

UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E COMUNICAÇÃO

RAFAELA D'AVILA VILELA PRADO

MODA, MODIFICAÇÃO DO CORPO E NOVAS POSSIBILIDADES

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

2021

RAFAELA D'AVILA VILELA PRADO

MODA, MODIFICAÇÃO DO CORPO E NOVAS POSSIBILIDADES

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito para a obtenção de título de
Bacharel em Design de Moda pela Universidade
do Vale do Paraíba – UNIVAP

Orientadora: Natalie de Oliveira Manso

São José dos Campos

2021



TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DA OBRA

Ficha catalográfica

Prado, Rafaela d'Avila Vilela
MODA, MODIFICAÇÃO DO CORPO E NOVAS POSSIBILIDADES / Rafaela
d'Avila Vilela Prado; orientadora, Natalie de Oliveira Manso. -
São José dos Campos, SP, 2021.
2 PENDRIVES, 66 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Universidade do Vale
do Paraíba, São José dos Campos. Design de Moda.

Inclui referências

1. Design de Moda . 2. Modificação do Corpo . 3. Tecnologia Virtual
- . 4. Novas Possibilidades . I. Manso, Natalie de Oliveira, orient. II. Universidade do Vale do Paraíba. Design de Moda . III. Título.

Eu, Rafaela d'Avila Vilela Prado, autor(a) da obra acima referenciada:

Autorizo a divulgação total ou parcial da obra impressa, digital ou fixada em outro tipo de mídia, bem como, a sua reprodução total ou parcial, devendo o usuário da reprodução atribuir os créditos ao autor da obra, citando a fonte.

Declaro, para todos os fins e efeitos de direito, que o Trabalho foi elaborado respeitando os princípios da moral e da ética e não violou qualquer direito de propriedade intelectual sob pena de responder civil, criminal, ética e profissionalmente por meus atos.

São José dos Campos, 29 de Julho de 2021.

Rafaela d'Avila V. Prado

Autor(a) da Obra

Data da defesa: 31 / 06 / 21

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente à Deus, por ter me sustentado durante esses quatro anos e ter me dado a oportunidade de finalizar o meu trabalho de conclusão de curso, para concluir essa etapa da minha vida.

Também quero agradecer à minha família por todo incentivo e estímulo para que eu sempre continuasse.

Quero agradecer a mim mesma, por ter tido foco e determinação para chegar até aqui.

Não poderia deixar de agradecer a instituição de ensino UNIVAP por ter me capacitado para iniciar a minha vida profissional.

Por fim, quero agradecer à minha orientadora Natalie, que me apoiou e esteve ao meu lado para que o término deste trabalho fosse concluído.

“O apagamento de si, ainda que por alguns instantes, é uma grande tentação” – David Le Breton

RESUMO

Essa presente monografia, em resumo, busca retratar através da moda a modificação do corpo ao longo da história, mas também na era virtual contemporânea. Relata sobre o advento das redes sociais, pelo meio de, filtros e modificações de fotos, unida ao fato do corpo ser modificado em busca de um padrão de beleza. A partir disso, o trabalho expõe os conceitos sobre a exclusão do corpo e a era cibernética através da tecnologia virtual. Apontando então, como será a moda no futuro, com o avanço da tecnologia que está ocasionando novas possibilidades e projeções de roupas digitais.

A aplicação metodológica utilizada para esse trabalho foi a bibliográfica de caráter exploratório, na leitura de livros, artigos e sites.

Palavras-Chaves: moda, modificação do corpo, tecnologia virtual, novas possibilidades, roupas digitais.

ABSTRACT

This present monograph briefly illustrates a topic about body modification throughout history by fashion and how it still influences the modern virtual era. It also details the development of social network sites and the tools included in them as filters and body modifiers linked with the idea that all bodies can look the same to follow a certain beauty standard. This assignment displays the concepts about body exclusion and the cybernetic era through virtual technology, explaining how fashion will be in the future with the advancement of technology that is causing new possibilities and projections of digital clothes.

The methodology used to obtain the information found in this assignment was a descriptive exploratory study based on reading books, articles, and websites.

Keywords: fashion, body modification, virtual technology, new possibilities, digital clothing.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Espartilho antigo	27
Figura 2 - Crinolina	28
Figura 3 - Rococó	29
Figura 4 - Ilustração de 1884 sobre o malefício do espartilho	31
Figura 5 - Moda na Belle Époque	32
Figura 6 - Moda em 1920	33
Figura 7 – Roupas feitas em impressora 3D	41
Figura 8 - Desfile virtual	42
Figura 9 - Comparação de tecido comum X tecido com proteção UV	43
Figura 10 - Roupas interativas	45
Figura 11 - Tecidos que mudam de cor	46
Figura 12 - Carlings pioneira nas roupas digitais	47
Figura 13 - As roupas da Carlings	48
Figura 14 - Sofi Tukker Dress X	49
Figura 15 - The Fabricant para Puma	50
Figura 16 - Vestido virtual da The Fabricant	51
Figura 17 - Gucci lança tênis digital por US\$ 11.99	52
Figura 18 - Gucci lança tênis virtual	53

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
2. PROBLEMÁTICA	7
3. REFERENCIAL TEÓRICO	8
4. HIPÓTESE.....	9
5. OBJETIVO GERAL	10
5.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
6. JUSTIFICATIVA	10
7. METODOLOGIA.....	11
7.1. PESQUISA BIBLIOGRÁFICA.....	11
7.2. PESQUISA EXPLORATÓRIA	12
8. ETAPAS DO TRABALHO	13
9. DEFINIÇÕES DE CONCEITOS.....	13
9.1. O QUE É MODA?.....	13
9.2. O QUE É BELO?.....	15
9.3. O BELO NA CONTEMPORANEIDADE	20
9.3.1. Advento das redes sociais – a visão do belo através dos filtros e modificações de fotos	22
9.4. MODA E O BELO.....	24
9.5. ESPARTILHO E CRINOLINA.....	26
9.6. MODIFICAÇÃO VIRTUAL DO CORPO	33
9.7. INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS NA MODA.....	39
9.7.1. Impressão 3D	39
9.7.2. Desfiles virtuais	41
9.7.3. Tecidos com barreiras para líquidos e tecidos com auto reparação 42	42
9.7.4. Tecidos com proteção ultravioleta.....	42

9.7.5. Roupas Interativas	43
9.7.6. Tecidos que mudam de cor	45
9.8. MODA NO FUTURO – ROUPAS DIGITAIS E NOVAS POSSIBILIDADES .	46
10. ÁREA/OBJETO DE ESTUDO	55
CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	56
ANEXOS	59

1. INTRODUÇÃO

Segundo Svendsen (2010), da civilização ocidental ao Renascimento, a moda é um acontecimento de influência. Na modernidade, o homem e suas áreas da vida, são abrangidas pela moda, sendo algo praticamente natural. Compreender a moda, é uma forma de contribuição de autoconhecimento, até das próprias ações das pessoas. Svendsen (2010) relata também que a moda foi desconsiderada pelos filósofos, como se fosse um fenômeno muito superficial para ser utilizado como estudo dentro de uma disciplina considerada profunda. Contudo, para o autor, se a filosofia é um instrumento para auto compreensão, a moda, portanto, deve ser considerada como fonte de investigação. A moda ainda, segundo Svendsen (2010), engloba muitas variantes, pois nela encontra-se diversos desejos, como consumo, identidade, vestuário e corpo.

Segundo Lorensoni, Rocha e Zambom (2012), na chamada “sociedade de consumo”, o corpo acabou se tornando um produto, ele é subordinado à vários sentidos, é consumido, comprado e vendido. Há uma parte das pessoas que cultuam o corpo e outras que o desprezam, onde causa a percepção de que esses conceitos foram marcados por mudanças de costumes produzidos principalmente pela mídia, “com a apresentação do ideal de um corpo belo e saudável. ” (Lorensoni, Rocha e Zambom, 2012).

O belo, segundo Eco (2017) descreve na “História da Beleza”, teve muitas modificações ao longo da história, onde cada período ficou marcado por um conceito. Até pouco mais do século XIX, a beleza ficava definida pelas estátuas, pela arte e pela arquitetura. Daí então, como descreve Eco (2017), a partir do século XX, a beleza passou a ser comandada pela “mass media”, ou seja, os meios de comunicação em massa. Como também confirma (Castro, 2007, p. 112):

A imagem da juventude, associada ao corpo perfeito e ideal – que envolve as noções de saúde, vitalidade, dinamismo e acima de tudo, beleza – atravessa, contemporaneamente, os diferentes gêneros, faixas etárias e classes sociais, compondo de maneira diferenciada, diversos estilos de vida. E a fábrica de imagens – cinema, TV, publicidade – ao lado da imprensa escrita, tem, certamente, contribuído para isso.

Perante os adventos dos meios de comunicação, onde é muito simples adquirir formas belas, com várias intervenções, causam ao indivíduo meios de

conquistar esse corpo onde segundo a estética, é “perfeito”. Para Castro (2007, p. 28): “a possibilidade de esculpir-se ou de desenhar seu próprio corpo é algo que propicia a cada um estar o mais próximo possível de um padrão de beleza estabelecido globalmente; afinal, as medidas do mercado da moda, são internacionais”.

