

Moda, expressão e tecnologia

RESUMO

Renata Pitombo Cidreira
pitomboc@yahoo.com.br
Universidade Federal do Recôncavo da
Bahia (UFRB), Cachoeira, Bahia, Brasil.

Os novos meios de comunicação que ampliam nossa visão, nossa escuta, nosso tato e movimento fazem-nos refletir sobre nossos processos perceptivos e mais seriamente sobre a arte, a literatura, e a cultura do passado em sua totalidade. Defrontamo-nos com uma nova realidade: a dos fluxos de consumo e de apreciação de produtos. E, nesse sentido, a moda e suas interrelações encontram-se aqui implicados. É nessa zona de fluxos que intentamos compreender a força da moda e a potência da aparência, no jogo dinâmico com os sentidos que as novas tecnologias propiciam.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação. Moda. Tecnologia.

INTRODUÇÃO

Num texto originalmente publicado em 1961, intitulado *As humanidades na era eletrônica*, compilado em *Inédito* (2015), Marshall McLuhan nos oferece um diagnóstico bastante lúcido e empolgante das novas transformações oriundas das recentes tecnologias. A definição dos meios como sentidos exteriores e a sutil assimilação dos meios de produção comercial a linguagem como meio para a internacionalização e intercâmbio de produtos intelectuais e experienciais são os focos principais da sua reflexão. Com o fim da era mecânica, temos uma extensão da interdependência das etapas da experiência e associações do homem; os processos foram dilatados em prol de uma envoltura de sentido e sensibilidade que abarca o mundo inteiro; temos a possibilidade de nos envolvermos num processo comunal de coexistência inter-relacionada, defende o autor.

Os novos meios de comunicação que ampliam nossa visão, nossa escuta, nosso tato e movimento, fazem-nos refletir sobre nossos processos perceptivos e mais seriamente sobre a arte, a literatura, e a cultura do passado em sua totalidade. Nos defrontam com uma nova realidade: a dos fluxos de consumo e de apreciação de produtos. E, nesse sentido, a moda e suas interrelações encontram-se aqui implicados. Tal cenário promove uma troca estrutural, proporcionada pelos novos meios de informação e comunicação, que nos defrontam com um novo modo de conhecimento que se estabelece por interrelação, um diálogo constante entre os saberes. É nessa zona de fluxos que intentamos compreender a força da moda e a potência da aparência, no jogo dinâmico com os sentidos que as novas tecnologias propiciam.

A MODA COMO EXTENSÃO DO CORPO E EXPRESSÃO DO SER

Muito já se falou sobre a capacidade expressiva da roupa e da moda. Em geral, os estudos evocam a dimensão comunicativa das mesmas associando-as a uma linguagem e/ou a um discurso. O livro de Alison Lurie, por exemplo, intitulado *A Linguagem das Roupas* (1997) desenvolve todo seu argumento a partir da ideia de que a roupa é um sistema de signo e, portanto, possui seu sortimento de palavras, um verdadeiro vocabulário. “Assim como no discurso humano, é claro que não existe uma única língua das roupas, mas várias: algumas [...] estão intimamente relacionadas e outras [...] são quase exclusivas” (p.19-20), pondera Lurie, ao que acrescenta: “Em cada língua das roupas há vários dialetos e sotaques diferentes” (p. 20).

A autora ressalta, inclusive, que esta não é uma abordagem nova, e concordamos com ela quando lembramos do trabalho de Roland Barthes, *O sistema da moda* (1967), ou mesmo de algumas reflexões sobre o tema de Umberto Eco (1989), tendo a semiologia como aparato conceitual, acentuando a noção de que a moda é uma linguagem não-verbal. Como já mencionamos em *Os sentidos da moda* (2005), Barthes defende o vestuário como um sistema de significação e enquanto tal passível de uma análise do conceito língua/fala saussuriano, em que a língua se caracteriza como conjunto sistemático de convenções e a fala recobre a parte individual da linguagem. Também Umberto Eco defende a moda como comunicação e a roupa como linguagem articulada, defendendo que “os códigos do vestuário existem. Embora muitas vezes sejam

fracos, ou seja, mudam com uma certa rapidez [...], e são frequentemente reconstruídos no momento, na situação dada” (p. 18).

