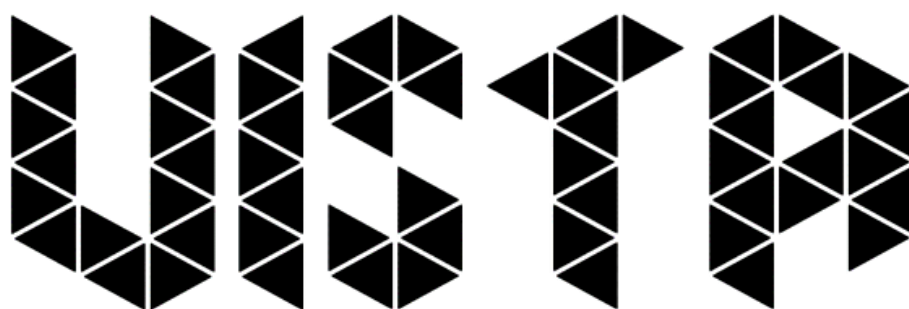




REVISTA
DE
**CULTURA
VISUAL**

e-ISSN 2184-1284

N.º 16 | 2025

Proposta de Método e Modelo Para Investigar a Criatividade na Construção da Autoidentidade Através da Moda

Proposing a Method and Framework for Investigating
Creativity in Fashioning Self-Identity

<https://doi.org/10.21814/vista.6193>

e025013

Sandra Rosenkranz Jäger



© Autores

Proposta de Método e Modelo Para Investigar a Criatividade na Construção da Autoidentidade Através da Moda

<https://doi.org/10.21814/vista.6193>

Vista N.º 16 | julho – dezembro 2025 | e025013

Submetido: 14/01/2025 | Revisto: 10/04/2025 | Aceite: 30/04/2025 | Publicado: 08/09/2025

Sandra Rosenkranz Jäger

<https://orcid.org/0009-0002-8836-4441>

University of Southern Denmark, Kolding, Dinamarca

Este artigo desenvolve e propõe um método, denominado “Diário do Look do Dia”, que pode ser utilizado para analisar os processos criativos de um indivíduo no contexto do design (ou de outras áreas). O foco incide sobre atividades quotidianas relacionadas com a moda, como o ato de vestir-se e o uso de roupas nas atividades diárias e nas interações com o ambiente envolvente. O artigo fundamenta-se em teorias da criatividade, apresentando as principais abordagens sobre o modo como esta tem sido compreendida e a sua relação com o design de moda, com especial destaque para a teoria da criatividade distribuída de Vlad Petre Glăveanu (2014). O diário utilizado no estudo foi desenvolvido a partir deste conceito, nas teorias do corpo modelado de Joanne Entwistle (2015) e na metodologia dos estudos do guarda-roupa (Fletcher & Klepp, 2017). Os dados empíricos foram recolhidos junto de indivíduos que participaram num estudo qualitativo concebido para esse efeito, tendo sido selecionados três estudos de caso para este artigo. A análise das respostas dos participantes evidencia os elementos sociais, emocionais e contextuais que influenciam o acesso de um indivíduo ao seu potencial criativo, permitindo a proposta de um conjunto de condições que favorecem ou limitam o uso da criatividade. O método apresentado constitui uma ferramenta de investigação qualitativa que pode ser aprimorada, debatida, desenvolvida e adaptada como

inspiração interdisciplinar em áreas como a investigação do consumidor, a moda, o design ou outras práticas afins. O principal objetivo foi formular uma proposta metodológica que envolva os participantes nos seus contextos emocionais, sociais e materiais, em diferentes momentos da sua vida quotidiana.

Palavras-chave: criatividade distribuída, ferramenta qualitativa, método do guarda-roupa, design de moda

Proposing a Method and Framework for Investigating Creativity in Fashioning Self-Identity

In this article, a method is developed and proposed, dubbed the "Outfit of the Day Logbook", which can be used to analyze an individual's creative processes within their design context (or other). In this article, the focus is on everyday fashion activities such as getting dressed and wearing clothes through daily activities and interactions with the surrounding environment. The paper builds on ideas from theories of creativity, introducing primary theories on how creativity has been understood and how it relates to fashion design, drawing inspiration from Vlad Petre Glăveanu's (2014) theory of distributed creativity. Based on the concept of "distributed creativity", theories of the fashioned body by Joanne Entwistle (2015) and the methodology of wardrobe studies (Fletcher & Klepp, 2017), the logbook was developed for this paper. Empirical data were collected from individuals who participated in the qualitative study for which the logbook was constructed, with three case studies selected for this paper. Analyzing the respondents' answers highlights the social, emotional, and contextual elements that influence an individual's accessibility to their creative potential, which enabled the proposal of a framework of conditions that either foster or limit their use of creativity. The method serves as a qualitative research tool that can be refined, discussed, further developed, and used as interdisciplinary inspiration in other fields, such as consumer research, fashion, design, or other related practices. The focus was to formulate a proposal for a method that involves respondents in their emotional, social, and material contexts at different times in their everyday lives.

Keywords: distributed creativity, qualitative tool, wardrobe method, fashion design

Introdução

O termo “criatividade” é frequentemente utilizado sem um significado único, preciso ou universalmente aceite, o que pode gerar confusão. Abordar a criatividade como algo ainda pouco compreendido ou usado de forma intercambiável não é útil a longo prazo, sobretudo se pretendermos trabalhar com práticas criativas e promovê-las. Em vez disso, devemos assumir a responsabilidade pela nossa criatividade, pois esta acrescenta riqueza e complexidade ao nosso modo de vida (Jennings, 2011).

A relação entre a Moda (com “M” maiúsculo, referindo-se ao sistema da Moda,

especialmente ao *design* de alta costura) e a criatividade parece óbvia. A Moda, enquanto campo em constante renovação e reconhecido como parte das artes no meio acadêmico, apresenta frequentemente a criatividade como algo especial e único, reservado a quem nela trabalha. Os designers de marcas de luxo são muitas vezes considerados gênios devido à criatividade das suas criações. Esta visão não é exclusiva da moda, já que muitas formas de arte têm historicamente avaliado os artistas de sucesso como possuidores de uma criatividade superior. Ao acompanhar programas como *Project Runway* ou, mais recentemente, *Making the Cut* e *Next in Fashion*, é possível observar designers a lutar e a esforçar-se para serem reconhecidos como os mais talentosos e criativos, sendo considerados os “próximos na Moda” por juízes que detêm *status* dentro do próprio sistema — como modelos, estilistas ou ícones da moda. Esta ligação entre criatividade e moda concentra-se nos gênios, mas existe também criatividade nas nossas práticas de moda quotidianas. Todos os seres humanos utilizam a criatividade de diversas formas e são criativos, não apenas nas artes. Todos usamos moda diariamente, ao escolher o que vestir para enfrentar o dia, para melhor expressar a nossa identidade, sentir conforto ou transmitir confiança. Não é este um exemplo claro de criatividade no quotidiano?

O sistema da Moda fornece tendências e o que está “na moda”, mas, simultaneamente, cada pessoa faz as suas próprias escolhas de estilo, combinando peças que exigem algum grau de criatividade. Muitas vezes, refletir verdadeiramente a identidade através da roupa requer introspeção e criatividade. Ainda que dependamos do sistema da Moda para “nos dizer” o que está certo ou errado, talvez o façamos por sentirmos que não somos suficientemente criativos por nós próprios. Ser criativo nas escolhas de moda pode também ser assustador ou até arriscado, caso nos desviemos do que é considerado normal. Isto pode, por sua vez, limitar a nossa criatividade na escolha da roupa, levando-nos a hesitar com pensamentos como “o que vão pensar se eu usar isto ou aquilo?”. Uma das obras de referência utilizadas neste artigo é *Creativity Takes Courage* (A Criatividade Exige Coragem; Smit & van der Hulst, 2018); outra é *Creative Living Beyond Fear* (Vida Criativa Sem Medo; Gilbert, 2015). Ser criativo no estilo pessoal exige coragem, mas por que existe este medo e esta necessidade de coragem? Que condições contextuais permitem ou limitam a nossa liberdade criativa nas práticas quotidianas de moda?

Teorias Sobre a Criatividade

Para compreender o que é a criatividade e de que forma se relaciona com a moda, investiguei várias teorias sobre a natureza da criatividade e os seus mecanismos subjacentes. O termo “criatividade” é difícil de definir e é amplamente utilizado em diferentes contextos e áreas do conhecimento. Alguns autores comparam-no ao conceito de “amor”, sugerindo que não é algo que deva ser totalmente compreendido, mas sim experienciado (Jennings, 2011). Contudo, esta abordagem não é útil, pois não nos encoraja a assumir a responsabilidade

pela nossa própria criatividade — algo essencial, já que esta contribui para a riqueza e complexidade da vida.