Os padrões de beleza sempre se modificaram, atualmente dentre os meios de comunicação, as redes sociais tem definido praticamente a estética. A beleza na atualidade é definida por corpos e rostos denominados perfeitos. Esse mundo perfeito de padrões de beleza intangíveis, estão causando drásticas modificações no corpo, que se tornou praticamente um objeto a ser apreciado. Dentro das redes sociais, segundo Natalia Eiras para a revista “Elle”, como pode-se citar principalmente o Instagram, atualmente ele tornou-se um palco de filtros, que “embelezam” a imagem, a pele fica lisa e as bochechas coradas, por exemplo. Os malefícios causados por essas intervenções, são uma imagem irreal que os indivíduos têm de si mesmo, além de, as pessoas buscarem em seus próprios perfis, uma imagem “corrigida” de si. Como Lima (2002, p. 42) também descreve:

Em nome da aparência, peca-se pelo excesso, embora haja uma consciência coletiva da importância da saúde. Entretanto na realidade, o que se verifica é que muitos extrapolam seus próprios limites, comprometendo o desejo de uma vida que se considera “saudável” (...) Há sempre uma incessante busca pelo bem-estar em sua maioria, mas com um alto nível de dependência ligado ao compromisso de manter-se sempre jovem, bonita e saudável. Os meios de comunicação dão uma espécie de certificado ao valorizarem esta atitude com a massificação do uso da imagem e da venda exagerada de revistas que só tratam do assunto.

Dessa forma, percebe-se que na maioria das vezes, o corpo é exposto a padrões estéticos de beleza e também de saúde, revelando que ele é mostrado como um fenômeno cultural e social. A moda também é uma influenciadora, como descreve Scott (2013), a moda causou modificações no corpo, como os espartilhos e a crinolina. Onde Mackenzie (2010) acrescenta que esses acessórios causavam danos ao corpo, novamente por estética e por padrões de beleza das épocas.

Le Breton (2006), ainda diz que o corpo é uma simbologia, cheia de imaginações e representação. Contudo, na saga por ter um corpo único, o indivíduo acaba se perdendo no coletivo e na sociedade exigente. Com isso, em “Adeus ao Corpo”, Le Breton (2003) discorre acerca do que ele classifica como “o extremo contemporâneo” que vai da necessidade de um controle completo até a militância

contra a plenitude do corpo. Portanto, o corpo passou a ser um acessório, subjetivo, como um lixo, uma bula a ser seguida, relata o autor:

É a formidável convergência de práticas relativamente recentes, ou de sucesso recente, que faz com que o corpo seja hoje muitas vezes vivido como um acessório da presença (...) O corpo é um objeto imperfeito, um rascunho a ser corrigido. Vejam o sucesso da cirurgia estética: trata-se de fato de mudar seu corpo para mudar sua vida. (BRETON, 2003, p. 10).

Na modernidade, há um discurso de justificativa acerca do “corpo-simulacro”, do “corpo-descartável” que é glorificado na sociedade contemporânea. “O corpo exaltado não é o corpo com o qual vivemos, mas um corpo retificado, redefinido.” (Breton, 2003, p. 10). Referente à essas questões, o autor traz então conclusões acerca da estética, onde essa busca pelo o belo a qualquer custo, fundam o início da era virtual. No passado, o corpo era posto como função ao seu espírito e a sua alma, hoje, essa dualidade da contemporaneidade que se formou, coloca o homem em oposição ao seu próprio corpo. Visto como algo que perece, suscetível de doenças à morte, o corpo passa a ser pensado pela tecnociência como algo a desaparecer, dando espaço a chamada “era cibernética”.

A era ciborgue, nada mais é que, “a possibilidade de se fabricar humanos melhores, ampliando suas capacidades por meio de dispositivos artificiais”. (KUNZRU, 2013, p. 176). A era cibernética vista por Wiener e seus colaboradores, é interpretada como uma ciência capaz de decifrar o mundo segundo um conjunto de sistemas, possibilitando assim, o controle sobre máquinas, comunidades, corpos, em resumo, de praticamente tudo. O desenvolvimento do ciborgue envolve a tese de que o corpo é chamado de um “computador de carne”, ou seja, ele possui sistemas que se auto ajustam para responder a outros sistemas, dessa forma, para pelo menos o corpo se tornar melhor seria necessário configurar seus mecanismos conectando-o a outro sistema.

Se o futuro indica o advento dos sistemas e da tecnologia, qual será o futuro da moda? Maghan Mcdowell, editora de inovação da Vogue Business em entrevista para o Fórum E-Commerce Brasil 2020 – Global Edition, falou a respeito desse assunto. A produção de roupas 3D, segundo ela, perante a sustentabilidade e as formas futuristas, se mostra como uma tendência, além da realidade aumentada. Para ela, o que começou com simples filtros em aplicativos, hoje, se tornou uma possibilidade de marcas exporem seus produtos através da RA (realidade

umentada). Maghan aponta que o potencial desse advento para a moda é enorme, tanto que fez o “Shopfy¹ aumentar em 250% a taxa de conversão com o uso da RA”.

Além disso, a editora finaliza dizendo sobre as roupas digitais, que também vem ganhando espaço, Maghan afirma que ela mesma utilizou esse recurso, declarando que gostou muito e que curtiu a experiência. Terminou completando que: “Muitas empresas estão criando isso dentro das lojas, desenvolvendo um ambiente que transmita a sensação de a pessoa estar ali, presencialmente. Isso, aliás, é uma tendência que pessoas da geração Z já esperam das marcas”, complementa.

Dessa forma, o trabalho apresentado visa através da moda, relatar as modificações do corpo na história e expor as novas possibilidades do futuro.

2. PROBLEMÁTICA

Segundo Marques (2016), levando em consideração que a moda é um reflexo da sociedade contemporânea, a tecnologia causa influência no crescimento da moda, assim como também é ao contrário, uma está ligada a outra. A união entre a tecnologia e a moda tem um mesmo objetivo: atender as necessidades dos consumidores, até mesmo aquelas que os mesmos ainda não sabem.

Acaba se formando uma relação mútua, pois a tecnologia necessita da moda para crescer e desenvolver significados maiores. Já a moda, precisa se redefinir sem cessar, para isso a tecnologia é uma aliada na reinvenção. Portanto, se a moda é definida em relação ao tempo, é importante que ambas caminhem lado a lado para produzir um favor recíproco.

Vem sendo perceptível durante os anos, como a tecnologia repercute nas ações dos consumidores, após o advento da Internet, a qual causou a primeira repercussão. Não mais somente delimitado à tecidos, o lançamento de novos formatos de roupas, estão aliados à dispositivos tecnológicos, possíveis de serem vestidos, que estão começando a se tornar populares.

Brugalli (2017) acerca do Fashion Friday que ocorreu em agosto de 2017, com o tema “Moda e Tecnologia”, exibiu uma fusão que como já vista anteriormente, gera várias interpretações. Além de, já ser apontado o possível futuro da indústria da moda para os dias atuais.

¹ Loja virtual simplificada.

Já era um fato que, a moda passaria por diversas modificações classificadas como de “alto impacto”, dentre elas, como descreveu Bruggali (2017) estavam: “Tecnologia, consumo consciente, logística reversa, moda ética, mudança de eixo econômico mundial, design circular, IoT, realidade aumentada”, e acrescenta ainda o fast-fashion nessa lista. O que indicavam novas oportunidades e novos desafios consequentemente.

A tecnologia também permitiu para a moda, trazer respostas na criação de sustentabilidade e inclusão, o digital no ano de 2020 estava sendo visto como “o que não poderia substituir o físico”, mas ao menos era visto como uma revolução, como citado na FFW (2020). As empresas e também as marcas precisam causar mudanças dentre o mercado, expondo que estão à frente de tudo, para os seus consumidores. Assim, a indústria da criatividade não pode buscar no passado o novo para o futuro, pois o que se espera para o século XXI, é que a moda entre realmente em um novo ciclo.

Dessa forma, atualmente, quais são as novas possibilidades para a moda no futuro da realidade virtual?

3. REFERENCIAL TEÓRICO

Buscou-se como referencial teórico, primeiramente, para indicar como a beleza era vista e modificava-se durante os séculos e períodos, o livro do escritor Umberto Eco, “História da Beleza”. O autor oferece uma gama de conteúdo e referências históricas, o mesmo relata minuciosamente acerca da história da beleza, o que ocasionou em uma grande contribuição para esse trabalho.

Lesley Scott, foi uma autora que contribuiu para que a modificação do corpo na moda durante os períodos fosse recordada, o livro: “Lingerie: Da Antiguidade à cultura pop”, o qual foi utilizado, fornece informações ricas sobre a história da moda em suas modificações corporais. A autora Mairi Mackenzie com seu livro: “Ismos para Entender a Moda”, proporcionou maior contribuição referente a esse assunto.

Baseando-se na busca por relatar a era da modificação virtual do corpo, o autor David Le Breton foi utilizado através de seu livro: “Adeus ao Corpo”, onde juntamente com outros autores, Le Breton descreve acerca da exclusão do corpo e da era em que ele se tornará virtual. Dessa forma, a partir desse trabalho, pôde-se

perceber que o assunto tratado é atual e a utilização desse livro foi indispensável para que os objetivos do trabalho fossem alcançados.