Mais recentemente, na publicação *Discursos da moda: semiótica, design e corpo* (2005), Kathia Castilho e Marcelo Martins também ancoram-se na semiótica enquanto aparato teórico e metodológico para compreender os “textos/objetos-roupas”, através de leituras que extrapolam a funcionalidade da moda e dão conta de questões subjetivas a ela inerentes, “quer pela eleição de grupos que atribuem à roupa determinados valores agregados, quer pela identificação do sujeito usuário de um objeto que lhe aporta [...] traços de identidade” (p. 52). Ao escolherem a semiótica gerativa, elegem os discursos com base em um processo gerativo de sentido, centrado no plano do conteúdo e composto pelos níveis fundamental, narrativo e discursivo, e, num momento posterior, verificam as possibilidades de leitura decorrentes dos elementos que constituem a materialidade do texto.

Outro trabalho que adota a perspectiva semiótica para refletir sobre as roupas e suas manifestações é *Moda também é texto*, de Sandra Ramalho e Oliveira (2007), definindo a disciplina como o estudo das linguagens. Para a autora a moda é uma linguagem no sentido de que obedece a uma gramática, ou seja, a um conjunto de prescrições, normas e regras, ainda que ela não obedeça de forma rígida essas regras. Oliveira destaca que cada traje pode ser considerado um texto ou um discurso, “denominação quase tão metafórica quanto a que usamos quando chamamos a ‘linguagem’ da moda de linguagem” (p. 34); ao que acrescenta: “Na linguagem verbal usamos palavras; na moda, usamos linhas, formas, cores, texturas e pontos” (p. 34).

De todo modo, o que nos parece saltar nessas abordagens é a vontade de dar conta dos sentidos expressos pela vestimenta e, mais do que isso, perceber a expressão do corpo vestido ou, dito de outro modo, como a composição da aparência pode exibir certos sentidos. Nessa perspectiva, a semiologia ou mesmo a semiótica podem comparecer como aparatos conceituais e metodológicos pertinentes, mas sempre estarão buscando dar conta da especificidade de imagem, da plasticidade visual presente no campo das roupas e da moda, através de ajustes e adaptações que um deslocamento entre a linguagem e a linguagem não-verbal solicita. Procuramos adotar, portanto, uma vertente interpretativa que se exime de fazer esses ajustes, uma vez que reconhece a moda enquanto vetor comunicacional, evitando defini-la enquanto linguagem, mas sim, como expressão.

O próprio McLuhan já havia chamado atenção para o vestuário enquanto mídia, ou seja, um prolongamento do corpo que tem a capacidade de assessorá-lo, potencializá-lo nas suas atividades. Nos seus estudos da década de 60, o autor chama atenção para o fato de que a roupa é uma extensão do homem e, enquanto tal, interfere nos nossos padrões perceptivos e nas nossas dinâmicas sensório-motoras. Como já ressaltamos em outro momento, McLuhan ressaltava, sobretudo, o grau de incorporação da vestimenta ao corpo, a ponto de transformar-se, essencialmente, numa segunda pele, ou seja, uma extensão dos nossos próprios tecidos, da nossa própria modelagem, como algo que já faz parte do nosso corpo, faz parte de nós, enquanto dimensão sensório-motora. “O vestuário, como extensão da pele, pode ser visto como um mecanismo de controle térmico e como meio de definição do ser social” (1964, p.140).

Na obra *Guerra e paz na aldeia global* (1971), Marshall McLuhan e Quentin Fiore vivificam a discussão sobre a potência da roupa e as dimensões sensoriais que elas produzem quando problematizam a utilização do véu argelino ou niqaab. Os autores narram uma situação bastante peculiar entre 1954 e 1958, período de efervescência da independência da Argélia, em que as mulheres são obrigadas a retirar o véu para conseguirem se infiltrar num espaço sem serem identificadas. Mas o fato é que a retirada do véu implica na alteração das dinâmicas sensório-motoras dessas mulheres, a tal ponto que elas perdem a capacidade de interrelação com o seu espaço circundante. A ausência do véu provoca uma alteração sensorial que implica em novos enquadramentos perceptivos. Assim, essas mulheres passam a ter dificuldade em atravessar uma rua, por exemplo, pois a configuração corporal despida da veste prolonga os membros e reestrutura o simples ato de caminhar, na sua relação com o espaço e o tempo.