A criatividade está relacionada com conexões e interações, inovação e originalidade que, quando vividas plenamente, nos permitem viver a vida em toda a sua intensidade (Jennings, 2011). Não se trata apenas de um instrumento prático — que nos ajuda a resolver problemas e a inventar soluções — mas também de uma forma de expressão pessoal (Boon, 2014), como se verifica na moda, onde usamos a roupa para moldar a nossa identidade. É a criatividade que dá sentido à moda, para além da simples funcionalidade da roupa, como proteger do frio. Ser criativo nas escolhas de vestuário permite-nos revelar o nosso interior ao mundo, uma vez que os símbolos incorporados nas peças de roupa permitem que os outros decifrem e compreendam quem somos. Contudo, ser criativo — e sobretudo expressar liberdade criativa através da moda — é uma tarefa exigente. Tal como foi referido na introdução, tem-se verificado uma tendência para associar a criatividade à figura do "génio", tanto na vida quotidiana como na academia (Glăveanu, 2014). Poderia mencionar muitos exemplos, mas, como explica Judkins (2016):

o culto do génio criativo surgiu com a primeira superestrela da arte, Miguel Ângelo. Em 1550, o seu biógrafo e consultor de imagem, Vasari, promoveu a ideia do “Divino Michelangelo”. O seu talento, dizia Vasari, era um dom de Deus, e sustentava que tal dom era concedido apenas a uns poucos privilegiados, os escolhidos. Isso fomentou uma visão elitista e limitadora da criatividade. (p. 12)

Esta visão elitista das competências criativas tem sido questionada em diversas áreas de investigação, na tentativa de compreender a criatividade sob novas perspetivas. O próprio sistema continua, no entanto, a promover esta ideia, assim como a noção de que a criatividade floresce sobretudo em determinadas áreas, frequentemente nas artes. Porém, a criatividade não está reservada a uma elite criativa, aos aclamados ou aos famosos. Manifesta-se continuamente na vida quotidiana e é considerada uma característica normalmente distribuída, presente em todos nós em diferentes graus (Jennings, 2011), tornando-se assim omnipresente (Boon, 2014).

A criatividade está presente quando um artista pinta, quando um cientista investiga, e também quando escolhemos que sapatos usar com um par de calças de ganga — não existe uma única forma certa de ser criativo (Jennings, 2011). Esta "caixa" construída em torno da figura do génio apresenta paredes robustas, tanto materiais como simbólicas, que limitam a produção criativa (Glăveanu, 2014). Há uma diferença entre ser criativo a nível pessoal e sê-lo a nível histórico.

A nível pessoal, todos somos criativos, até dado ponto (. . .). Embora estas ações envolvam o uso criativo do cérebro, nunca entrarão na esfera pública (. . .). Para ser criativo a nível histórico, é necessário pelo menos ter a intenção de contribuir para um domínio criativo. (Boon, 2014, p. 27)

Uma vez que todos possuímos criatividade de forma inata, o desafio não está em adquiri-la, mas sim em criar condições para que o seu potencial se manifeste plenamente — tanto nas práticas criativas pessoais como nas históricas (Jennings, 2011). Para acedermos a esse potencial criativo, precisamos de viver de forma guiada mais pela curiosidade do que pelo medo (Gilbert, 2015), pois a criatividade é essencial não apenas para resolver os nossos problemas quotidianos, mas também para enfrentar os desafios da sociedade (Smit & van der Hulst, 2018).

Criatividade Distribuída

Um dos aspetos centrais desta abordagem implica questionar a visão tradicional da criatividade centrada nos “génios”, que gera o receio de que não sejamos capazes de criar ou sermos criativos porque a criatividade é vista como uma característica reservada a uma elite restrita. Essa perceção deve ser combatida através de mudanças nas práticas e na educação, de modo a fomentar e enriquecer o potencial criativo (Glăveanu & Kaufman, 2022).

Outro obstáculo é o julgamento externo (Boon, 2014) e os fatores sociais, muitas vezes analisados isoladamente na investigação da criatividade e psicologia, focando separadamente no indivíduo, contexto ou social, em vez de se adotar uma conceção dinâmica (Glăveanu, 2014). Uma teoria útil para enfrentar isto, que influenciou profundamente o método usado aqui, é a teoria e metodologia da criatividade distribuída de Vlad Petre Glăveanu (2014). Esta teoria desafia a abordagem tradicional de investigação da criatividade “dentro da caixa”, isto é, centrada na mente individual, propondo um modelo distribuído da criatividade, desenvolvido a partir do estudo de um caso nas artes populares. Expande um paradigma psicológico existente — o paradigma do “nós”, que implica “afastar-se dos paradigmas univariados e positivistas de investigação para modelos mais complexos, construtivistas e orientados para sistemas (. . .) baseados na ideia geral de que a criatividade ocorre dentro, é constituída e influenciada por um contexto social, tendo também impacto sobre ele” (Glăveanu, 2014).

Glăveanu (2014) destaca não só as relações sociais (conceptualizadas como o paradigma do “nós”) mas também a interação com artefactos e o desenvolvimento da expressão criativa ao longo do tempo. Este método difere significativamente do paradigma do “eu” ou do “ele”, que se foca no génio, na criação não distribuída, ou na ideia de que os processos criativos estão confinados a um único “centro” — a mente individual. A abordagem distribuída, combinada com a psicologia cultural da criatividade, estende-se ao mundo social e material, conceptualizando a ação criativa. Isto significa que

o que a abordagem cultural psicológica da criatividade distribuída procura, em última análise, é “recuperar o poder inerente ao termo [criatividade] para unir o elevado e o mundano, e para iluminar como o excecional e o ordinário se alimentam mutuamente”. (Glăveanu, 2014, p. 85)

A expressão criativa só é possível numa sociedade e cultura, encarando a criatividade não como uma “coisa”, mas como uma ação no mundo e sobre o mundo (Glăveanu, 2014). Isto implica reconhecer o eu como agente num mundo em constante mudança, no qual procuramos identificar as condições que permitem e limitam a criatividade do indivíduo no seu contexto específico. Um ponto importante é que, apesar deste método se focar no contexto, a criatividade distribuída não é sobre a pessoa isoladamente, mas sim sobre a análise da pessoa no contexto. No âmbito da criatividade distribuída, são apresentados cinco elementos distintos, com ênfase nas diferenças existentes na socialidade, materialidade e temporalidade onde a criatividade atua.

Glăveanu (2014) indica que avançar na teoria e no método na psicologia da criatividade envolve colocar o foco no que as pessoas realmente fazem. Esta atenção ao contexto e à ação concreta das pessoas quando são criativas ao vestir o seu corpo é a base do método apresentado aqui, assim como a ênfase no elemento emocional, ao combinar corpo e mente. Não se trata apenas da criatividade da mente, mas também da prática incorporada de vestir-se, influenciada pelo contexto presente, como escreve Joanne Entwistle (2015) em *The Fashioned Body* (O Corpo Modelado): “compreender o vestuário na vida quotidiana exige olhar não só para a forma como os indivíduos se relacionam com os seus corpos, mas também para a forma como o vestuário opera entre indivíduos como uma experiência intersubjetiva, bem como subjetiva” (p. 35). Todas estas teorias sobre criatividade, as práticas quotidianas de moda e o corpo modelado influenciaram o desenvolvimento deste método.

As práticas e o pensamento criativos podem ser aplicados a qualquer campo ou projeto, mas são frequentemente mais visíveis e mais fáceis de analisar nos chamados “campos criativos”, como as artes. A arte manual é muitas vezes associada à criatividade. Artes como a pintura, a ourivesaria, o tricô e o artesanato em geral têm sido e continuarão provavelmente a ser vistas como atividades mais criativas do que, por exemplo, a contabilidade. Este artigo desafia a visão elitista da criatividade e do seu valor analítico, ao examinar uma prática criativa comum na qual todos os humanos numa sociedade civilizada participam: vestir-se.

Metódos de Inspiração Para a Investigação

Para recolher dados empíricos para este artigo, que se fundamenta nas perspetivas apresentadas sobre criatividade, foram combinadas várias metodologias com o intuito de desenvolver uma ferramenta qualitativa, designada “Diário do *Look* do Dia”, concebida para captar perceções sobre a experiência quotidiana das pessoas relativamente à moda. O nome deriva de uma tendência popular originada na plataforma Instagram, onde o uso da *hashtag* “OOTD” (“outfit of the day”, ou “*look* do dia”) tem sido e continua a ser, em certa medida, uma forma de apresentar os coordenados que as pessoas criativamente compõem. No mesmo espírito de partilha e catalogação dos coordenados diários, os participantes

foram convidados a registar o que vestiam e a comentar com base em perguntas específicas, tendo também a liberdade de escrever conforme preferissem (Gaver et al., 1999).

O método em si poderá ser aperfeiçoado através da incorporação mais aprofundada da teoria e metodologia da sonda cultural (Gaver et al., 1999), privilegiando a abertura e a componente lúdica na exploração da criatividade através do diário. O próprio diário apresenta algumas semelhanças com a metodologia da sonda cultural, tais como a tarefa associativa de manter um registo, a escrita reflexiva semelhante a um diário e a captação de imagens. Contudo, poderá ser desenvolvido para constituir uma ferramenta mais abrangente, destinada a investigar as condições contextuais da criatividade. Alguns participantes utilizaram o diário de forma mais livre do que o previsto, num estilo semelhante a uma tarefa de sonda, o que gerou resultados interessantes e motivou a ideia de combinar o método do diário com a metodologia da sonda cultural.

A principal inspiração provém dos estudos do guarda-roupa, metodologia que privilegia a recolha de dados através da investigação dos objetos contidos nos guarda-roupas das pessoas, recorrendo a diferentes abordagens. Após a análise de exemplos de estudos de caso que aplicam este método, foram adotadas três abordagens específicas como referência, que serão brevemente apresentadas. Recomenda-se, no entanto, a consulta do material original para uma compreensão mais completa, caso se pretenda aplicar este método (Fletcher & Klepp, 2017). A base para a descrição dos coordenados foi inspirada no método 16 (Fletcher & Klepp, 2017).