O livro “Antropologia do Ciborgue” de Tomaz Tadeu possuiu a sua importância para o trabalho, pois nele, o autor descreve histórias acerca da era cibernética, com conteúdos atuais e que possuem uma ligação direta com “Adeus ao Corpo”. Visto em que, ambos os autores descrevem acerca da modificação do corpo e as possibilidades que surgirão.

Com base nessas referências, levando em consideração o conteúdo rico de informações de todos os livros utilizados, a base para a realização desse trabalho contou com materiais que o enriqueceram e levaram a obtenção do aprofundamento do tema.

4. HIPÓTESE

No que diz respeito à hipótese, (TRUJILLO, 1982) declara:

A hipótese é uma proposição antecipatória à comprovação de uma realidade existencial. É uma espécie de pressuposição que antecede a constatação dos fatos. Por isso se diz também que as hipóteses de trabalho são formulações provisórias do que se procura conhecer e, em consequência, são supostas respostas para o problema ou assunto da pesquisa.

Visando responder à pergunta problema presente nesse trabalho: quais são as novas possibilidades para a moda no futuro da realidade virtual? Levanta-se hipóteses. Perante a tecnologia avançada e também a constante mudança da moda, ainda mais em consequência da situação do mundo na contemporaneidade, a tecnologia, já citada na introdução, prometeu para a moda avanços de alto impacto.

Visando melhorias na sustentabilidade, consumo consciente, mudanças na economia e realidade aumentada, ainda no ano de 2020, a moda começou a ser inserida ainda mais no mundo digital, mas era vista como algo que não poderia substituir o físico. Enquanto, de outro lado, se esperava que a moda entrasse em um novo ciclo, trazendo assim essas novas possibilidades para o ano de 2021 e para este século que necessita de coisas novas para os seus consumidores que esperam que marcas saiam a frente na tecnologia.

Com o mundo virtual cada vez mais avançado, a moda também tem a necessidade de se adaptar. O e-commerce já existente, que cresceu nos últimos anos também precisou alavancar e ir além disso. A pandemia causada pela COVID-19 que impossibilitou pessoas de saírem e fazerem compras, fez o virtual crescer mais.

Pensando nessas questões, a primeira hipótese é que a moda na busca pela sustentabilidade, se faça presente na realidade aumentada, proporcionando aos consumidores que provem suas roupas virtualmente com detalhamentos, como: caimento das roupas, tecidos e tamanhos. Evitando assim a compra incerta.

A segunda possibilidade, é que marcas criem roupas digitais. A realidade é virtual, portanto, a ideia de comprar e adquirir roupas digitais trariam benefícios à sustentabilidade e a possibilidade de marcas inovarem em algo jamais visto, além de, os consumidores usarem peças exclusivas em suas vidas virtuais, tão atual na contemporaneidade.

5. OBJETIVO GERAL

Discorrer a respeito de novas possibilidades de um futuro virtual na moda.

5.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Relatar o que é moda;
- Inscrever o que é belo, a diferença desse conceito ao longo da história e o belo na contemporaneidade;
- Descrever o advento das redes sociais, perante o uso de filtros e modificações de fotos;
- Recordar como a moda modifica o corpo em busca de um padrão de beleza;
- Enunciar a modificação virtual do corpo;
- Descrever quais as tecnologias que a moda alcançou;
- Apontar qual será a moda no futuro referente as novas possibilidades.

6. JUSTIFICATIVA

O presente trabalho se justifica, trazendo pontos positivos sobre a atualidade até o futuro da moda. Pois, segundo a concepção de alguns autores como: Castro (2012), Breton (2003), e Eco (2017), é possível perceber que conceitos sobre a contemporaneidade, como: o corpo visto sendo algo “descartável”, dando espaço à era cibernética, o conceito da beleza voltados para os padrões dos séculos XX/XXI, a tecnociência que Wiener descreveu que se faria cada vez mais potente e os avanços da tecnologia perante a moda, confirmam que o tema é atual e está acontecendo.

O tema traz inovações acerca das possibilidades da moda, pois como se sabe segundo Marques (2016), a moda aliada a tecnologia sempre alcançou bons frutos. Bruggali (2017) também mencionou tecnologias que a moda avançaria e avançou como: sustentabilidade e realidade aumentada. Contudo, as inovações não param, dessa forma, o trabalho visa expor novos parâmetros, acerca da modificação virtual do corpo, trazendo para a moda realidades virtuais aumentadas.

O assunto exposto no trabalho se mostra interessante, no ponto de vista em que ele traz discussões novas, que estão acontecendo nesse exato momento. Além de, o trabalho possuir relevância econômica e social, visto em que, a moda também causa impacto nesses setores. Porque por serem elementos interligados, qualquer avanço, mudança, formas de consumo da sociedade perante a moda, atingem um todo. Ela é um reflexo da sociedade, como Svendsen (2010) confirma.

Dessa forma, o trabalho contribui para o conhecimento de um assunto atual na área de estudo da moda, pois hoje em dia há uma exigência tecnológica avançada e a necessidade da moda digital. Gerando, assim, discussões e futuras pesquisas acerca de novas possibilidades que também surgirão depois dessas expostas nesse trabalho.

7. METODOLOGIA

Esse trabalho baseia-se em uma pesquisa bibliográfica, de caráter exploratório. Sendo assim, os procedimentos metodológicos serão expostos como meio utilizado para a realização dessa pesquisa. A delimitação do trabalho ficou definida na modificação virtual do corpo e das novas possibilidades na moda.

7.1. PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

Segundo Severino (2007), a pesquisa bibliográfica é realizada por meio de:

[...] registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc. Utilizam-se dados de categorias teóricas já trabalhadas por outros pesquisadores e devidamente registrados. Os textos tornam-se fontes dos temas a serem pesquisados. O pesquisador trabalha a partir de contribuições dos autores dos estudos analíticos constantes dos textos (SEVERINO, 2007, p.122).

7.2. PESQUISA EXPLORATÓRIA

Para Gil (2002):

“A pesquisa exploratória consiste no passo inicial de qualquer investigação, contribuindo assim com a aquisição de embasamento para realizar posteriores pesquisas, pela experiência e auxílio que traz. ”

“Suas conclusões geram hipóteses para pesquisas futuras” (MALHOTRA, 2006, p. 5).

Para a pesquisa bibliográfica de caráter exploratório, buscou-se embasamento teórico para o desenvolvimento dos conceitos presentes nesse trabalho. Para isso, os principais livros utilizados foram: “História da Beleza” de Umberto Eco, “A Antropologia do Ciborgue” de Tomaz Tadeu e “Adeus ao Corpo” de Le Breton.

O livro “História da Beleza” foi utilizado a fim de relatar como o conceito de belo se modificou ao longo dos séculos, desde a Grécia Antiga ao século XX. Foi importante para o trabalho, pois, traz elementos históricos que explicam a modificação da beleza até os dias atuais, servindo de embasamento para os demais tópicos.

O livro “Antropologia do Ciborgue” foi utilizado como forma a entender sobre o conceito do que é ciborgue e o que é a era cibernética, que estão interligados à ideia da tecnologia associada a ciência para a “eliminação” do corpo físico que se tem hoje.

O livro “Adeus ao Corpo” foi utilizado como continuidade de conceitos do corpo, o livro retrata a modificação do mesmo, de físico para um corpo virtual. Um complemento da “Antropologia do Ciborgue”, onde Le Breton aliado a outros

autores, exibem o futuro da realidade virtual, onde o corpo é “eliminado” e as máquinas ganham valor.

Além desses livros, e desses autores, artigos e blogs foram consultados a fim de outros conceitos desse trabalho serem respondidos, como: o que é moda, o belo na contemporaneidade, o advento das redes sociais, a modificação do corpo na moda e no mundo virtual. Assim, por ser um assunto atual, o site UOL e Vogue foram consultados para a obtenção da pergunta-problema que visa apontar as novas possibilidades do futuro virtual da moda.

8. ETAPAS DO TRABALHO

- A primeira etapa do trabalho, que ocorreu em março de 2021 consistiu na delimitação e definição do tema e escolhas de material bibliográfico;
- Em março, as leituras dos principais livros foram realizadas e o desenvolvimento do trabalho começou a ser escrito;
- Em abril, em alinhamento com a orientadora e revisões sobre a coerência do trabalho, as demais leituras foram realizadas para desenvolvimento dos tópicos;
- Em maio, após o desenvolvimento do trabalho, houve a revisão e os ajustes necessários;
- A última etapa, em junho, se encerra com a entrega final do trabalho.

9. DEFINIÇÕES DE CONCEITOS

9.1. O QUE É MODA?

Segundo Pollini (2009), embora se ouve falar de moda até mesmo 9.000 a.C., pode-se pensar nela e em seu desenvolvimento como algo muito mais recente. A moda começou a se desenvolver a partir de processos históricos que se estabeleceram ao final da Idade Média no século XIV e que continuou se desenvolvendo chegando ao século XIX. Dessa forma, apenas a partir do século XIX tem-se a moda que falamos hoje.