Os autores intensificam a reflexão com uma citação de Frantz Fanon sobre as vestes como armamento, presente nos *Estudos sobre um Colonialismo Moribundo*, de 1965. Assim narra o filósofo a experiência fenomenológica de uma mulher argelina na sua relação com o véu.

O corpo de uma jovem argelina, na sociedade tradicional, lhe é revelado quando chega à maturidade e pelo véu. O véu cobre o corpo e o disciplina, tempera-o, exatamente na época em que o corpo passa pela maior efervescência. O véu protege, dá segurança, isola. É preciso ter-se ouvido as confissões de uma mulher argelina ou ter analisado o conteúdo do sonho de uma mulher que recentemente abandonou o véu para aquilatar a importância do véu para o corpo da mulher. Sem o véu ela tinha a impressão de que seu corpo estava sendo cortado em pedacinhos e posto à deriva; os membros parecem que se alongam indefinidamente. Quando uma mulher argelina tem que cruzar uma rua, durante muito tempo ela comete erros de julgamento quanto à exata distância a ser atravessada. O corpo seu o véu, parece escapar, dissolver-se. Ela tem a impressão de estar vestida inconvenientemente, até mesmo de estar na rua. Ela experimenta uma sensação muito intensa de não estar inteira. Tem a sensação ansiosa de qualquer coisa incompleta e ao mesmo tempo uma sensação apavorante de desintegração. A ausência do véu distorce o padrão corporal da mulher argelina. Ela tem que inventar rapidamente novas dimensões para seu corpo, novos meios de controle muscular. Ela tem que criar para si mesma uma atitude de mulher-desvelada-por-fora. Deve vencer toda sua timidez, seu desajeitamento (pois que tem de passar por européia) e ao mesmo tempo, ter o cuidado de não exagerar, para não chamar a atenção sobre si. Uma mulher argelina que ande completamente nua numa cidade européia reaprende seu corpo, e o restabelece de maneira totalmente revolucionária. Essa nova dialética do corpo e do mundo é elementar no caso de uma mulher revolucionária. (FANON apud MCLUHAN/FIORE, 1971, p.157-159).

Essa passagem é bastante elucidativa no que se refere a essa relação corpo, roupa e mundo circundante e nos faz refletir sobre a força da aparição, dessa capacidade de composição da aparência que nos faz seres situados no mundo.

Conceber a roupa e a moda enquanto mídias é também, em certa medida, identificá-las como uma tecnologia, fruto da engenhosidade e trabalho do homem a partir de uma matéria-prima disponível que pode ser potencializada. Logo, nada mais natural que ela tenha a capacidade de incorporar outras tecnologias e ir se aprimorando com o tempo, adaptando-se às novas necessidades humanas, sobretudo aquelas que dizem respeito a essa relação tão crucial entre roupa, corpo e meio ambiente.

Na sua reflexão sobre as tecnologias e a moda, Suzana Avelar (2009) chama atenção para o fato de que, na contemporaneidade, ao pensarmos na relação entre o corpo e a moda, não podemos desconsiderar que além das próteses externas, como já apontava McLuhan desde a década de 60, precisamos pensar também nas próteses internas, que penetram o corpo humano através das ciências biotecnológicas. “Estas incluem nanotecnologias, que permitem não só o monitoramento interno desse corpo à distância, mas também seu aprimoramento, pressupondo processos autorregulativos” (2009, p. 131).

De todo modo, a presença da tecnologia na indústria da moda é uma constante. Podemos ressaltar dois campos que são emblemáticos na busca do aperfeiçoamento dessa relação, procurando otimizar as potencialidades corpóreas na interação com o ambiente. São eles o esporte e os meios de comunicação.

No esporte, sobretudo a partir da década de 70, vamos verificar uma intensificação na busca de aperfeiçoamento do conforto e da performance dos atletas, que passam, necessariamente pela procura de inovações nas roupas utilizadas pelos mesmos. Empresas como Speedo, Nike, OP e O’Neill se destacam neste cenário.

