectativa com o resultado da performance/exposição e sua aceitação pelo público, tudo contribui para o envolvimento de todos/as/es e o dispêndio de energia no entretecer de panos, linhas e formas. Passado o furacão, o retorno à calma produz um sentimento, como diz Marina, de luto, de perda de algo que não sabe precisar. A resposta que a arte movimenta no ateliê escapa à precisão, mas imprime seus rastros na experimentação, no adensamento das relações, na produção de experiências compartilháveis, opera na concretude dos corpos. Ao pararem para fazer arte, abrem respiro ao hábito que marca o cotidiano da produção comercial. Na exaustão de um momento, criam possibilidades de vida ao outro, potencialização recíproca. Uma noite no ateliê em que restou somente Val, Jeon e Netto, perguntei:

– Como vocês acham que seria o trabalho aqui se não houvesse essa parada pro desfile?

– Eu não estaria aqui. (Val)

– Acho que não seria a Fê, não existiria a marca. (Jeon)

Fernanda Yamamoto produz arte e vende roupas. Criação artística e comercial se mesclam no ateliê, não termina uma e começa outra, ambas vão se fazendo infinitamente. Os resultados que alcançam frutificam do trabalho criativo e produtivo que empregam ao longo do tempo, das aprendizagens resultantes da experimentação, do exercício técnico, das

formulações novas, da flexibilidade nas atividades que desempenham, das esferas perceptuais que mobilizam continuamente, do reconhecimento externo, dos vínculos relacionais, da valorização do trabalho coletivo e do senso de comunidade que daí emerge.

Coexistência de produção de arte e produção de roupas comerciais circundando o mesmo espaço e a mesma gente, cujos efeitos reverberam ao longo do tempo de maneiras inesperadas. Se podemos dizer algo a esse respeito, é que a possibilidade de Fernando Jeon criar um bolso deslocado e a possibilidade de Fernanda Yamamoto inventar uma moda deslocada rondam a sutileza prolongada das linhas tramadas pelo fio *continuum* do tempo. Entre um deslocamento e outro, germinam oportunidades de deslocamentos das costuras: para além das roupas, das costuras subjetivas.

Ao desafiarem práticas dominantes de fazer roupa e fazer moda, buscando vias que acessem o fazer artístico coletivo e resguardem o fazer manual, desdobrados em trabalhos de experimentação constante, tanto firmam resistências aos modos de subjetivação cafetinados pelo capital, quanto instauram desvios propícios à reconexão da força de criação vital ao saber do corpo (Rolnik, 2019). Enquanto experimentam modos de fazer, de sentir e de vestir, experimentam a si mesmos: podem explorar caminhos de pensamento, de religação de seus microcérebros, de escuta dos afetos, desejos e seus efeitos no corpo, dando passagem a eles na materialização de suas criações. No acontecimento desses devires é que se pratica a reapropriação da potência de criação individual e coletiva, um exercício que “se torna possível por breves e fugazes momentos e cuja consistência, frequência e duração aos poucos se ampliam, à medida que o trabalho avança” (Rolnik, 2019, p. 37). Por este ângulo, flagramos também a criação de modos dissidentes de subjetivação no sentido temporal de que sinaliza Salles (2016) acerca do processo criador artístico: as (re)invenções de roupas, de si e do coletivo qualificam-se na persistente continuidade do processo.

Nessa direção, apreendemos com Suely Rolnik (2019) que mover políticas de produção de subjetividade e de desejo em territórios divergentes ao regime vigente configura-se na arena do embate; produz-se em tensão constante às formas multiplicantes que o capital engendra à expropriação da nossa potência de criação conectada à vida, a fim de manter seu motor em funcionamento.

A refletir sobre esse choque de forças, os escritos de Mikhail Bakhtin (2018) contribuem para uma articulação derradeira, mas imprescindível: podemos pensar o funcionamento do ateliê, imerso no sistema de moda, como a colisão de mundos, um

entrelaçamento contraditório de múltiplos campos sociais objetivados na realidade específica do ateliê. Quer dizer, interpretar sua dinâmica implica vislumbrar que a interação simultânea desses planos ecoa as forças e vozes coexistentes e contraditórias de nossa época e, sendo inconciliáveis, dispõem-se eternamente ao diálogo, ao movimento da responsabilidade que não cessa, não vê fim, nem vencedor. Dito pelas palavras do próprio Bakhtin (2018, p. 20): “Em cada átomo da vida vibra essa unidade contraditória do mundo capitalista e da consciência capitalista, sem permitir que nada se aquiete em seu isolamento, mas, simultaneamente, sem nada resolver”.