O método 16 inclui uma folha de auditoria do guarda-roupa onde os participantes são convidados a registar o tipo de peça, marca, tipo de fibra, tecido, cor, padrão, detalhes, corte, idade e estado de conservação. Muitas dessas peças servem como exemplos para os participantes criarem as descrições dos seus coordenados no diário. A inclusão voluntária de uma fotografia do coordenado foi inspirada no método 20 (Fletcher & Klepp, 2017), que consiste num “catálogo diário” onde os participantes tiram uma fotografia diária para futura referência. O método 11 (Fletcher & Klepp, 2017) consiste em entrevistas onde os participantes avaliam e comparam objetos selecionados, o que inspirou alguns dos exemplos para a descrição emocional, fundamental para a investigação, como os sentimentos relativamente aos objetos, o que gostam ou não, entre outros. Curiosamente, um dos primeiros estudantes a participar no estudo utilizou o diário como sistema de avaliação, atribuindo pontuações de 1 a 10 aos seus coordenados. Esta prática também é adotada no método 11 e poderá constituir um acréscimo útil ao método do diário, dependendo dos objetivos da investigação. Além disso, a secção da descrição emocional, que incide tanto nas experiências internas como externas ao usar os seus coordenados, foi desenvolvida especificamente para o diário e representa, nesse sentido, uma extensão do método do guarda-roupa, inspirada na teoria da criatividade distribuída.

Enquanto os estudos do guarda-roupa concentram-se sobretudo no conteúdo do próprio guarda-roupa, o foco deste artigo, em articulação com o diário, incidiu

nas práticas criativas subjacentes às escolhas de vestuário dos participantes e nas experiências que viveram ao interagir com o mundo e com o seu contexto. Esta vertente encontra-se implicitamente presente no método 20, no qual as fotografias eram acompanhadas de notas sobre emoções, corporalidade e interações diárias. Embora esse método privilegie o conteúdo visual do guarda-roupa, o diário visa analisar a criatividade na prática quotidiana da moda, com ênfase na experiência emocional, incorporada e criativa dos participantes (Entwistle, 2015).

Introdução à Investigação

O “Diário do *Look* do Dia” está estruturado como um diário ou caderno de registo, no qual os participantes são convidados a anotar o que vestiram, as emoções que sentiram e os encontros ou acontecimentos do dia, podendo ainda, de forma voluntária, incluir fotografias que acompanhem a descrição dos seus coordenados. A primeira parte inclui questões demográficas — como idade, género e ocupação — às quais os participantes respondem apenas se se sentirem confortáveis. Esta secção integra igualmente uma declaração de confidencialidade e uma descrição do objetivo da investigação, de forma a responder a preocupações éticas, deixando claro que os participantes devem partilhar apenas aquilo com que se sintam à vontade, especialmente caso optem por não permanecer anónimos. Todos os participantes mencionados neste artigo assinaram uma declaração indicando que não permaneceriam anónimos. Ainda assim, a salvaguarda da sua privacidade foi considerada essencial.

O diário apresenta duas colunas: uma destinada à descrição da tarefa e outra reservada para as respostas escritas (ver Figura 1). Cada dia é representado por duas linhas: uma para a descrição do coordenado e outra para a reflexão sobre a experiência emocional associada a esse dia. Para manter o diário aberto à interpretação e conceder alguma liberdade aos participantes, cada coluna inclui apenas sugestões temáticas em formato de palavras-chave. Esta opção visa promover alguma flexibilidade na atividade, mantendo simultaneamente a estrutura necessária que exige a descrição do vestuário e das emoções. Enquanto instrumento de investigação qualitativa, o diário baseia-se em práticas como o registo diário, a entrevista e a observação, seguindo metodologias próximas do método do guarda-roupa e de abordagens oriundas da antropologia (Bundgaard & Mogensen, 2018). O objetivo não é obter dados com validade estatística, mas sim explorar o potencial do formato do diário como abordagem experimental ao estudo das experiências criativas. O diário inclui 14 páginas — uma para cada um dos 14 dias —, podendo contudo ser utilizado por um período mais longo ou mais curto, consoante as necessidades da investigação.

Diário doLook do Dia

Informação:		Descrição das Experiências:	
Este diário integra uma investigação sobre a relação entre psicologia, criatividade e o vestuário no âmbito de um curso de auto-estado na SDH, podendo também ser utilizado para publicação na revista The Critical Pulse. O diário deverá ser preenchido ao longo de 2 semanas. Idade: (quanto mais informação for fornecida, melhor — mas preencha apenas aquilo com que se sente confortável) Nome: _____ Idade: _____ Género: _____ Nacionalidade: _____ Ocupação: _____		Descreva, da forma mais completa possível, as suas experiências, estados emocionais, pensamentos e sentimentos ao longo do dia enquanto usava o coordenado. Deixe manter o anonimato? Sim ____ Não ____ Está disponível para responder a perguntas adicionais por e-mail ou por outro meio a qualquer momento? Sim ____ Não ____ Pode considerar: - Pensamentos e sentimentos iniciais ao vestir/ir - Eventos do dia e como se sentiu em relação aos mesmos - Estados emocionais (ex.: tristeza, alegria, confiança, insegurança, etc.) - De que forma o vestuário poderá ter influenciado o seu dia - A experiência física de usar o coordenado Outros aspetos que considere relevantes	
1. Dia e Data: _____		Mudanças de Coordenado: Se tiver mudado de roupa ao longo do dia, descreva essas mudanças, mas mantenha o foco principal no seu "look do dia".	
Descrição do Coordenado: Descreva, da forma mais detalhada possível, o conjunto que escolheu vestir de manhã para usar durante o dia. Pode incluir: - Tipo de peças de vestuário (ex.: calças de ganga, blusa, camisa, vestido, etc.) - Cor(s) de cada peça - Composição - Materiais - Ajuste (ex.: justo, largo, etc.) - Corte - Padrão - Detalhes - Estado ou estado da peça (ex.: nova, gasta, com danos) - Marca - Outros aspetos que considere relevantes Pode também incluir uma fotografia do seu coordenado. Se o fizer, coloque as imagens no anexo e legendas com a respetiva data, seguindo o exemplo fornecido.		Se tiver trocado de coordenado (por exemplo, ao chegar a casa), descreva-o utilizando o mesmo formato indicado acima.	

Figura 1: Esquema da estrutura do "Diário do Look do Dia"

Alguns participantes pediram para utilizar o telemóvel para escrever as suas notas pessoais ou registar os dados noutros formatos, personalizando assim a utilização do diário. Desde que a estrutura fundamental de manter um diário ou registo regular fosse preservada, considerou-se que a integridade do método e dos conceitos subjacentes permanecia intacta — podendo inclusivamente enriquecer os resultados obtidos a partir dos dados qualitativos. Sendo este um estudo sobre criatividade nas práticas quotidianas da moda, o método de investigação procurou também incentivar a liberdade criativa dos participantes.

Três participantes preencheram os 14 dias do diário, constituindo o corpo principal de dados utilizados para a análise neste artigo, visando exemplificar respostas à pergunta: “que condições permitem ou limitam a expressão criativa nas práticas de moda do quotidiano?”. Estes três participantes variam em género e idade: dois homens e uma mulher, com idades compreendidas entre os 27 e os 38 anos. Também participou no estudo um grupo de estudantes com menos de 18 anos — todos pertencentes à comunidade LGBTQIA+. Contudo, por diferentes motivos, não concluíram o diário, pelo que não foram incluídos na análise por apresentarem dados insuficientes para efeitos de comparação. Ainda assim, mostraram formas interessantes de abordar a tarefa e experiências relevantes com o vestuário, que poderão servir de base para aprofundar futuras investigações sobre a relação entre roupa, criatividade, identidade e género, bem como para o aperfeiçoamento do próprio método.

Enquanto estudo experimental e, nesse sentido, um “protótipo” para compreender as práticas de moda no quotidiano, os participantes foram selecionados de forma aleatória por meio de contactos e referências. Os dois participantes do sexo masculino foram recrutados com base em estudos anteriores sobre género e moda.

A participante do sexo feminino e os jovens foram incluídos mediante convite público dirigido a pessoas interessadas em explorar a sua relação com a roupa que usam diariamente. Não foram realizadas entrevistas adicionais, uma vez que se considerou que o diário forneceria os dados necessários para análise. Os dados demográficos dos participantes não constituem, no âmbito deste artigo, um foco central da investigação.

Análise dos Diários

Para analisar os dados recolhidos dos três diários completos, a abordagem analítica inspirou-se no método 19 dos estudos do guarda-roupa (Fletcher & Klepp, 2017). Este método consiste em identificar respostas que revelem temas comuns ou ofereçam percepções novas e surpreendentes. Os dados de cada participante foram compilados e apresentados sob a forma de colagens, destacando as suas reflexões mais significativas. Estas colagens, utilizadas para gerar palavras-chave para cada participante, corresponderam sobretudo a descrições expressivas que estes usaram frequentemente para transmitir os seus sentimentos. Para além das descrições, dois dos participantes incluíram fotografias, também compiladas em colagens, de modo a proporcionar uma visão abrangente das suas escolhas de coordenado lado a lado (ver Figura 2, Figura 3, Figura 4, Figura 5, Figura 6, Figura 7, Figura 8, Figura 9, e Figura 10).