A Speedo [...] criou roupas com um tecido que apresenta uma estrutura de pequenos “canais” por onde a água escorre rapidamente, diminuindo o atrito. Na mesma linha, o “Swiftsuit” da Nike traz uma solução aerodinâmica para corredores. Este cobre todo o corpo do atleta, inclusive a cabeça, e em seu projeto foram calculadas as áreas de maior concentração de suor no corpo. Para cada área designou-se um tipo de tecido, e as costuras foram posicionadas quase todas na parte traseira, evitando assim a retenção de fluido na porção frontal (AVELAR, 2009, p. 141).

Observamos, assim, que o esporte vai beneficiar muito a relação entre as roupas e as tecnologias, promovendo uma intensa pesquisa na área da física e da engenharia têxtil. Além disso, destacamos que cada vez mais as tecnologias aplicadas às roupas esportivas invadem as roupas do dia a dia, como por exemplo, na pareceria entre a Italian Fashion e a Corpo Nove, criando uma camisa que tem o comprimento das mangas reduzido, em função da temperatura do ambiente, promovendo maior conforto ao usuário.

A comunicação é o outro setor que mais proporciona avanços na pesquisa de inovação, relacionando moda e tecnologia. Como destaca Avelar (2008), os wearable computers são aparatos tecnológicos que “congregam desde elementos computadorizados inseridos nas tramas dos tecidos até objetos de comunicação acoplados ao corpo por meio das roupas” (p. 148). Um dos exemplos citados pela autora é o famoso vestido de Adeline André, estilista francesa, que foi aprimorado pelo designer inglês Jenny Tillotson. O vestido tenta reproduzir o corpo humano, através de um sistema de circulação, com glândulas de perfume e de um sistema

nervoso que propicia a quem o veste experimentar diferentes “estados emocionais” e até mesmo controlá-los.

Vemos em sua trama uma rede de “veias” que contém líquidos coloridos de diversos aromas, bombeados por um dispositivo que imita a função do coração, produzindo e emitindo odores sentidos pela pessoa que o veste e por quem estiver perto. É por isso que as experiências com esse vestido têm envolvido, além de odores relaxantes, feromônios que servem de mensagens àqueles ao nosso redor (AVELAR, 2009, p. 149).

Em pleno século XXI, as pesquisas em torno das possibilidades plásticas da roupa se renovam e acentuam cada vez mais a necessidade de integração entre o corpo e a vestimenta. E o lançamento de novas roupas e acessórios com a incorporação de alta tecnologia são cada vez mais recorrentes, atendendo a uma demanda crescente, sobretudo daqueles que nasceram na era da internet e das redes sociais. Dentre as inovações mais divulgadas, além das já referidas, podemos citar roupas que mudam de cor de acordo com o ambiente e vestes e acessórios em impressão 3D.

Roupas de impressão 3D – Um belo e ousado exemplo são os vestidos desenhados e confeccionados pela designer holandesa Anouk Wipprecht para a Audi. As vestes incluem sensores de estacionamento que provocam flashes de luz nas mesmas quando alguém se aproxima da usuária.

Roupas solares e camaleônicas - A empresa Wearable Solar está criando vestimentas capazes de armazenar energia solar, através de painéis flexíveis costurados nas roupas. Desse modo, pode-se carregar o celular e outros dispositivos eletrônicos. Além disso, temos as roupas que reagem ao som e a luz: são as vestes camaleônicas, que trocam de aparência em função do ambiente. Esse é um investimento da Rainbow Winters, por exemplo.

Acessórios com dupla finalidade – São pulseiras, relógios, correntes que usam a tecnologia vestível, através do Bluetooth para se comunicar com aplicativos no smartphone. Assim, esses acessórios podem enviar alertas de emergência, auxiliar no monitoramento de algumas atividades, e fazer pagamentos sem toque.

Constatamos, assim, que as inovações tecnológicas incorporadas ao segmento do vestuário e dos acessórios têm, ao longo dos tempos, atendido às demandas do ser humano no seu espaço/tempo. Ao potencializarem nossa pele e nosso corpo, as roupas não apenas nos embelezam e seduzem o olhar do outro, mas também adquirem funções muito específicas na nossa vida cotidiana, libertando-nos da necessidade de certos deslocamentos, por exemplo, e conectando-nos aqui e agora a outros espaços e a outros indivíduos, configurando, através de novas formas e meios, a tão aclamada aldeia global, como já anunciara McLuhan.