Há, ao mesmo tempo, contradição e nexos de reciprocidade entre o ateliê e o sistema de moda; trabalham artisticamente com a moda ao mesmo tempo em que produzem comercialmente peças de vestuário. Não há conciliação. As brechas que encontram a subverter o vício subjetivo que alimenta as respostas prontas diante da vida traduzem-se no modo singular de produzirem arte e moda dialogicamente, em momentos que se retroalimentam, complementam, tensionam, respondem um ao outro e ao mundo simultaneamente. E é nessa tensão dos encontros e desencontros entre vozes sociais de variados tempos que se podem movimentar as linhas com as quais a subjetividade, a moda e a vida são costuradas, descosturadas e recosturadas.

7. Linhas finais de um tramado inacabável

Ao investigar o processo de criação de uma performance/exposição para a primeira edição presencial pós-pandemia do SPFW por Fernanda Yamamoto e equipe, encontrei pessoas, materiais, uma loja, uma grande sala de ateliê, um quintal. Bakhtin (2011) nos ensina que não acessamos diretamente o processo criador, dele só podemos ver o que está sendo criado; sendo, no gerúndio, corrobora Salles (2016), e participar desse processo, lançar o próprio corpo ao movimento de criação naquele espaço-tempo, foi o modo como a pesquisa aconteceu.

A intenção com esta escrita foi reativar a processualidade da rede que acompanhei através das sensações, percepções e afecções que me interpelaram nos dias em que experienciei o ateliê. Busquei um olhar interpretativo relacional, estabelecendo nexos que ousaram desenhar os movimentos que me movimentaram também. Visibilizar o ateliê como

consonância imiscível de campos sociais foi o modo que encontrei de lançar ao mundo nosso encontro; uma tentativa de traduzir nestas linhas compostas por letras, espaços e sinais de pontuação o emaranhado das linhas criativas, ainda que a inexorável incompletude tanto de um como de outro frustrem qualquer tentativa de consideração final.

Mas a afirmação do ateliê como espaço dialógico vem também com a força própria de apresentar-se ao mundo com o mesmo atrevimento que a arte o faz, com a responsabilidade ética amalgamada à compreensão da criação presentificada em cada gesto, em cada palavra, em cada olhar. Investigar o ateliê de Fernanda Yamamoto foi descobrir que ali inventam um novo modo de interagir com o mundo. Isso é especialmente cativo quando essa interação envolve um diálogo com a moda, escapando da fixidez de suas práticas e produções para improvisar formas que condensam a dialogia do próprio processo de sua criação.

Quanto cabe num bolso, simples ou complexo que seja, afinal, falha qualquer tentativa de mensuração, de precisão, de sistematização; melhor seria se demorar nas qualidades contínuas das linhas que sutilmente o preenchem de tato, de escuta, de olhares, de paladares, de sensações e afecções, e gestam o deslocar ínfimo ou infinito, mas consistente, de modos de (re)criar roupas, modas, vidas, convívios, subjetividades.

Referências

AMORIM, Marília. Vozes e silêncio no texto de pesquisa em ciências humanas. **Cadernos de Pesquisa**, [s. l.], n. 116, p. 7-19, jul. 2002.

ANJOS, Moacir dos. **Política da arte**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 2014.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 6 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

_____. **Problemas da poética de Dostoiévski**. 5 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2018.

BARBOSA, Mariana Watanabe. Um culto aos "bravos pioneiros": a ancestralidade na coleção comunidade yuba, da designer de moda fernanda yamamoto. **Datjournal**, v. 5, n. 4, p. 258-275, 2020.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 2016. p. 179-212.

_____. **Passagens**. Ed UFMG, 2018.

BOURRIAUD, Nicolas. **Estética relacional**. São Paulo: M. Fontes, 2009.

BUCK-MORSS, Susan. Estética e anestésica: uma reconsideração de A obra de arte de Walter Benjamin. **Benjamin e a obra de arte: técnica, imagem, percepção**. Rio de Janeiro: Contraponto, p. 155-204, 2012.