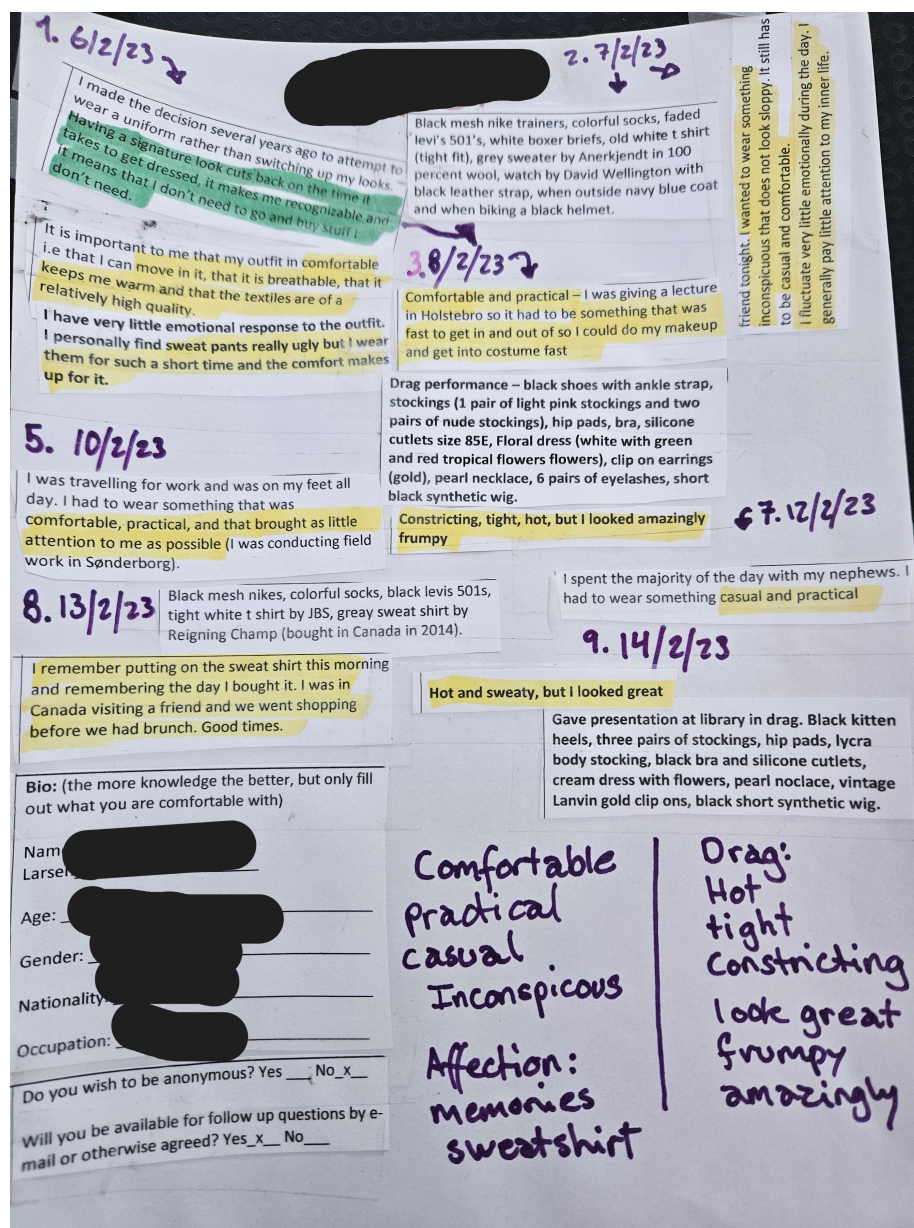


Figura 2: Colagem dos registos do diário do Participante 1

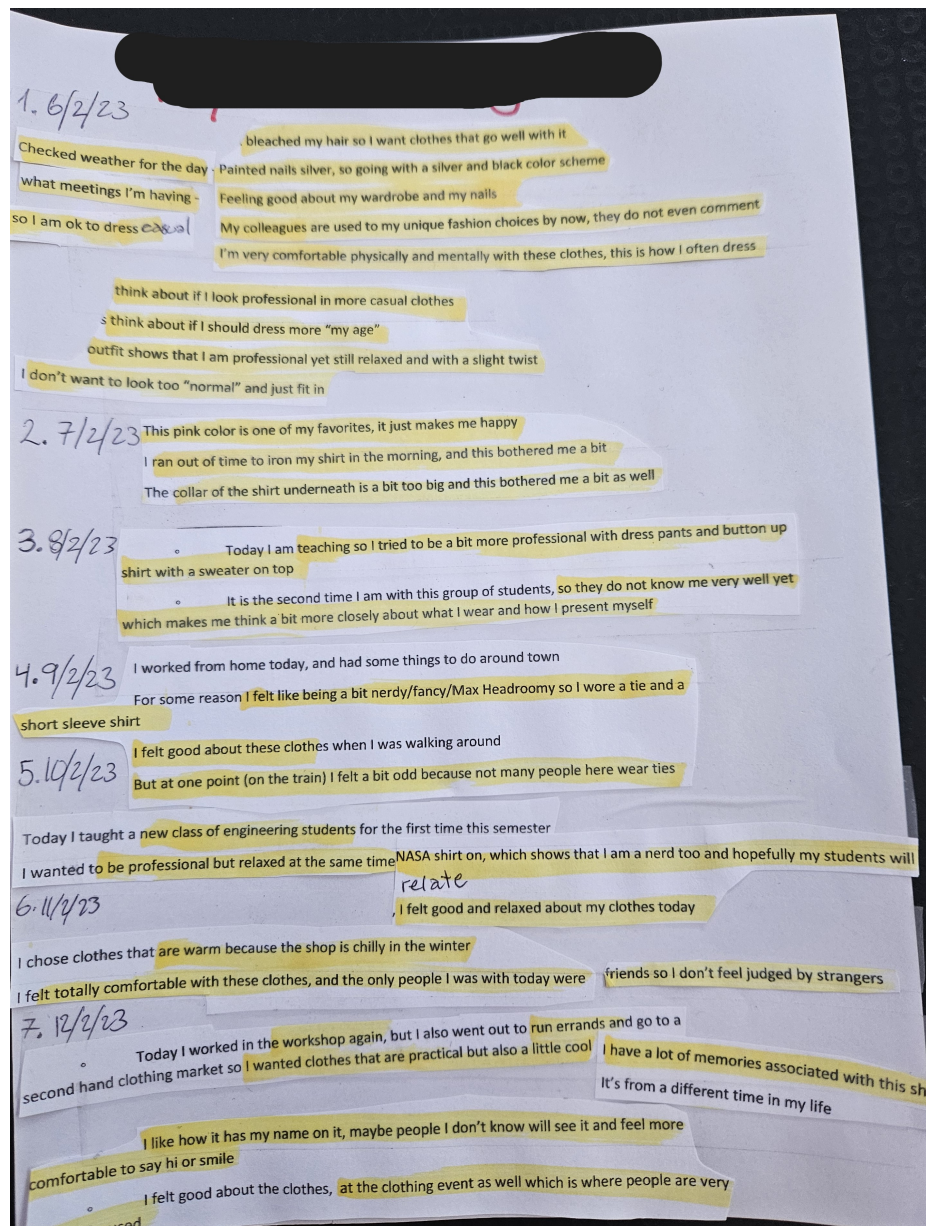


Figura 3: Colagem dos registros do diário do Participante 2

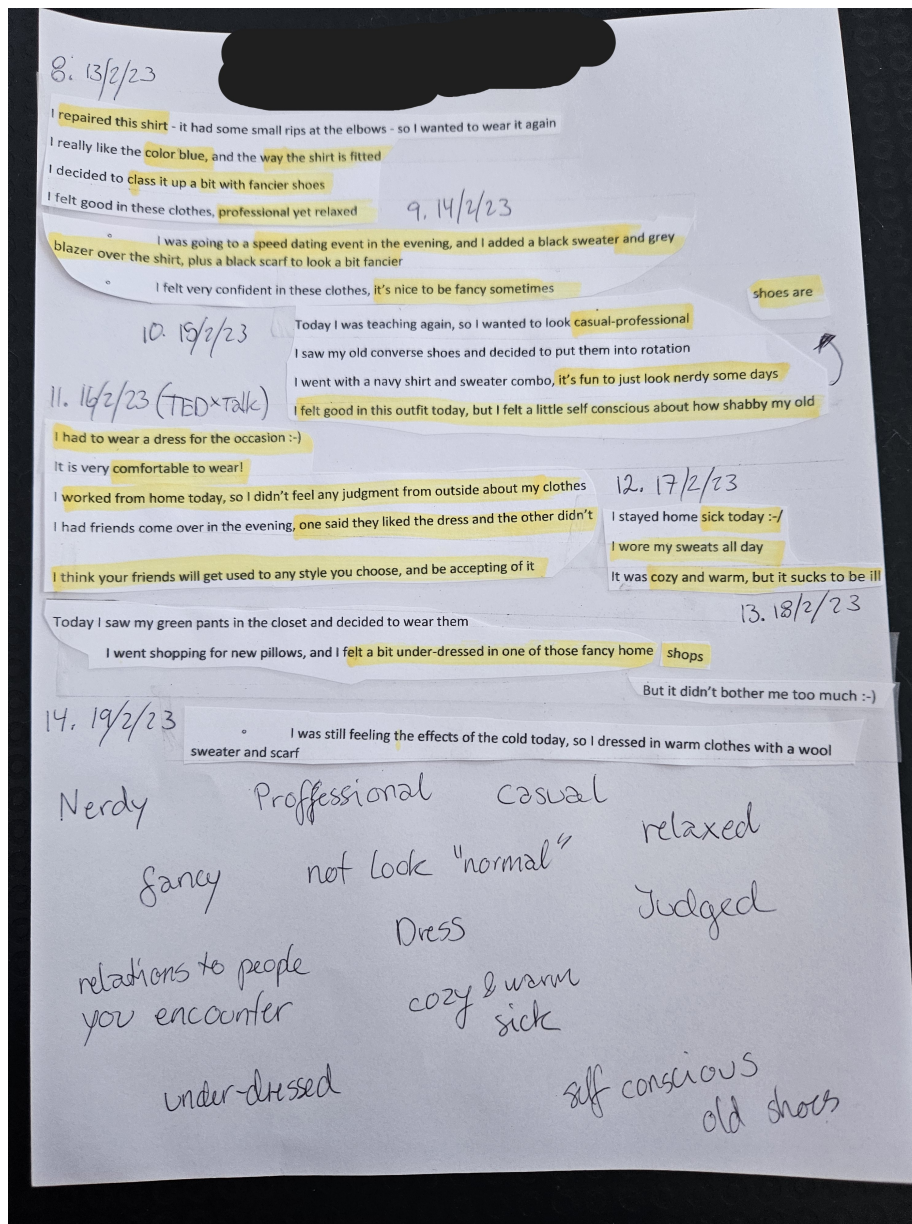


Figura 4: Colagem dos registros do diário do Participante 2

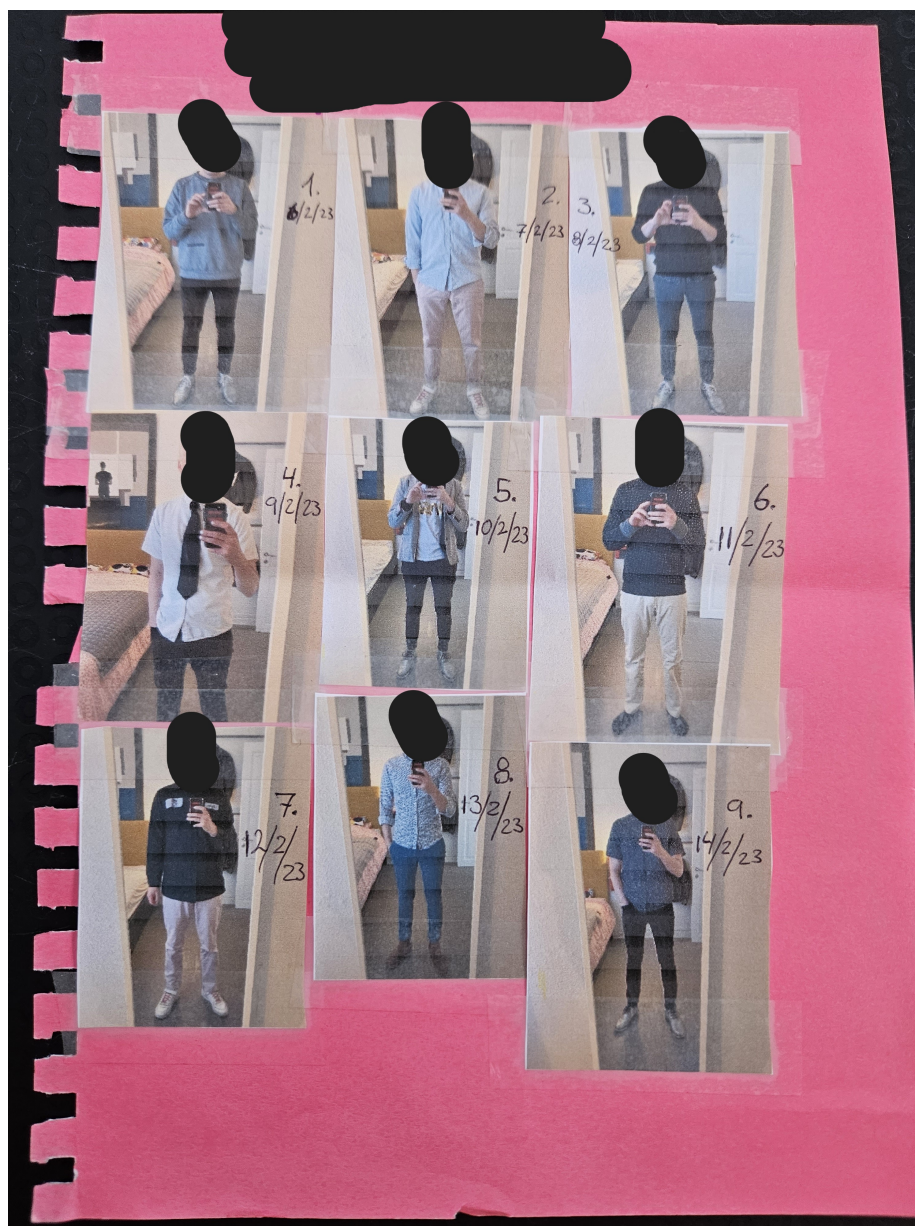


Figura 5: Colagem dos registos do diário do Participante 2