DESIGNERS E TECNOLOGIA: ISSEY MIYAKE E ZAHA HADID

E essa tem sido uma das metas do designer japonês Issey Miyake: pesquisar meios que tornem possível transformar ideias em realidade, para que alguém possa usá-las, de modo confortável e elegante. Nesse sentido, o estilista sempre priorizou a relação entre a moda e a tecnologia. E sua marca continua reverenciado com afincos essa parceria de sucesso. No recente desfile na Semana Internacional

Primavera/Verão de Moda de Paris, dia 30 de setembro de 2016, mais uma vez assistimos ao rigor e requinte das suas peças, sob o comando do estilista Yoshiyuki Miyamae, que lidera a equipe de criadores desde 2011.

O que vimos foi uma passarela colorida, com vestidos que traziam bolsos de tonalidades cambiantes, manipulados através de um recurso eletrônico. Além disso, as peças exibiam uma elegância incomum para trajes esportivos e casuais em função do sucesso de uma nova aposta tecnológica do estúdio Miyake: um tipo de tecido misto que se contrai em estruturas rígidas quando exposto ao vapor, chamado 3D Steam Stretch.

Um software de computador é usado para calcular a diferente composição de algodão e poliéster no tecido, que reage com o vapor e transforma-se em padrões tridimensionais que são primeiro testados como protótipos de papel. O efeito visual é de um origami, só que dobrado a vapor e tudo é realizado a partir de fios no tecido. No desfile, outro destaque foram as estampas tribais, como um belo exemplo do trabalho com dobras, adquirindo um ritmo visual extremamente envolvente.



Modelos da coleção primavera/verão 2016.

A excepcionalidade do trabalho de pesquisa de Miyake, sobretudo na composição das formas e texturas, arrebatava não só pelo preciosismo e refinamento tecnológico, mas sobretudo pela usabilidade das peças, numa preocupação constante entre o corpo e a roupa, sempre criando e recriando tecidos inspirados na tradicional arte japonesa do origami mas com um design futurista. Tal legado do criador, continua reverberando sob a batuta do diretor criativo Yoshiyuki Miyamae, que tem trazido um frescor para as coleções, sem perder de vista o estilo fundamental da marca.

Outra artista das formas que apostou na parceria moda e tecnologia é Zaha Hadid, com resultados surpreendentes, belos e usáveis no segmento de acessórios. Em 2015, a renomada arquiteta iraquiana e outros dois artistas, Fernando Romero e Ben Van Berkel apresentaram na Exposição Re-Inventing Shoes, na Semana de

Design de Milão, sapatos confeccionados a partir da técnica da impressão 3D, para a marca United Nude. O procedimento utiliza um composto de nylon e borracha, batizado de Selective Laser Sintering, tornando os sapatos verdadeiras esculturas, mas totalmente funcionais.

Para os artistas envolvidos no projeto, a ideia foi criar uma abordagem nova em relação ao modo como um sapato pode ser percebido, sem desconsiderar aspectos como conforto e praticidade, além da mobilidade que os mesmos devem permitir. Desse modo, Zaha Hadid comenta que, em muitos modelos, há um interesse em conceber novas imagens para os pés revestidos tanto em descanso, quanto em movimento, promovendo mudanças nos atos perceptivos de quem observa, mas também mudanças sensoriais em quem os veste.

A iniciação da arquiteta no mundo da moda, aconteceu com a marca brasileira Melissa, em 2010. A artista criou um modelo exclusivo de sapato e trouxe para os pés formas arquitetônicas diferenciadas, utilizando o plástico como matéria-prima, marcando o estilo Melissa com seu designer desafiador e orgânico. Na oportunidade, Zaha chegou a comentar que este foi um projeto bastante desafiador, tanto no design como do ponto-de-vista técnico. “E houve uma grande sinergia, já que trabalhamos muito próximos com a Melissa para transformar nosso design em realidade”.