DERDYK, Edith. **Linha de costura**. Editora C/Arte, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LUU, Sophia; MCKINNEY, Ellen. Kimono: elucidating meanings of Japanese textile artifacts for a museum audience. **Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material**, v. 29, 2021.

MACHADO, Irene de Araujo. Experiências estético-dialógicas em arte-ativismo. **ARS** (São Paulo), v. 17, p. 45-74, 2020.

NOGUEIRA, Maria Luísa Magalhães; HISSA, Cássio Eduardo Viana; SILVA, Jardel Sander. O caminhar como recurso metodológico: sobre imagem e discurso. **Psicologia Social em experimentações: arte, estética e imagem**, p. 354-378, 2015.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. **O trabalho do antropólogo**. Brasília: Paralelo, v. 15, p. 16-35, 2000.

REIS, Alice Casanova dos; ZANELLA, Andréa Vieira. Arte e vida, vida e (em) arte: Entrelaçamentos a partir de Vygotsky e Bakhtin. **Psicologia Argumento**, v. 32, 2014.

RIBEIRO, Jaqueline de Sá; SANTOS, Fabiano Vilaça dos. Do quimono à casaca: transformações e marcas identitárias no indumentário japonês. **Transversos: Revista de História**, Rio de Janeiro, n. 09, p. 265-279, abr. 2017.

RIZZO, Luisa; FONSECA, Tânia Mara Galli da. O acontecimento patchwork – um modo de apreender a vida. **Psicol. Soc.**, v.22, n.1, p. 139-148, 2010.

ROLNIK, Suely. **Esferas da insurreição**: notas para uma vida não cafetinada. São Paulo: n-1, 2018.

SALLES, Cecília Almeida. **Gesto inacabado**: processo de criação artística. 5. ed. São Paulo: Annablume, 2011.

_____. **Redes da criação**: a construção da obra de arte. Horizonte, 2016.

SARAMAGO, José. **A caverna**. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SOUZA, Solange Jobim e. O pesquisador-cineasta e a ética dos olhares compartilhados. **Revista de Psicologia**, Fortaleza, v.8, n.1, p. 8-22, jan/jun. 2017.

VIGOTSKI, L. S. **Psicologia da arte**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

_____. **Psicologia pedagógica**. São Paulo: Martins Fontes, 2018.

_____. **Imaginação e criação na infância**: ensaio psicológico: livro para professores. São Paulo: Expressão Popular, 2019.

5 Algumas linhas mais

Começar uma escrita, como a introdução desta dissertação ou dos artigos que a integram, para mim, sempre exige um bocado de esforço. Fico às voltas ensaiando o “melhor” jeito de inaugurar o espaço em branco. Para dar o acabamento com as linhas finais reservadas às seções conclusivas de um texto, por outro lado, as palavras costumam escorregar mais fácil para a folha de papel, como se eu já estivesse aquecida depois de percorrer tantas páginas. De modo algum, facilidade adjetiva o processo de textualização deste encerramento específico. Talvez pelo prazo que se aperta. Talvez pela sensação de vazio que parece rondar um momento de “encerrar” uma jornada. Talvez por olhar para o que foi escrito e ver que sobrou tanta coisa não dita querendo se deslocar para a bidimensionalidade do papel – ou da tela. Talvez por saber da impossibilidade de abraçar com palavras, por mais tempo que houvesse, a força pulsante da vida que experienciei neste processo de pesquisa. Mais sincero seria encarar que a dificuldade de escrever estas linhas acompanha uma tentativa de prolongar os caminhos sensíveis das afecções, do estremecimento e da gagueira que abriram passagem aos pensamentos que se costuraram até aqui.