A partir de Pollini (2009), a moda surgiu através de modos sobre como as pessoas se vestiram em períodos distintos. Esses modos estão totalmente atrelados aos aspectos culturais e sociais de cada época. A maneira em que se pensa é o que determina as escolhas estéticas de cada indivíduo.

No século XV, a palavra Mode começou a ser utilizada em francês (significando basicamente “modo”), tendo se desenvolvido a partir da palavra latina Modus, que fazia referência à medida agrária, e mais tarde passou a significar também “maneira de se conduzir”. (POLLINI, 2009, p. 18).

Pois segundo Feghali e Dwyer (2001), a roupa sempre serviu de diferenciação na sociedade, em quaisquer épocas e lugares, socialmente retratando classes e comunidades. A roupa revela ainda a identidade de uma pessoa, pois elas servem para impressionar ou influenciar alguém, dependendo de quem as use e para o que use. Perante isso, a roupa que se veste expressa classe social e também a personalidade. Thomas Carlyle em “Moda, uma filosofia” (2010) declara:

Tudo quanto existe, tudo que representa Espírito para Espírito, é propriamente uma Roupas, um Traje ou Vestimenta, vestida para uma estação, e a ser posta de lado. Assim, nesse importante assunto das roupas, devidamente compreendido, inclui-se tudo que o homem pensou, sonhou, fez e foi: todo o universo exterior e o que ele contém nada é senão Vestimenta; e a essência de toda Ciência reside na filosofia das roupas.

Para Svendsen (2010), a moda é o fenômeno que deveria ser posto como principal na maneira da tentativa da compreensão de si mesmo em uma situação histórica. A emergência dela vista como um fenômeno histórico revela algo bastante em comum com o modernismo: a quebra da tradição e um esforço incansável em busca do novo. A moda, escrita por Walter Benjamin, é “a eterna recorrência do novo”. Svendsen (2010) ainda completa, que para ele é necessário que ela seja compreendida para que se possa chegar a um entendimento mais coerente em relação ao mundo moderno.

Dessa forma, segundo Svendsen (2010), de um modo geral, pode-se classificar em duas principais categorias para compreender o que é moda: ela tanto se refere ao vestuário, como também como um mecanismo, um pensamento lógico ou ideológico que, entre outras coisas a mais, aplica-se dentro do vestuário.

Simmel (1961) declara que: “a moda é uma forma de imitação que leva à disputa geral por símbolos superficiais e instáveis de status”, ou seja, quando a elite

surge com uma nova moda e as classes consideradas baixas começam a copia-la, numa busca de guerra de classes, essa moda é abandonada por outra. Para Simmel também, a moda estaria envolvida em aspectos de: “distinção e conformidade, de imitação e individualidade, de sociabilidade e desagregação”, sendo que, o impulsionando dela é causado por essa busca incansável pelo novo e pela competitividade social de classes que almejam uma posição de status na hierarquia social.

Para Mesquita (2007), “a moda e o vestuário fazem parte de um universo que constitui cada indivíduo”, ou seja, ela exerce uma grande importância ao longo da construção de cada indivíduo em todas as questões, como: individual, pessoal e particular. Mas que, paralelo a isso, tem uma determinada relevância para a relação com o outro. A partir disso, Mesquita (2007) aborda duas questões reflexivas: até onde realmente está sendo exercida a autonomia que o indivíduo tem de si mesmo? E: até que ponto o atentar-se para imagens prontas, de fácil reprodução, que também ocorrem em série, formam as subjetividades contemporâneas, que muitas vezes sem percepção fazem com que o indivíduo se iluda cada vez mais sobre o seu poder de escolha?

Perante essas reflexões, no que se diz respeito à moda, aparência e sociedade, a autora Sant’Anna (1995) diz que “a moda constitui-se e é constituída no “espírito do tempo” de determinada sociedade”, ou seja, acerca do sistema de moda, os estudos relatam análises na transição de estilos, o que indicam, portanto, que a moda funciona como um parâmetro de identificação diante dos tempos.

9.2. O QUE É BELO?

Afinal, o que é belo?

“Belo” – junto com “gracioso”, “bonito” ou “sublime”, “maravilhoso”, “soberbo” e expressões similares – é um adjetivo que usamos frequentemente para indicar algo que nos agrada. Parece que, nesse sentido, aquilo que é belo é igual àquilo que é bom e, de fato, em diversas épocas históricas criou-se um laço estreito entre o Belo e o Bom. (ECO, 2017, p. 08).

Segundo Eco (2017), “A beleza jamais foi algo de absoluto ou imutável”, o que significa que ao longo dos séculos e dos períodos na história da beleza, houveram diversos conceitos e diferenças.

Na Grécia Antiga, pode-se dizer que não havia um conceito particular de beleza, faltava aos gregos também até a era de Péricles, um embasamento acerca dela. Na arte grega, especificamente no período áureo, a beleza passou a ser vinculada com valores como “medida” e “conveniência”. Zeus determinou uma medida apropriada para cada ser, dessa forma, o mundo coincidia com uma harmonia precisa. Em relatos escritos nas paredes do templo de Delfos estavam alguns conceitos, como Eco (2017) relata: “O mais justo é o mais belo”, “Observa o limite”, “Odeia a hybris (arrogância)”, “Nada em excesso”. Acerca dessas determinações nasce o senso comum da beleza grega, em resumo, uma visão do mundo interpretada por ordem e harmonia.

Referente a esse senso comum, é considerado belo algo com boa proporção, acerca disso, é notável e explicável que desde a antiguidade foi identificada beleza vinculada com proporção, onde é válido ressaltar que no mundo grego, a definição do conceito de beleza estava correlacionada à luz e a cor. Para seguidores de Pitágoras, além dessas questões, havia uma exigência de simetria que esteve acesa na arte grega e que se transformou em conceito de belo na arte da Grécia Clássica.

Na Idade Média, até os dias atuais, muitas pessoas possuem uma visão de que era a “idade das trevas”, relacionada a uma época “obscura”. Porém, essa impressão é causada pelo fato de a Idade Média se representar através de cores elementares, bem definidas e contrapostas às zonas de sombra, com essa combinação que não levava a cor para além dos limites da figura. Na Idade Média madura, Tomás de Aquino expressa que para a beleza nesse período há três elementos necessários: “a proporção, a integridade, e a claritas², vale ressaltar, a clareza e a luminosidade”.

No século XV, com conceitos, por exemplo, como o neoplatonismo sobre as artes e o misticismo, a concepção da beleza que para os modernos de hoje em dia parece causar contradição, para eles no passado, era correto. Portanto, a beleza foi compreendida como imitação da natureza segundo regras definidas ou também, um nível de contemplação de perfeição surreal.

Entre os séculos XVI e XVII, havia um parâmetro entre a beleza prática e a beleza sensual, nesse momento com a Reforma e algumas mudanças nos

² Tomás de Aquino (século XIII) *Summa Theologiae*, I-II, 145, 2, Como se pode extrair das palavras de Dionísio, o belo é constituído tanto pelo esplendor quanto pelas devidas proporções: de fato, ele afirma que Deus é belo “como causa do esplendor e da harmonia de todas as coisas”. Portanto, a beleza do corpo consiste em ter os membros bem proporcionados, com a devida luminosidade da cor.

costumes, a imagem feminina passou a ser da mulher dona-de-casa, que se vestia como tal, o que passou a ser uma imagem rígida. Durante a guerra dos trinta, e sendo contra a Reforma, a mulher de Peter Paul Rubens da corte do Rei Sol, pôde exprimir uma beleza sem significados, apenas se alegrando em existir e exhibir-se.

No Renascimento por volta de 1300, a “beleza inquieta” surge, pois nesse período havia a “Grande Teoria”, que pode ser classificada pelo seu alto nível de perfeição exigido, onde a beleza se consistia na proporção das partes. Dessa forma, os pensamentos e a cultura renascentistas começam a unir forças em volta da beleza inquieta e também à graça, ligada a beleza – “a beleza nada mais é que uma graça que nasce da proporção e conveniência, e de harmonia entre as coisas”, escreve Bembo (1522, p. 216).

O Maneirismo também surge nesse período, quebrando regras, mas, imitando de certa forma a beleza clássica, por isso, na Idade Moderna o Maneirismo encontrou compreensão. Aqui os conceitos mudam, a beleza que era fundada por ordem e proporção e também medida, transformam-se à juízo e subjeções indefinidas. A beleza maneirista mostra-se como uma “laceração do espírito”, sendo refinada e culta a beleza demonstrada. Onde, em contraponto, no Barroco ela mostrará emoção.

No século Barroco (XVI), a beleza transcende além do bem e do mal, o belo em junção ao feio, a vida através da morte, onde, a morte é incansavelmente presente na mente barroca. Isso não quer dizer que a beleza barroca é imoral, ela não está inserida na rigidez da política e da religião que o Barroco transmite e sim na totalidade da criação artística. A beleza é substituída de imóvel à uma beleza dramaticamente tensa.