Modelo para a United Nude



Modelo para a Melissa

Diante dessas experiências e deste vasto e promissor cenário, o futuro da moda se delineia a partir da cooperação com a tecnologia, através dos têxteis inteligentes e dos wearable computers, configurando novas possibilidades para a nossa segunda pele, na sua interrelação com nossa primeira pele, o corpo. Como observa a pesquisadora portuguesa Cristina Duarte, o vestuário permanece como um dispositivo passível de uma renovação constante. “Mesmo no que diz respeito à experiência das compras, novas possibilidades indiciam mudanças no consumo. Através da transmissão de dados [...] para o fabricante, a indústria do vestuário pode fornecer produtos personalizados” (p. 126), observa a autora.

Compreendemos, assim, que nossas capacidades sensoriais-motoras podem se potencializar através da roupa, bem como esta pode promover alterações nos nossos processos perceptivos, alterando, inclusive, nossa dinâmica comportamental e o modo de interação que estabelecemos com o outro. A moda como expressão, em consonância com os desenvolvimentos tecnológicos, além de propiciar a criação de belos e instigantes artefatos vestíveis, permite-nos, talvez, um alargamento da nossa capacidade comunicativa, do nosso modo de estar no

mundo com os outros. A presença corporal e a composição da aparência compõem, desse modo, como lugar das inventividades, arena de redesenho e ambiência da significação, em que as modulações comportamentais, em última instância, corporais, presentificam as relações do sujeito com o mundo.

Fashion, expression and technology

ABSTRACT

The new media that expand our vision, our listening, our touch and our movement make us reflect on our perceptive processes and more seriously about art, literature, and the culture of the past as a whole. We are confronted with a new reality: the flow of consumption and appreciation of products. And in this sense, fashion and its interrelations are implied here. It is in this zone of flows that we try to understand the force of fashion and the power of appearance, in the dynamic game with the senses that new technologies provide.

KEYWORDS: Communication. Fashion. Technology.

REFERÊNCIAS

AVELAR, Suzana. **Moda: globalização e novas tecnologias**. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2009.

BARTHES, Roland. **O sistema da moda**. Tradução de Maria de Santa Cruz.. São Paulo: Edições 70, 1967.

CASTILHO, Kathia e MARTINS, Marcelo. **Discursos da moda: semiótica, design e corpo**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura**. São Paulo: Annablume, 2005.

DUARTE, Cristina L. **O que é moda**. Lisboa: Quimera Editores, 2004.

ECO, Umberto. O hábito fala pelo monge. IN: **Psicologia do Vestir**. 3 ed. Lisboa: Assírio e Alvin, 1989.

LURIE, Alison. **A linguagem das roupas**. Tradução de Ana Luiza Dantas Borges. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MCLUHAN, Marshall; FIORE, Quentin. **Guerra e paz na aldeia global**. Tradução de Ivan Pedro de Martins. Rio de Janeiro: Distribuidora Record, 1971.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Editora Cultrix Ltda., 1964.

MCLUHAN, Marshall. **Inédito/ Marshall McLuhan**. 1 ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La marca editora, 2015.

Melissa vai lançar sapato assinado por Zaha Hadid In <http://oglobo.globo.com/cultura/melissa-vai-lancar-sapato-assinado-por-zaha-hadid-3608364>, acesso em 20 de novembro de 2016.

OLIVEIRA, Sandra Ramalho e. **Moda também é texto**. São Paulo: Edições Rosari, 2007.

Zaha Hadid expõe um sapato feito através de impressão 3D na Semana de Design de Milão. IN: <http://www.archdaily.com.br/br/765485/zaha-hadid-expoe-um->

[sapato-feito-atraves-de-impressao-3d-na-semana-de-design-de-milao](#), acesso em 20 de novembro de 2016.

Recebido: 20 dez. 2016.

Aprovado: 27 nov. 2017.

DOI: 10.3895/rde.v8n12.5224

Como citar:

CIDREIRA, R.P. Moda, expressão e tecnologia. R. Dito Efeito, Curitiba, v.8, n. 12, p. 142-153, jan./jun. 2017. Disponível em: <<https://periodicos.utfpr.edu.br/rde>>. Acesso em: XXX.

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