Viver o campo-tema da criação em moda esteve menos próximo a navegar o oceano de navio que um passeio de barco a remo na mesma imensidão das águas, porém mais sensível às tormentas, tempestades e chuviscos da mesma forma que ao nascer do sol em horizonte azul, aos arco-íris molhados de garoa e à brisa das noites serenas. Tanto porque o tema das roupas é capturante de minhas veias desejanças desde que nem tenho lembranças (conta minha mãe que, quando criança, eu “não gostava de ganhar brinquedo, gostava de ganhar roupas”), quanto porque a experiência de acompanhar e participar de um processo artístico com Fernanda Yamamoto e sua equipe foi (e ainda é) “repleto de plenitude”, com toda a ênfase pleonástica, excessiva e incoerente que corro o risco de conotar. Sabemos que a incompletude é inerente aos acontecimentos da vida. E não é a isso que me refiro. É possível usar a palavra plenitude sem incorrer ao drama do absoluto; se a engato no contexto meu, do meu encontro com o pessoal que trabalhava no ateliê, do encontro da moda deles com a moda do mundo. Nestes e por estes contextos, avivo uma plenitude na dimensão do que se acomete quando se está em meio ao oceano: das portas que aquele grupo todo escancarou à minha entrada e à desta pesquisa. Plenitude pela chance de convívio com eles, maré que deu uma guinada no barco desta pesquisa enquanto ela remava à deriva.

Por mais que eu me afeioe às roupas, o interessante é que ao experienciar o ateliê e, nele, um modo prático de confeccionar vestuário, arte e moda, fui descobrindo que o lugar que mais me aprazia a ocupar era aquele mesmo de curiosa sobre quem eram aquelas pessoas, como trabalhavam, o que produziam, como se relacionavam enquanto relacionavam tecidos com formas, linhas e agulhas. Fui percebendo-me pesquisadora depois de tanto tatear minha relação com a moda e com a psicologia, e esta é uma das marcas que o processo de pesquisar registra em meu corpo.

Mas a proximidade pregressa com a moda, que já tinha me levado a concluir uma graduação na área, a familiarizar-me com técnicas básicas da construção da roupa, da costura, descostura, corte, modelagem, dentre outras, foi essencial ao acontecimento investigativo, à convergência de nossos modos de criar e fazer arte vestível e pesquisa, à profundidade de aventurar a inteireza do corpo no processo e poder enlaçar seus vestígios aos diálogos que entreteceram esta pesquisa.

E o encontro dessas nossas habilidades só pôde acontecer porque abraçaram-me com seus modos de fazer coletivos. E não me refiro apenas à feitura das peças, mas ao abraço na dimensão do convívio: partilharam comigo os almoços coletivos, os cafés da tarde e os jantares, nos dias em que fiquei além dos horários costumeiros de final de expediente; compartilharam também as amigas agregadas, que vinham visitar ou trabalhar, como as queridas Ligi e Isa; mostraram-me que a moda não é feita só de afobamento, podia-se parar tudo na véspera do desfile (e com muito ainda a se fazer) para ir à sorveteria do bairro depois do almoço, para cantar parabéns à Ligi e comer bolo no meio da mesma tarde; estreitaram-me aos seus laços já apertados comemorando juntos a realização do desfile no “bar da esquina” do ateliê, dizendo-me que vêm me visitar na ilha em que moro e que aguardam minha próxima visita também.

Quando voltei para casa, chorei. Ao contar sobre o que vivi para Andréa, minha orientadora-companheira nesta aventura, chorei. Ao escrever um relato de campo para assentar as ideias, chorava. Ao escrever o terceiro e último artigo, ainda saiam lágrimas. É por vibrar em meu corpo uma potência de moda, com certeza; mas não é só por ela, é pela acolhida, pela sensação de, em tão pouco tempo, permitirem-me pertencer a um coletivo; talvez isso era tão fácil porque ali essa dinâmica já criou raízes, mas em tempos nos quais processos individualizadores esvaem nossos sentidos comunitários e humanitários, esses

pequenos atos tornam-se imensos. É, sem dúvida, também pelo arrebatamento que a arte e seu movimento criador gera quando aproximamo-nos deles ativamente.

Esta pesquisa apresentou como objetivo geral perscrutar as tensões constitutivas das relações arte e vida nos processos de criação de Fernanda Yamamoto. Sem conhecer quase nada além de um “nome da moda”, fui atrás de uma pessoa, atraída pelas produções que haviam atravessado meu caminho. O que encontrei, no entanto, foi um grupo de pessoas preenchido de apelidos: Fê, Val, Jê, Zé, Sil, Má, Sal, Rô, Su... E, logo, eu era Mi, Mile. Um conjunto de sílabas que promoviam sentidos a comunicar-nos sobre as relações que teciam entre si, entre eles e o trabalho, entre eles e o espaço-ateliê, entre eles e as possibilidades da moda e da arte.