O século XVIII foi classificado por ter coerência, razão e também por sua frieza e distância, com uma abundante beleza tardo-barroca e do neoclassicismo. O prosseguimento da beleza barroca encontrou-se em conceitos aristocráticos, pelo abandono à alegria de viver. O neoclássico, diferentemente, deleita-se na razão e na disciplina da burguesia, a beleza neoclassicista baseia-se em regras certas, dessa forma, rígidas. Havia certa convivência entre o classicismo e o anticlassicismo, um característico de uma beleza exuberante, outro com uma beleza acrescente e até mesmo trágica.

A estética desenvolvida na metade do século XVIII acerca da beleza das ruínas, tem um caráter ambivalente da beleza neoclássica. Essas questões de as

ruínas serem belas, está envolvida na rejeição com os objetos tradicionais e na busca por temas novos. A beleza presente em antigos monumentos, propõe-se a não causar um esquecimento sobre elas, e a manter a originalidade, que de forma errada, se refere a beleza natural. Belo é, portanto, aquilo que agrada sem interesses sem estar ligado a um conceito, ou seja, é julgar um objeto ou uma representação por meio de prazer ou desprazer, objeto esse que se define por belo.

Além do neoclássico, outras épocas apresentam a beleza que é vista a partir de determinado objeto que é classificado por belo, por causa disso, existem as definições de “harmonia” e “proporção”. Porém, também no século XVIII outras palavras começaram a surgir, como: “imaginação” e “sentimento”, que deixam subentendido que um novo conceito de belo está se fundando.

Surge então, um conceito acerca do Sublime, que foi regido por Edmund Burke em sua pesquisa filosófica sobre as ideias do Sublime e novos conceitos do belo, publicado em sua primeira versão em 1756 e depois em 1759. Para Burke, a beleza é algo ligado aos corpos, “graças a qual eles despertam amor”, que na mente humana é passada pelos sentidos. Burke não acredita que a beleza é ligada diretamente na proporção e ele vai contra séculos de caráter estético em suas culturas, então diferentemente disso, belo para ele está envolto em alguns conceitos classificados como: “a variedade, a pequenez, a lisura, a delicadeza, a pureza e a clareza da cor, assim como – em certa medida – a graça e a elegância”.

O Romantismo que surge no século XIX, é um termo que tanto pende para um período histórico, quanto para um movimento artístico. O que envolve o Romantismo, como suas características e sentimentos, estão em sua natureza. Eco (2017), descreve acerca de uma: “auto representação do homem romântico”, definida por: “beleza e melancolia, coração e razão, reflexão e impulso”. Um estado d’alma é a principal representação da beleza romântica, que também possui essa paixão e sentimentalismo, com a figura do “herói romântico”, termo designado aos homens românticos que se deixavam levar pelos próprios sentimentos que não tinham controle. Nesse período, a beleza é mais dinâmica, dessa forma, é classificada como uma desarmonia e a forma do informe, como por exemplo, o belo também poder ser feio.

O período designado de “era vitoriana”, que foi de 1818 até a crise econômica no final do século, ficou definido como a “idade burguesa”. Eco (2017), descreve os “vitorianos” sobre seus costumes morais, que são definidos na estética, no bem-

vestir e suas regras, na arquitetura, decoração e outros. A beleza desse período possui suas particularidades: sólida, durável e prática, o objeto nesse cenário ganha forma e valor, onde antes na beleza tudo era vago e superficial, agora ganha peso. Aqui também se vê a entrada de novos componentes, como a ciência, o comércio e a indústria voltados a questões de moralidade e religiosidade, então a beleza do século XIX, que avançou primeiramente na Inglaterra, passa por essas transformações. Porém, há uma certa resistência em abandonar a beleza da natureza por uma nova beleza estabelecida pela civilização, ela também se torna a certeza de que são as funções sociais que definem a beleza.

A beleza do Art Nouveau, passa a ser uma beleza de certa forma narcisista, definida como “Beleza Jugendstil”, que é basicamente uma beleza que envolve linhas, como as artistas também perceberam mais tarde que o corpo humano, principalmente o feminino pode ser envolvido por linhas e curvas em simetria. Dos cartazes à beleza dos corpos, o Art Nouveau passa para uma beleza funcional, perante a produção em massa. O Art Déco, traz em si referências cubistas e futuristas, trazendo também da beleza Jugendstil algumas características, como as figuras femininas e a geometria.

Na arte do século XX, a beleza começa a ganhar novas características e a se modificar rapidamente, o objeto é que passa a ser unicamente apreciado, mas não apenas ele e sim sua função, quanto mais funcional o objeto é e quanto maior a sua quantidade, mais ele será apreciado e funcional. A beleza que começa a surgir é transitória e perece, então cria-se a beleza sobre o objeto, que começa a trazer perspectivas de que qualquer objeto pode sair de seu uso e se tornar uma obra de arte, como o dadaísmo³, por exemplo. Com essa frieza e um certo cinismo, perde-se então os artistas, a estética e por fim, a beleza.

A beleza da provocação ou a beleza do consumo? Esses termos foram utilizados sobre a primeira metade do século XX, para declarar uma luta para saber qual deles cabe mais ao século. A beleza da provocação é caracterizada pelos movimentos vanguardistas e pela arte, onde as novas imagens que surgem ficam vistas por serem belas, mas artisticamente falando. A arte já não se importa mais com a beleza natural e com a harmonia, apenas a arte abstrata contemporânea

³ Segundo o dicionário, o dadaísmo é um movimento de protesto nas artes, iniciado em 1916 por um grupo de pintores e poetas em Zurique, Suíça. Os dadaístas reagiram àquilo que, segundo eles, eram tradições obsoletas na arte, e aos males que viam na sociedade. Procuravam chocar e provocar o público com escritos injuriosos, peças de cabaré satíricas, recitais de poesia e exposições de arte.

conseguiu reviver a ideia de geometria e harmonia que remete a épocas passadas que tratavam sobre proporção.

Os visitantes atuais de exposições de arte e os que as consome em suas aparências estão seguindo a moda. Como é visto nas roupas e nas maquiagens, que deixam a entender que seguem a beleza proposta nas revistas ou na televisão, em suma, na mídia. A luta que a arte vanguardista travou por muitos anos, mais de cinquenta, se vê caindo por terra para dar espaço à uma beleza que é seguida segundo os padrões propostos pelo consumo comercial. Nessa altura, o cinema, a moda, a televisão e a mídia tomam o controle da beleza. Com esses levantamentos, o ideal da estética no século XX não pode ser facilmente distinguido, portanto, a frente do século, é necessário abrir a visão para uma tolerância maior e aderir as diferentes interpretações, frente as inúmeras possibilidades da beleza.

9.3. O BELO NA CONTEMPORANEIDADE

Galard (2012), discorre acerca da contemporaneidade, e declara que: “O eu tornou-se objeto de culto e a beleza passou a ser conquistada”, o que significa que atualmente o que se vê é a preocupação com si mesmo, os indivíduos estão preocupados com os seus corpos e a própria aparência, vivendo assim, com a necessidade de retocar a si mesmo a todo momento.

Foucault (1987), disse em sua obra sobre o disciplinamento dos corpos, o que, trazendo para os dias atuais, significa essa busca pelo o corpo determinado como o ideal. O esforço por trás disso não tem fim, essa beleza inconcebível, é aquela retratada através das mídias.

De acordo com (Nascimento, Próchno, & Silva, 2012), a mídia como um todo tem causado obsessão, principalmente nas mulheres, com tamanha perfeição e ideais de beleza expostos através desses meios. Nessa busca constante por esses ideais produzidos pela comunicação em massa, formam grandes influências na vida dos indivíduos, gerando sentimentos distorcidos e negativos para alcançarem essa imagem do “eu”, que é inacessível. Se afastando de outros valores que compõem a identidade particular, muitas dessas mulheres, são influenciadas a almejem imagens falsas que as fazem reféns de uma beleza enganosa.

Segundo (SANT’ANNA, 2001), o abismo que separa o que se deseja do corpo e o que de fato ele é, causa frustrações e adversidades, que trazem aflição e um

grande descontrolo. Com a persuasão da mídia e da moda e com os movimentos na sociedade, como Cuch (2013) discorre, são a causa da angústia provocada socialmente com toda a pressão acerca de um corpo já determinado.

A forma como as mulheres se comportam é determinada por meio do que a mídia está transmitindo como ideal, elas vivem e consomem o que é visto como desejável. O “Outro” nesse contexto, exerce também sua influência no que se diz respeito à beleza da mulher e os significados por trás disso.

Segundo Cidreira (2005), nos dias atuais, a modelação do corpo está em seu auge, há culturas que mantêm a dignidade do corpo e vão contra alterações, assim como é nas culturas ocidentais contemporâneas. Porém, mesmo assim, nelas encontram-se diversas formas de transformações corporais, que vão de bronzamentos a cirurgias, ditas como “de correção” para serem vistas como justificáveis. Para atender a essas formas que estão em alta, os indivíduos ficam à mercê do que for necessário para modificarem os seus corpos e as suas imagens externas a fim de atender uma aparência segundo aquela vista como ideal. Esse fervor pela aparência, segundo a autora, toma rumos em proporções gigantescas no dia a dia, envoltos na sociedade de consumo a qual se está avançando. Cidreira (2005) declara:

Esta imagem típica é veiculada pelas mídias, via a publicidade, a moda e seus desfiles de manequins de corpos perfeitos. É indispensável portar tal vestimenta, tal maquiagem, tal penteado, e utilizar tal creme (...) etc., para aproximar-se dos modelos midiáticos. (CIDREIRA, 2005, p. 51).