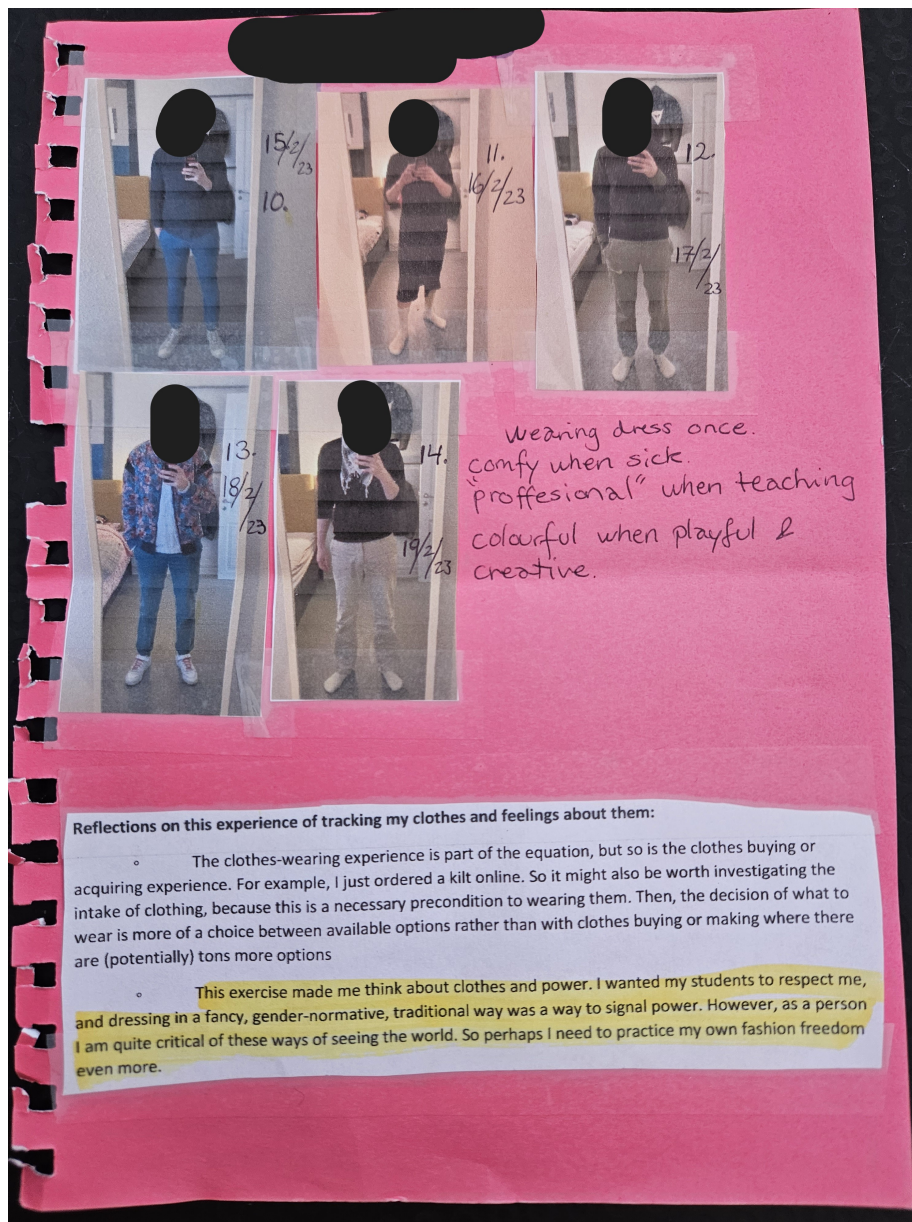


Figura 6: Colagem dos registos do diário do Participante 2

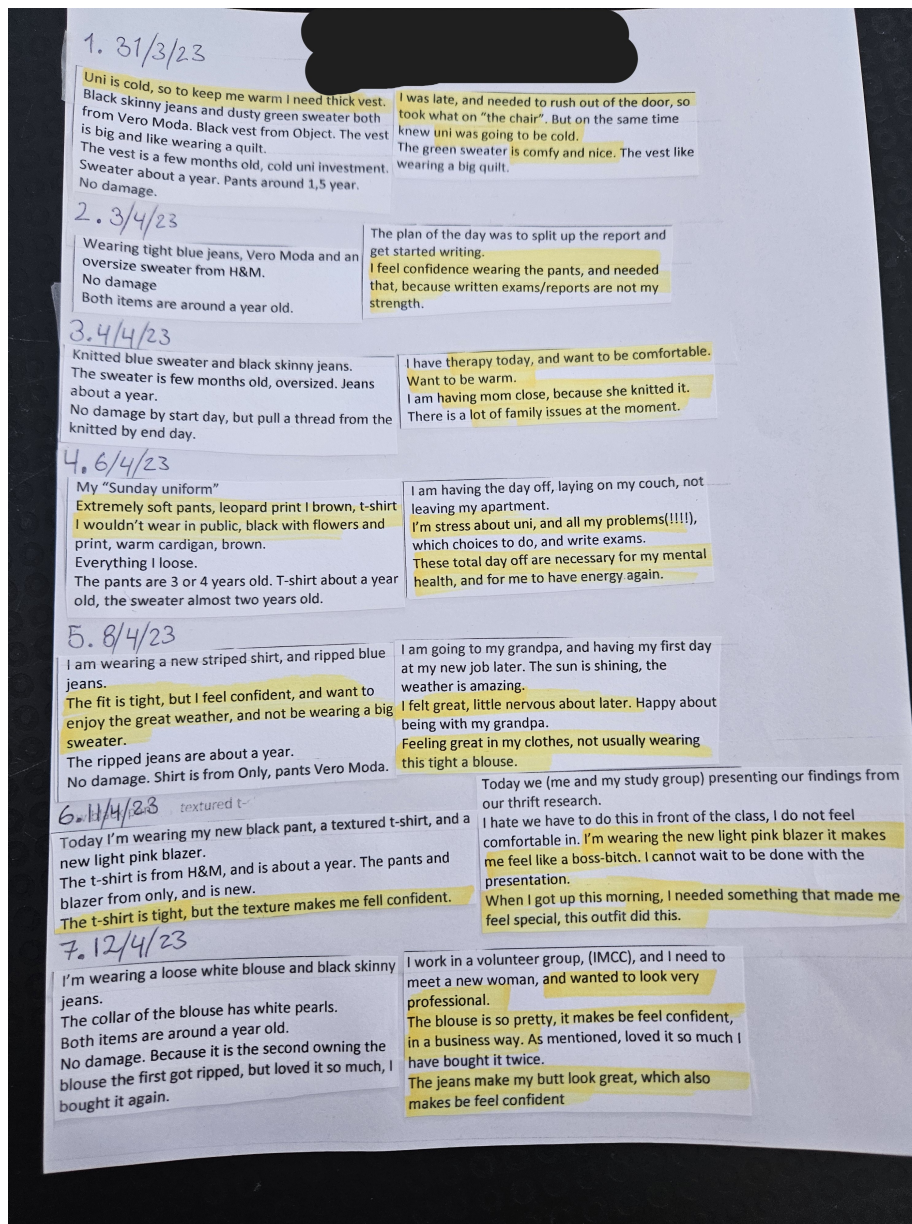


Figura 7: Colagem dos registos do diário do Participante 3

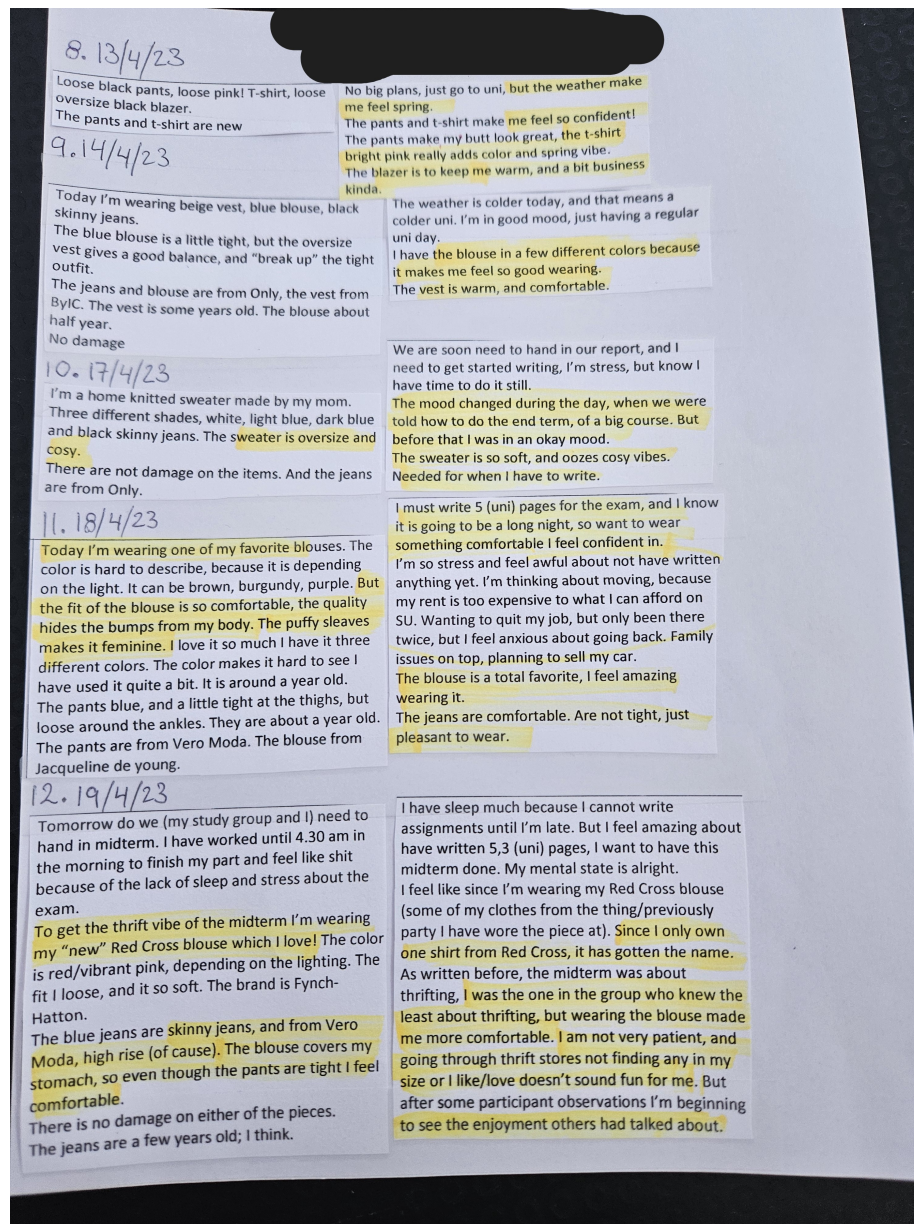


Figura 8: Colagem dos registos do diário do Participante 3

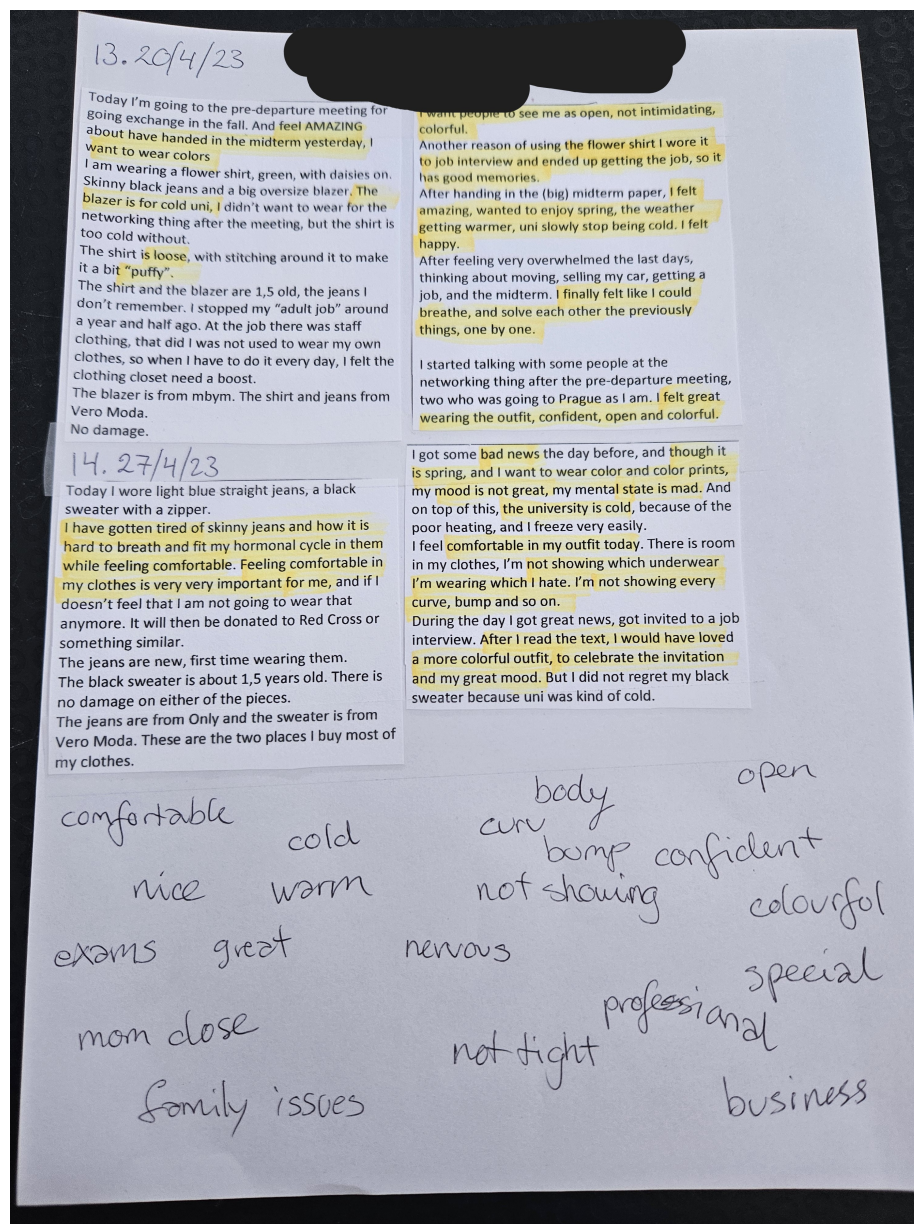


Figura 9: Colagem dos registos do diário do Participante 3



Figura 10: Colagem dos registos do diário do Participante 3

O primeiro participante do sexo masculino (Participante 1) iniciou o seu diário descrevendo como, há alguns anos, optou por adotar aquilo a que chama “uniforme”. A motivação foi poupar tempo, preservar a sua identidade visual e reduzir o consumo. O seu uniforme e as suas escolhas de vestuário privilegiam o