Visibilizar apelidos quando a moda está a carimbar com suas engrenagens assinaturas estilísticas é uma das respostas que esta pesquisa encontra àquele objetivo maior. Tal resposta foi se tramando pelas discussões apresentadas no primeiro e segundo artigos desta dissertação, ao se traçar um panorama do sistema de moda destacando aspectos do trânsito de produtos e criatividades que esse sistema opera em escala global, além das maneiras pelas quais o mito da criação persevera e se publiciza, sustentando a lucratividade dessa indústria. Este cenário, ao mesmo tempo, compôs o grande contexto no qual o olhar para as criações de Fernanda Yamamoto e equipe puderam multiplicar sentidos e auxiliar na trama da teia em que as relações entre arte e vida constitutivas de suas produções puderam ser tensionadas.

Escrevi e reescrevi com variadas expressões, ao longo desta dissertação, sobre o potencial transformador da arte na vida, na moda, no espaço do ateliê e em sua gente, em nós, e ao curso da pesquisa. Em seu conjunto, as conexões que se efetuavam entre arte, artesanía, moda e comercialização foram se emaranhando e, ao mesmo tempo, sondando a tensa interação polifônica que configura seus diálogos com nosso tempo e com o grande tempo. Inescapável enredamento, tramado também pelas vias da afetação, encarnava a singularidade da moda que Fernanda Yamamoto e sua equipe praticam.

Há, ainda, uma consideração a respeito dessa trama que ficou latente e pede passagem. A arte produzida por Fernanda Yamamoto e equipe pode driblar os cânones da moda e se estender ao público em geral, está ao alcance de quem pode acessar um espaço como o Centro Cultural São Paulo, ou os meios virtuais das redes sociais, ou a arte no contexto brasileiro, se podemos colocar assim. As roupas produzidas e vendidas em sua loja, seguramente, não. A

estas, apenas acessam quem pode desembolsar uma quantia considerável para adquirir uma peça de roupa. Mas, considerando as reflexões alcançadas nesta pesquisa, em torno das relações entre arte e mercado e entre a criação artística e a criação comercial e os valores e dinâmicas que se firmam no contexto de produção de Fernanda Yamamoto, será que é o valor final da roupa que temos que questionar? Ou o que nos ergue às vistas é uma problematização que ronda os modos de criação e produção estruturados pelo sistema capitalista hiperfinanceirizado, a amortecer o potencial criativo, entusiasmar o consumo desenfreado, a produção hiper explorada e a descartabilidade inconsequente? Ou ainda, e me parece que é a questão mais urgente, a necessária desigualdade social e econômica que este mesmo sistema engendra em seus modos de produção de existência para manter-se operante?

Diante das notícias atroztes que nos acometem diariamente, e principalmente no atual enquadramento político que estagna nosso país, agravado pelo surgimento de uma pandemia, pode soar “pequeno” deter-se sobre a questão das roupas e da moda. E era esta uma demanda infiltrada a esta pesquisa: dialogar com o ínfimo do cotidiano e fazê-lo enunciado que pudesse manifestar modos de objetivação e subjetivação imbricados à nossa condição contemporânea, que pudesse ecoar mais da moda que seu lado degradante, mais das roupas que a aparente materialidade. Aproximando-me dos modos de criar de Fernanda Yamamoto, acredito que esta pesquisa produziu saberes compactuados com os modos de produzir pesquisa no campo da psicologia social crítica, este que se produz enquanto nos produzimos, este que enxerga o “grande” no “pequeno” e que encontra nos processos constitutivos das relações condição fundamental para produzir conhecimento.

Na interlocução dos campos da psicologia social crítica e da moda, os saberes produzidos neste estudo contribuem para o compromisso contínuo de tensionar lógicas (re)produtoras de modos de viver automatizados, alienados, reificados. Colocando-as em debate, podemos fazer notar desvios cujas rotas reapropriam nossas potências de criar, de sentir, de pensar, de fazer, de vestir. Nessa incursão, tantas perguntas ficaram em aberto e tantas respostas geraram perguntas outras, desenhando possibilidades de investigações futuras. Recriar modelos de existir dissidentes ao atual regime exige persistência, continuidade e é nesse sentido que se abre a necessidade constante de pesquisas que nos permitam vislumbrar outros corredores por onde a moda pode percorrer, para além do tapete vermelho, que tensionem a disposição das condições de criação e produção engendradas no esquema planetário da moda capitalista, que rastreiem seus desdobramentos em nosso

cotidiano, em nossos corpos e na configuração de nossas subjetividades, vestígios esses que passam, muitas vezes, imperceptíveis ao olhar engrossado das vistas/vidas.