Cuch (2013) relata que, toda essa indústria em volta da beleza, produzida pelos meios de comunicação, hoje em dia exigem e cobram constantemente os padrões de corpos perfeitos, tratados no Photoshop. Não seguir esses “padrões de beleza” impostos, demonstram o outro lado da moeda, pois causam grandes consequências doentias, como por exemplo: transtornos na imagem.

Ditando a beleza e o corpo ideal, o que vale é elevar as vendas dos produtos expostos na mídia, pois essas questões do corpo vinculados a ela, causam grandes impactos, seguindo esse corpo “digital” perfeito já definido pelos meios de comunicação. Em busca a pertencer à essa sociedade contemporânea, o indivíduo vive como um servo, em um mundo com constantes novidades e normas ditadas de beleza. Nota-se que essa “ditadura” produz um “gozo estético perverso”. (Baudrillard, 1991, p.153).

9.3.1. Advento das redes sociais – a visão do belo através dos filtros e modificações de fotos

Os meios de comunicação que existem hoje, desde que surgiram, tentam comprimir a aparência, principalmente a das mulheres, onde impõem determinados padrões de beleza, muitas vezes impossíveis de serem atingidos e que causam transformações diárias. Vale ressaltar que a partir das fotos em revistas exageradamente editadas ficarem proibidas e também com alguns movimentos como o “body positive” tomando força, hoje os filtros do Instagram são um novo jeito de reprimir a aparência.

Os filtros que começaram sem grandes pretensões, com efeitos mais simples e divertidos, mal pareciam que iriam tomar essa proporção. Pois o que se vê hoje em dia são filtros totalmente exagerados, que modificam radicalmente a aparência, aumentando os lábios, diminuindo o nariz, afinando o rosto.

Esses filtros tem a capacidade de modificar a forma como as pessoas enxergam a si mesmas, tanto que hoje em dia publicar uma foto nas redes sociais sem filtros está sendo quase um ato de política e demonstrando muita força. Acaba havendo uma comparação entre a imagem distorcida que a pessoa enxerga de si através da própria foto no celular, onde acredita-se que os filtros levantarão a aparência, embora os mesmos não ofereçam imagens reais.

Os filtros do Instagram, em geral, são instrumentos usados a fim de modificarem a verdadeira imagem das pessoas através da aplicação dos mesmos nas selfies frontais feitas pelo celular. Dessa maneira, é possível modificar seu rosto e sua própria imagem. Essas modificações são capazes de alterar várias coisas, como: pele, rosto, corpo, roupa, entre outros. Com isso, avaliando a contemporaneidade, pode-se dizer que a tecnologia e todo seu desenvolvimento interferem em todas as interações do ser humano. Esses filtros servem como forma de “mascarar” o eu verdadeiro, transformando-o em algo que não é real, mas que o indivíduo gostaria que fosse. Essas intervenções provocam danos preocupantes.

Nas redes sociais, cada vez mais os filtros do Instagram têm se tornado um sucesso a fim de modificar fotos e selfies. Esses filtros são utilizados por aqueles que querem se exibir dentro dos padrões de beleza estabelecidos atualmente. Uma pesquisa realizada por um grupo chamado Girlguiding, teve como objetivo avaliar o

uso dos filtros do Instagram nas fotos de jovens, onde concluiu-se que 39% dessas meninas entre 11 e 21 anos não postam uma foto sem antes utilizar um filtro, e que além disso não se sentem bem em não se parecerem as mesmas jovens da rede social na vida real.

Além desse fato, um outro fenômeno que ficou denominado como “Snapchat dysmorphia”, exibiu que muitas mulheres jovens recorreram à cirurgias plásticas, com fotos de si mesmas modificadas através de filtros, alegando que é daquela forma que gostariam de ser. Também pode ser acrescentado que a rinoplastia e o preenchimento labial foram procedimentos estéticos, que na verdade causam intervenções no rosto, como os mais procurados nesses anos. A Academia Americana de Cirurgias Plásticas divulgou que, o que levou pelo menos 55% das pessoas a realizarem a cirurgia de rinoplastia foi o fato de ficarem melhor nas próprias fotos.

Além desses procedimentos, pode-se citar também a harmonização facial, onde segundo dados da UOL, essa intervenção é feita de forma pouco invasiva, utilizada para reparar “falhas” no rosto. Esse tipo de procedimento bomba nas redes sociais, sendo utilizado por muitas celebridades, formando o famoso “rosto criado no Instagram”, como se as pessoas fossem aplicativos que podem ser melhorados através de botox e ácido hialurônico. Sendo assim, essa é mais uma forma de se modificar, motivada pela busca da perfeição.

Essas questões intrigaram a modelo e maquiadora Sasha Louise Pallari, que criou um movimento chamado “#filterdrop” com o intuito de ver rostos mais verdadeiros nas fotos. Essa ideia de Sasha que tem 28 anos e reside no Reino Unido, surgiu quando a mesma realizou uma publicação fazendo uma reclamação, que ocasionou uma repercussão grande e a partir daí o movimento começou. Através disso, ela pede para que as seguidoras publiquem fotos sem filtros, a fim de se mostrarem como realmente são, Sasha declara: “Nós simplesmente não vemos pelas normais o suficiente.”

Em sua rede social, um vídeo a respeito do movimento #filterdrop foi acessado mais de 50 mil vezes, onde novamente ela foi agraciada com mensagens de motivação de muitas pessoas que estão seguindo suas publicações, onde muitos declararam que nem sequer se davam conta da importância dos filtros em suas vidas até o momento de se verem sem eles.

Através do Instagram, Sasha já comemora ganhos que estão surgindo graças ao seu trabalho, como ela relatou em uma publicação recente sobre uma conquista. A maquiadora entrou em contato com a ASA (The Advertising Standards Authority) para os confrontar a respeito de as influenciadoras, marcas e celebridades estarem usando exageradamente os filtros do Instagram em produtos, onde muitas vezes eles não oferecem tudo aquilo que é passado através das propagandas. Com isso, em resposta, ficou aconselhado que não seja mais utilizado esse artifício. Sasha comemorou em sua rede social o que conseguiu e em uma parte de um de seus relatos disse:

Costumava editar drasticamente as minhas fotos, usava filtros, passava cada minuto acordada dos meus dias a desejar parecer outra pessoa. Isto ainda é apenas o começo. Comecei esta campanha há oito meses e o montante que alcançamos juntos foi alucinante. Cada partilha, comentário, gosto e ação significaram que continuei quando partes deste processo foram tão difíceis. Avançando isto significa que cada vez que alguém promove um tratamento da pele ou um produto de beleza online, temos a maior chance de ver a pele real, textura real, formas reais de nariz, diferentes tamanhos de lábios, a verdadeira cor do produto. A quantidade de pessoas que já não vão se comparar a um anúncio que não é alcançável sem filtro vai ser prolífica. Conseguimos. Estou tão orgulhosa. ” (Sasha Pallari, 03 de fevereiro, no Instagram).

Contudo, atualmente, o Instagram ainda possui uma infinidade de filtros e também muitos meios de edições, com diversas formas de modificações. O que separa o que é criativo do que é de fato um problema ainda é uma linha desequilibrada, sendo necessário ter cautela para que no futuro, as gerações sejam acostumadas com aparências cada vez mais reais.

9.4. MODA E O BELO

Segundo Lorensoni, Zambom e Rocha (2012), a moda está atrelada ao corpo, ela não existiria se não houvesse o corpo para a suportar, a moda está envolta às necessidades humanas. O corpo para a moda é uma espécie de rascunho, onde nele contém muitas possibilidades como a criatividade para desenvolver roupas, mas, além disso, aqueles que fazem a moda são sensíveis e voltam-se sempre ao público.

Sendo assim, a moda parou de ser apenas usada para vestir um corpo. Quando ela passa a ser entendida além disso e vista como vários elementos

interligados, essa relação com o corpo se torna ainda mais clara. O uso da maquiagem, de cortes de cabelo, os acessórios ou acontecimentos de estilos rápidos, continuam sendo entendidos por moda, como relata Le Breton:

Nos anos 70, os punks, em sua vontade de irrisão das convenções sociais de aparência física e de vestimentas, transpassam muitas vezes o corpo com alfinetes, engancham cruces gamadas, símbolos religiosos, todas as espécies de objetos heteróclitos na própria pele. O corpo é queimado, mutilado, varado, talhado, entravado em trajes impróprios (...). A cultura punk entra, contudo, no circuito do consumo, desviada, transformada em estilo. As marcas corporais mudam radicalmente de status, engolidas pela moda, pelo esporte, pela cultura nascente e múltipla de jovens gerações. (Le Breton, 2003, p. 34).

Acerca desses conceitos, o corpo se vê tomado por intervenções guiadas por um modismo, a mensagem passada é que o corpo acaba sendo dominado por muitos fatores. O corpo deixa em evidência uma aparência que é suportada por ele, tanto que as discussões do corpo na moda trazem muitas reflexões, o corpo é resignado pela moda. Vale ressaltar que a moda fica sempre em atenção referente as modificações corporais.