conforto, a praticidade e uma aparência discreta no cotidiano. Este destaque para o conforto relaciona-se com os seus dias de trabalho, em que viajava frequentemente, conforme descreveu. Referiu ainda que, embora considere calças de fato de treino “feias”, aprecia o conforto que estas proporcionam. De modo geral, não atribuiu significado emocional ao seu uniforme, exceto numa ocasião em que usou uma *sweatshirt* que comprou no Canadá durante uma visita a um amigo, que evocou memórias positivas e, por isso, teve valor afetivo. As descrições do Participante 1 relativamente aos seus coordenados, às emoções e aos contextos revelaram pouca expressão de processos criativos.

Curiosamente, o Participante 1 fez atuações de transformismo neste período, nas quais a sua criatividade em termos de estilo tornou-se mais evidente. Em contraste com o seu uniforme discreto, os coordenados de transformista incluíam numerosos elementos criativos — objetos, cores e acessórios — combinados para criar a sua *persona drag*. Durante estas atuações, a sua reação emocional oscilou entre o prazer por parecer arrojado e o desconforto associado ao processo de transformação. Utilizou termos como “apertado”, “quente” e “restritivo” para descrever a experiência. Embora use o transformismo como meio de expressão criativa, o Participante 1 também enfrentou restrições corporais e materiais que limitaram tanto o seu processo criativo como o seu prazer. Além disso, essas condições, aliadas à aceitação social e comunitária, parecem influenciar a escolha do seu “uniforme” habitual, permitindo-lhe manter uma aparência profissional. As ideias apresentadas pelo Participante 1 — expressando conforto com peças como calças de fato de treino, que descreveu como “feias” — contrastam com o conceito de “uniforme” que considera adequado para a maioria das situações, aplicando a metáfora do palco e dos bastidores de Goffman (Entwistle, 2015). Estas condições sociais e comunitárias contribuem para apresentarmos diferentes “eus” conforme o contexto. Designadamente, apresenta-se a ideia de que nos mostramos de uma forma no “palco” em público e de outra nos “bastidores” em contextos privados, como no ambiente doméstico.

O segundo participante do sexo masculino (Participante 2) registou diariamente as suas notas no telemóvel, acompanhadas de fotografias, em vez de usar o diário físico, respondendo às mesmas questões (ver Figura 3, Figura 4, Figura 5, e Figura 6). Muitas das suas escolhas de coordenado foram influenciadas pelo seu cronograma diário, tendo em conta a natureza das aulas ou das tarefas que lhe cabiam. O Participante 2 experimenta usar vestidos e saias e aponta no diário que tenta evitar parecer “normal”. Nas suas reflexões, referiu que, em retrospectiva, gostaria de ter sido mais criativo e audacioso. Muitos dos seus coordenados visaram uma aparência profissional, casual ou *nerd* nas aulas, sobretudo quando encontrava estudantes novos. Além disso, sentiu-se constrangido por usar calçado gasto e pouco apresentável numa visita a uma loja de design de interiores, influenciado pelo ambiente cultural e pelas relações sociais. Durante o preenchimento do diário, o Participante 2 esteve doente, o que afetou claramente os seus coordenados e limitou a sua criatividade devido às condições físicas, pois o seu foco passou a ser sentir-se quente e confortável em vez de se divertir com o estilo, como habitualmente. Estes exemplos demonstram como planeou

antecipadamente os diferentes espaços do seu dia, tendo de considerar normas distintas consoante estivesse a dar aulas na universidade ou a descansar em casa (Entwistle, 2015).

A participante do sexo feminino (Participante 3) dedicou grande parte do diário a expressar emoções e desafios pessoais, familiares, profissionais e académicos (ver Figura 7, Figura 8, Figura 9, e Figura 10). Estas descrições emocionais revelaram o impacto significativo das suas condições sociais nas suas escolhas e na sua criatividade. À medida que enfrentava dificuldades diárias, sentia-se motivada ora a vestir-se de forma colorida para aumentar a confiança, ora a optar por roupa confortável para reduzir o *stress*. Ao contrário dos outros participantes, mencionou sistematicamente a idade e o desgaste das peças, demonstrando preocupação com a longevidade e a materialidade do vestuário. Tal como os restantes, escolheu o vestuário em função das pessoas com quem ia conviver e do contexto cultural. Curiosamente, ao longo do diário, o seu processo criativo foi fortemente condicionado pelo clima: as alterações sazonais e fatores ambientais — como o frio nas salas de aula — influenciaram aquilo que sentia poder usar. À medida que o tempo melhorou, a sua energia e envolvimento criativo aumentaram, manifestando-se através de vestidos, cores vibrantes e padrões florais. Estas mudanças ambientais, tanto na localização como no clima, condicionaram o seu processo criativo e a gestão das demais condições.

Outro aspeto salientado na comparação dos diários dos participantes foi a sua situação financeira. Embora mereça análise mais aprofundada, constatou-se a existência de diferenças ocupacionais — dois participantes são académicos e um estudante — e, conseqüentemente, disparidades financeiras. Esta condição também limita ou potencia a expressão criativa, por afetar os tipos de peças que cada um pode adquirir. Durante o período do diário, a Participante 3 descobriu o mercado de segunda mão, que pode fomentar maior criatividade sem acarretar encargos financeiros. Além disso, tanto ela como o Participante 2 descreveram reparar peças de roupa como parte das suas práticas criativas.

As semelhanças e diferenças entre os participantes ajudam a evidenciar as condições que moldam a criatividade. Enquanto o Participante 2 e a Participante 3 manifestaram necessidade de confiança e nervosismo, o Participante 1 e Participante 3 descreveram várias condições físicas ou materiais — como apertos, realce ou ocultação de formas e a importância do conforto.

Algumas observações adicionais extraídas do diário podem oferecer indicações sobre como os participantes se relacionam com o vestuário e com o seu sentido de identidade, ao comparar as colagens — centrando-se em materiais, cores e outros elementos — com as respetivas descrições emocionais. Por exemplo, a Participante 3 descreveu a escolha de um blazer cor-de-rosa para se sentir mais confiante numa entrevista — uma condição material que potenciou a sua criatividade e enriqueceu o seu dia. Este exemplo ilustra também um aspeto de criatividade explorado por Kaufman e Glăveanu (2025), que afirmam:

a expressão emocional inerente à criatividade pode servir como uma

poderosa ferramenta para enfrentar adversidades, ajudando os indivíduos a processar experiências difíceis e a encontrar novas perspectivas. Esta adaptabilidade é particularmente valiosa na gestão das incertezas da vida, tornando a criatividade não só uma fonte de prazer, mas também um contributo fundamental para a resiliência psicológica e o bem-estar geral. (p. 3)

A ideia de que a criatividade nas práticas quotidianas pode contribuir para o bem-estar geral constitui outra área que merece investigação futura.

Um aspeto que não teve grande expressão nas respostas, mas que permanece intrínseco ao contexto cultural e sociopolítico, é a questão do género e da raça. Estas condições influenciam a forma como nos vestimos de acordo com as nossas experiências de género e identidades corporificadas; tais diferenças informam as nossas decisões ao selecionar o vestuário (Entwistle, 2015). Como referido, este tema já foi explorado por Entwistle e outros, mas poderá ser analisado mais profundamente através do método proposto em estudos futuros, por exemplo, incluindo questões direcionadas ou selecionando participantes com esses aspetos em mente.

Conclusão e Possibilidades Fururas

No início deste artigo, foram apresentadas diversas teorias sobre a criatividade, com ênfase particular na criatividade distribuída, que se revelou a mais influente no desenvolvimento da metodologia. O estudo do ato simples e quotidiano de vestir — e das emoções a ele associadas — foi aqui proposto como uma tentativa de destacar práticas criativas para além das formas artísticas tradicionais ou de outras áreas normalmente consideradas domínios de criatividade excecional. Ao investigar esta prática comum, procurou-se compreender de que forma os participantes expressaram criatividade através dos seus coordenados e quais os fatores que potenciaram ou limitaram essa criatividade reflexiva e o seu sentido de identidade. Apesar dos limites deste estudo, foram identificadas várias condições que parecem influenciar a criatividade, muitas das quais podem ser relevantes para uma ampla gama de atividades e práticas que condicionam ou incentivam a liberdade criativa.