Referências gerais

AMORIM, Marília. Vozes e silêncio no texto de pesquisa em ciências humanas. **Cadernos de Pesquisa**, [s. l.], n. 116, p. 7-19, jul. 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO. **O poder da moda: cenários, desafios, perspectivas**. São Paulo: Abit, 2018.

BAKHTIN, Mikhail. **Questões de literatura e de estética: A teoria do romance**. 7 ed, São Paulo: Hucitec, 2014.

_____. **Estética da criação verbal**. 6 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

BARBOSA, Mariana Watanabe. Um culto aos "bravos pioneiros": a ancestralidade na coleção comunidade yuba, da designer de moda fernanda yamamoto. **Datjournal**, [s. l.], v. 5, n. 4, p. 258-275, 2020.

BARTHES, Roland. **O sistema da moda**. Lisboa: Edições 70; São Paulo: Martins Fontes, 1981.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: EDUSP, 2008.

BOURRIAUD, Nicolas. **Estética relacional**. São Paulo: M. Fontes, 2009. 151 p.

CALÍOPE, Thalita Silva; SILVA FILHO, José Carlos Lázaro da. Imitação e Inovação na Moda: mapeando o processo criativo no segmento de. **International Journal Of Innovation**, [S.L.], v. 4, n. 2, p. 119-139, 9 jun. 2016. University Nove de Julho. <http://dx.doi.org/10.5585/iji.v4i2.104>.

DA ROS, Silvia Zanatta. Imagem, discursos e dialogismo: questões metodológicas. In: DA ROS, Silvia Zanatta; MAHEIRIE, Kátia; ZANELLA, Andréa V. **Relações estéticas, atividade criadora e imaginação: sujeitos e (em) experiência**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2006. p. 221-238.

ELLE, Revista. **À MODA DELAS**. 2021. Elaborada por Carolina Vasone. Disponível em: <https://elle.com.br/moda/a-moda-delas>. Acesso em: 15 fev. 2021.

FONSECA, Claudia. Quando cada caso não é um caso: pesquisa etnográfica e educação. **Revista Brasileira de Educação**, [s. l.], n. 10, p. 58-78, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009. 347p.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015. 467p.

MACHADO, Jardel Pelissari; ZANELLA, Andrea Vieira. Bakhtin, Ciências Humanas e Psicologia: Diálogos sobre epistemologia e pesquisa. **Psicol. Soc.**, Belo Horizonte, v. 31, e166423, 2019.

MAHEIRIE, Kátia; SMOLKA, Ana Luiza Bustamante; STRAPPAZZON, André Luiz; CARVALHO, Carolina Souza de; MASSARO, Felipe Karpinski. Imaginação e processos de criação na perspectiva histórico-cultural: análise de uma experiência. **Estudos de Psicologia (Campinas)**, [S.L.], v. 32, n. 1, p. 49-61, mar. 2015. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/0103-166x2015000100005>.

MARQUES, Cyntia Tavares. **Do estilismo ao design: os currículos do bacharelado em moda da Universidade Federal do Ceará**. 2014. 197 f. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Educação, Programa de Pós-Graduação em Educação Brasileira, Fortaleza, 2014.

MAUSS, Marcel. **Manual de etnografia**. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1993. 250 p.

MIOTTO, Giorgia; VILAJOANA-ALEJANDRE, Sandra. Gender equality: a tool for legitimacy in the fast fashion industry. **Harvard Deusto Business Research**, [S.L.], v. 8, n. 2, p. 134, 15 jul. 2019. Harvard Deusto Business Research, EAE Business School. <http://dx.doi.org/10.3926/hdbr.244>.

OLIVEIRA, Maria Eunice de, STOLTZ, Tania. Teatro na escola: considerações a partir de Vygotsky. **Educar em Revista**. n. 36, 2010, p. 77-93. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=155015820007>

PEREIRA, Marcos Villela. O limiar da experiência estética: contribuições para pensar um percurso de subjetivação. **Pro-posições**, Campinas, v. 23, n. 1, p.183-195, 2012.