O corpo na atualidade, é um corpo que está mais exibido e posto em crítica referente aos outros, como Goldenberg confirma:

Pode-se pensar, neste sentido, que, além de o corpo ser muito mais importante do que a roupa, ele é a verdadeira roupa: é o corpo que deve ser exibido, moldado, manipulado, trabalhado, costurado, enfeitado, escolhido, construído, produzido, imitado. É o corpo que entra e sai da moda. A roupa, neste caso, é apenas um acessório para a valorização e a exposição deste corpo da moda. (GOLDENBERG 2010, p. 47).

Com isso, o corpo que se opunha à alma e ao espírito, passa a se opor conforme o sujeito, onde atualmente, ele não é considerado um produto final, mas sim um processo. O corpo passou a ser uma junção, onde se tornou descartável, flexível e propício a modificações onde toma identidades provisórias, Le Breton fala a respeito:

Todas essas condutas isolam o corpo como uma matéria à parte que fornece um estado do sujeito. O corpo é o suporte da geometria variável de uma identidade escolhida e sempre revogável, uma proclamação momentânea de si. Se não é possível mudar suas condições de existência, pode-se pelo menos mudar o corpo de múltiplas maneiras. (LE BRETON, 2003, p.28).

As modificações sofridas no corpo utilizadas como acessórios de moda são infinitas, “vão desde “eu preciso emagrecer para entrar naquele vestido” até as modelos esqueléticas que atuam no mercado da moda”. (Lorensoni, Zambom e Rocha, 2012, p. 426). O indivíduo às vezes quer emagrecer, mas não é a questão da saúde que está em primeiro lugar, mas sim se ele conseguirá caber em tal roupa. Essa obsessão que os leva a dietas loucas, medicamentos e cirurgias exageradas, qualquer coisa que dê a possibilidade de o corpo ser moldado. Esse procedimento de modificação corporal não tem limites, são feitos muitas vezes ou enquanto o indivíduo ache necessário, na maioria das vezes não mensurando as consequências.

Elementos mais simples, como mudar a cor dos cabelos ou fazer uso diário de maquiagem não causam modificações extraordinárias, sendo aceitas tranquilamente pela sociedade, embora, mesmo assim, elas não deixem de ser intervenções corporais, pois atendem uma necessidade. Além de, demonstrarem um reflexo de algo que não está sendo bem aceito.

A moda em todo esse contexto, cabe nas modificações corporais como um veículo, que o indivíduo se identifica. Ela passa a ser um alongamento do corpo, perante o que significa para a sociedade, sendo assim, a moda é definida por uma “prótese corporal”, onde nela, as modificações, mutações e transformações são inúmeras. Villaça esclarece:

Assistimos à multiplicação e à mutação do corpo em paradoxais metáforas identitárias que, ora levam a moda enquanto prótese corporal aos limites da desconstrução de uma imagem, ora atuam sobre o próprio corpo por meio de toda sorte de artifícios, ora produzem virtualizações por meio da tecnociência, exigindo mesmo um repensar dos padrões éticos (1998, p. 28).

9.5. ESPARTILHO E CRINOLINA

Segundo Scott (2013), desde 5.000 a 1.500 A.C perante os habitantes de Creta, já era possível ver mulheres usando um possível “primeiro” espartilho na história, usado especificamente para afinar a cintura e também a primeira crinolina vista, usada para deixar volumosas as saias e fazer uma junção com a cintura fina causada pelo espartilho. Ambos os acessórios, eram muito apertados, os espartilhos

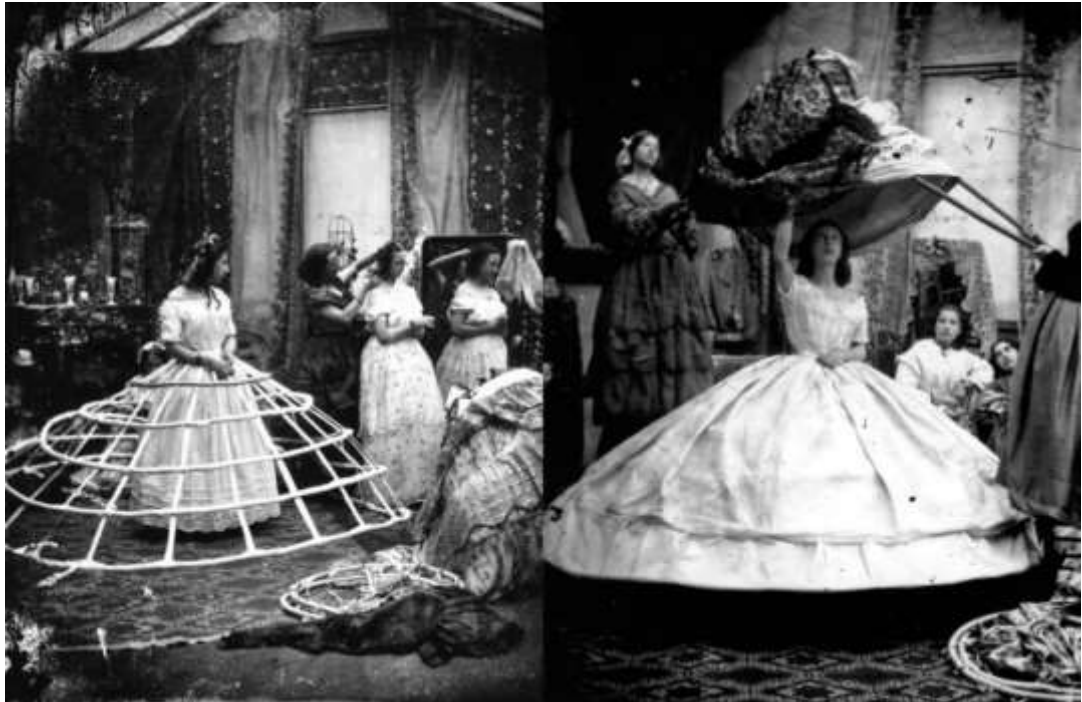
eram voltados para as limitações da mulher e a crinolina era colocada como um cinto em forma de proteção de fertilidade naquele tempo. Então, foi de fato no início da Idade Moderna que o acessório espartilho começou a ser utilizado pelas mulheres, com o intuito de deixar a cintura afunilada e de alargar os quadris também, o que identificava a capacidade de ter filhos.

Figura 1 - Espartilho antigo



Fonte: Laifi.com (2011)

Figura 2 - Crinolina



Fonte: A modista do desterro: Era vitoriana: O que vem embaixo daqueles vestidos? (2018)

Segundo Barbier e Boucher em Alfinito e Lafetá:

Na época da Renascença, usavam-se estruturas formadas por tiras que moldavam as saias e, geralmente, eram feitas de ossos de baleia, arame e, algumas vezes, de madeira ou vime. Elas começavam na cintura e acompanhavam a saia. Os acessórios de modificação do corpo eram bem rígidos e, portanto, usados por cima de uma veste de linho ou algodão. Ainda, foi nesse período que Catherine de Médici iniciou o uso de calçolas (cobriam as pernas a partir da cintura até os joelhos) pelas mulheres. O uso dessa peça era comum para cavalgar e subir escadas e se deu, provavelmente, por questões de higiene e pudor (BARBIER e BOUCHER apud ALFINITO e LAFETÁ, 2013).

A autora Lesley Scott (2013), fala acerca da rainha chamada Catarina de Médici, que fez com que as mulheres apertassem seus espartilhos até 33 cm de periferia, pois na corte dela foi ordenada a proibição das cinturas alargadas e também com volume. Até mesmo um embaixador veneziano que passou pela França em meados de 1577 relatou que as mulheres tinham cinturas tão afuniladas que era imensurável descrever.

Segundo a autora Mairi Mackenzie (2010), “Até 1680, as mulheres usavam longos vestidos com corpetes justos, rígidos e amarrados com firmeza, com o objetivo de afinar a cintura e ampliar os quadris com longas saias. ”

Luis XV em seu reinado, possuía uma estética de cinturas mais afuniladas e de saias ainda mais volumosas, onde o estilo predominante era o Rococó. “Para conseguir este corpo, era necessária a ajuda de um espartilho extremamente apertado e paniers. ” Mackenzie (2010). A autora traz explicações sobre:

Literalmente traduzido como "cesto", panier consistia num acessório usado sob a vestimenta: estruturado e retrátil, dava forma à saia do vestido. O panier entrou na moda por volta de 1720 e dominou a silhueta feminina até depois de 1770. (MACKENZIE, 2010, p. 18)

Figura 3 - Rococó



Fonte: <https://historiandomoda.wordpress.com/2012/11/23/periodo-rococo/> (2012)

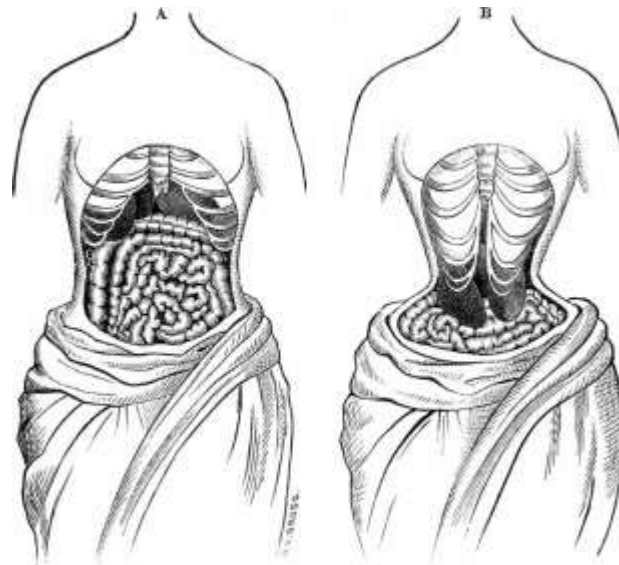
A autora Mackenzie (2010), que retratou que no período de 1780 havia uma moda extravagante, disse que com o movimento chamado Naturalista, houve uma

tentativa de ruptura com os excessos de anos antes, o que não perdurou por muito tempo. Pois com impactos da Revolução Francesa no século XIX, o vestuário feminino passou a sofrer algumas restrições e por conta disso em 1820 presencia-se o retorno do espartilho. Nessa volta, como retrata Scott (2013), o acessório estava ainda mais apertado, e também possuía suportes aos seios que os separavam.