Este artigo desenvolve e propõe um método — o "Diário do *Look* do Dia" — que pode ser utilizado para analisar os processos criativos de indivíduos nos seus contextos específicos. Assente nos estudos do guarda-roupa e na teoria da criatividade distribuída, o método evidencia os fatores sociais, emocionais e contextuais que influenciam o acesso ao potencial criativo de cada indivíduo. Além disso, apresenta-se como uma ferramenta de investigação qualitativa com potencial interdisciplinar, aplicável em áreas como a investigação do consumidor, o design de moda e outras práticas afins onde o envolvimento dos participantes nos seus contextos emocionais, sociais e materiais é essencial. Nesta fase, o método continua a ser uma proposta preliminar que pode e deve ser aperfeiçoada

ou adaptada a diferentes questões de investigação e desenhos de estudo.

Um dos possíveis contributos deste trabalho consiste na integração de métodos qualitativos dos estudos de moda com perspetivas teóricas sobre a criatividade, alargando a compreensão das experiências e expressões criativas na vida quotidiana — para além da sua análise enquanto produtos finais (Glăveanu & Beghetto, 2021). Como referem Verger et al. (2024), "as teorizações mais recentes tendem para uma abordagem processual da criação, que se afasta da perceção da criatividade como algo vinculado ao produto criado" (p. 277).

No âmbito dos estudos de moda, este método amplia os métodos tradicionais do guarda-roupa, geralmente focados no objeto estático (o guarda-roupa propriamente dito). Embora não seja o foco central deste estudo, dada a ênfase na criatividade distribuída, o método do diário oferece uma abordagem mais fenomenológica, centrando-se no corpo vestido e na sua experiência vivida, enquadrando a roupa como objeto em uso pelo sujeito. Como escreve Entwistle (2015):

mesmo a literatura que considera o corpo tende a centrar-se no corpo textual ou discursivo, e não no corpo vivido e experienciado, articulado através das práticas do vestir. Vestir-se no quotidiano é sobre a experiência de viver e agir sobre o corpo. (p. 5)

Esta perspetiva é crucial para compreender como a criatividade opera para além da mente e do paradigma individualista do "eu".

Com base no enquadramento teórico e nos resultados da análise, este artigo propõe um modelo preliminar para investigar o grau de liberdade criativa nas práticas de moda quotidianas. Este modelo avalia como diferentes condições influenciam a capacidade de se envolver criativamente com o vestir. Tal como na teoria da criatividade distribuída, a análise identificou sete condições contextuais que podem potenciar ou limitar a liberdade de expressão criativa, em particular no âmbito das práticas de moda, nomeadamente fatores corporais, materiais, financeiros, sociais, sociopolíticas, culturais e ambientais.

Cada uma destas condições varia no grau de influência e pode ser condicionada pelas restantes, formando uma relação interdependente que tanto pode facilitar como limitar a liberdade de (re)criar a própria imagem. Com análises futuras, este modelo poderá ser aprimorado e replicado noutros domínios onde seja relevante avaliar as condições da criatividade.

A investigação aqui apresentada demonstrou evidências relevantes sobre a importância da criatividade nas práticas de moda, revelando de que forma usamos a roupa para construir a nossa imagem. A análise demonstrou que tanto os fatores internos como os externos influenciam o grau de liberdade sentido pelos participantes para expressar a sua criatividade. Em particular, os fatores contextuais — como os aspetos culturais, sociais e societários — desempenharam um papel significativo, quer limitando, quer potenciando a confiança dos participantes em explorar o seu próprio estilo, moldando assim as suas práticas quotidianas de

moda. Tal como o clima, materiais ou corpo influenciam as nossas escolhas de vestuário, também o fazem a cultura envolvente, as pessoas com quem interagimos e os valores e símbolos veiculados pela sociedade. Estes fatores contextuais moldam profundamente as condições que limitam ou estimulam a criatividade nas escolhas de vestuário. Compreender essas condições pode permitir-nos questionar os limites que impõem, promovendo uma maior liberdade criativa e formas mais autênticas de expressão da identidade. Ao tomarmos consciência daquilo que vestimos e porquê, poderemos ser encorajados a reutilizar peças que reforçam a confiança, proporcionam prazer e adequam-se ao nosso estilo ou corpo. Ao envolvermo-nos de forma mais consciente com a nossa criatividade e com as condições que a moldam enquanto consumidores criativos, poderemos também usar os nossos guarda-roupas de forma mais sustentável. Estudos recentes de Glăveanu e outros autores exploram como a criatividade pode favorecer o decrescimento — um conceito que propõe uma reimaginação da sociedade e uma reflexão sobre os pressupostos que sustentam os atuais modos de utilização dos recursos (Verger et al., 2024). Estes autores defendem que "devemos contribuir para imaginar novas formas de nos relacionarmos com a materialidade no nosso ecossistema" (Verger et al., 2024, p. 269), propondo um enquadramento de preservação criativa. Descrevem as práticas alinhadas com esta abordagem da seguinte forma: "o enquadramento da preservação criativa reúne práticas que contribuem para criar uma convivência harmoniosa e sustentável entre os seres humanos e as coisas no mundo" (Himley et al., 2021, citado em Verger et al., 2024, p. 269). Essa convivência torna-se possível através de formas de criação que ligam o passado, o presente e o futuro, assegurando assim a continuidade de objetos e ideias num mundo em constante transformação (Verger et al., 2024).

Mesmo no âmbito deste pequeno estudo, há indícios de uma participante que centrou a sua atenção nos materiais, na roupa em segunda mão e em formas de prolongar a vida útil das peças. Uma investigação mais aprofundada sobre este tema — articulada com ideias sobre como a criatividade pode ser usada não apenas para produzir novos produtos, mas também para encontrar novos propósitos para o que já possuímos — poderia expandir este campo de estudo. Seria pertinente, por exemplo, recorrer a um método como o diário para compreender melhor por que razão indivíduos ou coletivos se envolvem em práticas que promovem o decrescimento, como o *upcycling* (reutilização criativa), as compras em segunda mão ou a reinvenção de peças usadas (Verger et al., 2024). Como questionam os autores mencionados no artigo: "e se a melhor forma de pensar um futuro melhor fosse, na verdade, pensar em preservar e renovar?" (Verger et al., 2024, p. 269).

Este é apenas um exemplo de como o método pode ser aplicado na prática por consumidores, designers, investigadores de moda ou pela própria indústria da moda. Para além da prática quotidiana, este estudo oferece também perspetivas sobre como um método situado na intersecção entre os estudos de moda, a psicologia e a teoria da criatividade pode ser utilizado e desenvolvido noutros domínios. Embora o uso de diários ou registos — tal como referenciado no desenvolvimento do conceito de diário — não seja novidade, este enfoque específico

no registo de experiências emocionais articuladas com a experiência material e incorporada revela-se uma abordagem valiosa para estudar a relação entre corpo e mente em diversos contextos do quotidiano.

Pós-Edição de Tradução Automática: Anabela Delgado

Nota Biográfica

Sandra Jäger é licenciada em Cultura e Economia do Design pela Universidade da Dinamarca do Sul, com especialização em estudos críticos de moda, estudos de género e sustentabilidade. É editora-chefe da revista *The Critical Pulse*, onde também contribui como redatora, editora, ilustradora e gestora de projetos. A sua experiência profissional abrange ainda trabalho em design gráfico, visitas guiadas em museus, oratória, coapresentação do Fashion Freedom Fest e ensino. Atualmente, frequenta o mestrado em Estudos de Design na Universidade da Dinamarca do Sul.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-8836-4441>

Email: sandrarj2010@live.dk

Morada: University of Southern Denmark, Universitetsparken 1, 6000 Kolding, Denmark

Referências

- Boon, W. (2014). *Defining creativity*. BIS Publishers.
- Bundgaard, H., & Mogensen, H. O. (2018). *Antropologiske projekter: En grundbog*. Samfundslitteratur.
- Entwistle, J. (2015). *The fashioned body: Fashion, dress & modern social theory*. Polity Press.
- Fletcher, K., & Klepp, I. G. (2017). *Opening up the wardrobe: A methods book*. Novus Press.
- Gaver, B., Dunne, T., & Pacenti, E. (1999). Cultural probes. *Interactions*, 6(1), 21–29. <https://doi.org/10.1145/291224.291235>
- Gilbert, E. (2015). *Big magic: Creative living beyond fear*. Riverhead.
- Glăveanu, V. P. (2014). *Distributed creativity: Thinking outside the vox of the creative individual*. Springer.
- Glăveanu, V. P., & Beghetto, R. A. (2021). Creative experience: A non-standard definition of creativity. *Creativity Research Journal*, 33(2), 75–80. <https://doi.org/10.1080/10400419.2020.1827606>

- Glăveanu, V. P., & Kaufman, J. C. (2022). Building off creativity to move gifted to gifting. *Gifted Education International*, 38(3), 386–390. <https://doi.org/10.1177/02614294211050149>
- Jennings, T. (2011). *Creativity in fashion design: An inspiration workbook*. Fairchild Books.
- Judkins, R. (2016). *The art of creative thinking*. Hodder & Stoughton.
- Kaufman, J. C., & Glăveanu, V. P. (2025). The products of the process: Toward exploring and expanding the benefits of being creative. *The Journal of Creative Behavior*, 59(1), Artigo e70006. <https://doi.org/10.1002/jocb.70006>
- Smit, I., & van der Hulst, A. (2018). *Creativity takes courage: Dare to think differently*. Workman Publishing.
- Verger, N. B., Duymedjian, R., Wegener, C., & Glăveanu, V. P. (2024). Creative preservation: A framework of creativity in support of degrowth. *Review of General Psychology*, 28(3), 268–281. <https://doi.org/10.1177/1089268024125631>

Este trabalho encontra-se publicado com a Licença Internacional Creative Commons Atribuição 4.0.