REIS, Alice Casanova dos; ZANELLA, Andréa Vieira. Arte e vida, vida e(em) arte: entrelaçamentos a partir de Vygotsky e Bakhtin. **Psicologia Argumento**, [S.L.], v. 32, p. 97-107, 24 nov. 2017. Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR.

RECH, Sandra Regina. **Moda: por um fio de qualidade**. Florianópolis: UDESC/DAPE, 2002. 131 p.

RODRIGUES, Heliana de Barros Conde. Intercessores e narrativas – Por uma dessujeição metodológica em pesquisa social. In RODRIGUES, Heliana de Barros Conde. **Análise institucional, genealogia, história oral: fabricando intercessores em pesquisa e intervenção**. 1 ed. Curitiba: Appris, 2019, p. 261-270.

SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo. **Convite à estética**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999. 336 p.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. **Teoria de moda: sociedade, imagem e consumo**. São Paulo: Estação das Letras, 2007. 106 p.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da Moda**. Portugal: Edições Texto e Grafia, 2014.

SOBRAL, Adail; GIACOMELLI, Karina. Observações didáticas sobre a análise dialógica do discurso – ADD. **Domínios de Lingu@gem**, [S.L.], v. 10, n. 3, p. 1076-1094, 26 ago. 2016. EDUFU - Editora da Universidade Federal de Uberlândia.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas: a moda no século dezenove**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987. 255 p.

SOUZA, Solange Jobim e; ALBUQUERQUE, Elaine Deccache Porto e. A pesquisa em ciências humanas: uma leitura bakhtiniana. **Bakhtiniana**, São Paulo, v. 2, n. 7, p. 109-122, 2012.

SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2010. 223 p.

VIGOTSKI, L. S. **Psicologia da arte**. São Paulo: Martins Fontes, 1999. 377 p.

_____. Manuscrito de 1929. **Educação e Sociedade**. Campinas, v. 21, n. 71, jul. 2000.

_____. **Psicologia pedagógica**. São Paulo: Martins Fontes, 2010. 561 p.

_____. **Imaginação e criação na infância: ensaio psicológico: livro para professores**. São Paulo: Expressão Popular, 2018. 128 p.

VOLONTÉ, Paolo. Social and Cultural Features of Fashion Design in Milan. **Fashion Theory**, [S.L.], v. 16, n. 4, p. 399-431, dez. 2012.
<http://dx.doi.org/10.2752/175174112x13427906403723>.

VOLOSHINOV, Valentin Nikolaevich. A palavra na vida e a palavra na poesia: introdução ao problema da poética sociológica. In: VOLOSHINOV, Valentin Nikolaevich. **A construção da enunciação e outros ensaios**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2013, p. 71-100.

YAMAMOTO, Fernanda. Histórias rendadas: entrevista com Fernanda Yamamoto. [Entrevista concedida a] Eduardo Motta. **Entrevista**, [S.L.], v. 10, n. 21, p. 1-4, Maio, 2017.

ZANATTA, Beatriz Aparecida; SILVA, Ana Rita da. Notes on the Concept of Catharsis in Vygotsky for the Teaching of Art in School. **Educativa**, [S.L.], v. 20, n. 1, p. 268, 29 set.

2017. Pontifícia Universidade Católica de Goiás -PUC Goiás.
<http://dx.doi.org/10.18224/educ.v20i1.5877>.

ZANELLA, Andréa Vieira. "Pode até ser flor se flor parece a quem o diga": reflexões sobre Educação Estética e o processo de constituição do sujeito. In: DA ROS, Silvia Zanatta; MAHEIRIE, Kátia; ZANELLA, Andréa V. **Relações estéticas, atividade criadora e imaginação: sujeitos e (em) experiência**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2006. p. 33-47.

ZANELLA, Andrea Vieira; REIS, Alice Casanova dos; CAMARGO, Denise de; MAHEIRIE, Kátia; FRANÇA, Kelly Bedin; ROS, Silvia Zanatta Da. Movimento de objetivação e subjetivação mediado pela criação artística. **Psico-USf**, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 191-199, jul./dez., 2005.

ZANELLA, Andréa Vieira et al. Questões de método em textos de Vygotski: Contribuições à pesquisa em psicologia. **Psicologia & Sociedade**, Minas Gerais, v. 19, n. 2, p.25-33, 2007.