Em meados de 1858, um costureiro famoso chamado Charles Frederick Worth, trouxe de volta a crinolina, mas de uma forma diferente, agora a frente era reta e a traseira mais ampla. Também por esse período, haviam outras duas peças: uma saia inflável que permitia que a mulher a esvaziasse se quisesse se sentar e também uma crinolina de aço, que servia para deixar as saias armadas. (Scott, 2013) relata que essas peças limitavam as mulheres a realizarem quaisquer movimentos. O espartilho, como diz a autora, passou a ser produzido até para crianças e também para diversos tamanhos de bustos e de quadris, onde no caso das crianças começava com uma espécie de cinta, e ao longo do crescimento as barbatanas de baleia começavam a ser adicionadas, dos lados e depois na parte de trás.

A autora Mackenzie (2010), fala acerca dos danos causados pelo espartilho na saúde das mulheres, onde, no ano de 1881, foi fundada a Sociedade do Traje Racional, regida por uma viscondessa afim de garantir os direitos das mulheres na sociedade daquela época. O movimento dela era regido segundo a seguinte ordem: “A sociedade é contra a introdução de qualquer vestimenta na moda que deforme a silhueta ou impeça o movimento do corpo, ou que, de qualquer maneira que seja, tenda a prejudicar a saúde”.

Figura 4 - Ilustração de 1884 sobre o malefício do espartilho



Fonte: Eravitoriana.wordpress.com. (2021)

O período da Belle Epoque (de 1895 a 1914), foi marcado pelo luxo (BRAGA, 2008). O formato do corpo nesse período seguia um S: possuía os quadris voltados para trás e na região superior do corpo, nos seios, uma aparência de “peito de pombo”. Mackenzie (2010). Dessa forma:

Embora elegante, o ônus de ser uma Gibson Girl (a personalização da beleza feminina durante o século XIX) consistia em fortes dores na região lombar, hiperextensão dos joelhos, dificuldade de respirar e necessidade de suporte para os seios. (SCOTT, 2013, p. 69).

Figura 5 - Moda na Belle Époque



Fonte: <http://modahistorica.blogspot.com/2013/05/seculo-xix-parte-3-moda-na-belle-epoque.html>. (2013)

Mary Polly Phelps Jacob um tempo depois, encontrou um novo modo para o espartilho, que já havia sido inventado por Marie Tucek, mas que não havia sido patenteado, onde na verdade era um “apoio para os seios”. Esse “novo espartilho”, se constituía na união de lenços de seda com cordão, Mary deu também à Herminie Cadolle a sua credibilidade por essa criação de peça superior muito parecida com um espartilho, uma espécie de sutiã. (SCOTT, 2013).

Apenas então, ao final da Belle Époque, foi onde as mulheres começaram a se libertar dos espartilhos e estavam mais livres para a forma de se vestirem. Um fato interessante que relembra Scott (2013), foi que por conta da Primeira Guerra Mundial, para a execução de dois navios de guerra, era necessário aço, então, com incentivo, muitas mulheres doaram seus espartilhos de aço, o que totalizou 28 mil toneladas desse material.

Em 1920, então, como diz Mackenzie (2010), a moda se tornou reta, sem destaques para o busto ou os quadris, ficou definida como sem contornos, uma silhueta simples.

Figura 6 - Moda em 1920



Fonte: <http://modahistorica.blogspot.com/2015/05/a-moda-e-o-tempo-os-anos-1920.html>.
(2015)

9.6. MODIFICAÇÃO VIRTUAL DO CORPO

Segundo Tomaz Tadeu (p. 5), “a subjetividade humana é, hoje, mais do que nunca, uma construção em ruínas”. A questão levantada agora é se ainda queremos ser sujeitos, afinal “quem precisa do sujeito?” (GUZZONI, 1996). Mas, as feministas relembram do sujeito que se passa por racional, reflexivo e abstrato, em resumo, o ser que escorre por todos os lados. Esse pensamento acerca da subjetividade humana surge a partir do momento em que somos levados a pensar sobre a “alma”

humana, pois esses procedimentos que estão se modificando, modificam também o corpo humano.

Os gnósticos⁴, tem uma visão a respeito de “o ódio sobre o corpo”, como Le Breton relata em seu livro “Adeus ao Corpo”, a religiosidade gnóstica enxerga o corpo como algo que deva ser modificado ou eliminado de uma forma ou de outra. “O corpo normalmente é colocado como um alter ego, esvaziado de seu caráter simbólico. O corpo também é esvaziado de qualquer valor. (Le Breton, 1990).

No ponto de vista de Le Breton (1990), o corpo é também visto como um rascunho, onde nele contém tudo o que é ruim, o corpo é enfraquecido por doenças e por causas naturais como o envelhecimento, onde o imaginário tecnocientífico começa a ganhar espaço.

Os autores estão atentados sobre suas previsões em que chegará hoje o momento “pós-biológico” (Moravec), “pós-evolucionista” (Stelarc), “pós-orgânico” e continua por aí, o que resume a ideia do fim do corpo. Atualmente, elementos como a robótica, como a genética e a informática, conseguirão de alguma forma reformar ou eliminar de uma vez o corpo.

A ideia da tecnociência é livrar o homem ao fadado fim que é a morte e também livrá-lo de sua fragilidade, sendo assim, a ciência age como uma forma de remodelar essa realidade. O ser humano dentro de seu corpo não consegue atingir a perfeição, então sempre há essa vontade de tentar corrigi-lo, repara-lo, e a forma de se fazer isso é eliminando o corpo e transformando-o em uma máquina perfeita. Escapar da morte é a intenção dentro desse pensamento.

Os anatomistas, antes mesmo da filosofia ou Descartes existirem, criam uma divisão que não é voltada apenas para a medicina, mas que envolve a modernidade, onde, o homem é dividido entre ele e o seu corpo. Na Inteligência Artificial, o homem nada é além de sua inteligência, onde o seu corpo não serve para nada.

As próprias biotecnologias e medicina, tendem a modernidade, onde o mecanismo corporal aparece, já que o corpo é composto por um acervo de órgãos e funções que podem facilmente serem substituídas. Nesse caso, o corpo é comparado à uma máquina, se ele não está ligado em um mecanismo, nada poderá ser ou fazer.

⁴ Segundo dicionário: Adepto do gnosticismo, movimento religioso que mescla aspectos do cristianismo convencional, misticismo e especulação filosófica, sendo o conhecimento obtido tendo em conta as verdades divinas, por oposição à matéria.

Le Breton (1990), enfatiza que um dos maiores preços pagos em busca da perfeição é a doença e a morte, por isso essa busca constante de tornar o corpo imbatível a qualquer sofrimento, qualquer dor, evitar o envelhecimento e claro, ser imune a morte.

O corpo então, passa a ser visto como um excesso, pois em nossa sociedade hoje, nunca foi visto os homens utilizarem tão pouco os seus corpos como antigamente, não se utiliza mais sua resistência e nem sua mobilidade. “Subempregado, incômodo, inútil, o corpo torna-se uma preocupação”. (BRETON, 1990, p.22). O homem então, visto como um tipo de veículo, torna-se alvo do ciborgue (organismo humano híbrido com a máquina).

Práticas como cirurgias estéticas, marcas corporais, body building, entre outros, são realizadas sobre o corpo, onde ele passa a ser exposto sobre esses designs que muitas vezes são radicais. Um julgamento sobre o próprio corpo passa a ser colocado em prática, não se contenta com o corpo que se tem, mas há ao contrário disso, uma necessidade de alguma forma modifica-lo ou torna-lo perante uma ideia que se faz de como gostaria que ele fosse. “Mudando o corpo, pretende-se mudar de vida. Esse é o primeiro grau de suspeita do corpo. ”. (Le Breton, 1990).

A cultura cibernética sonha com o momento em que o corpo desapareça, já que até mesmo pela tecnologia, o corpo é considerado como um rascunho a ser preenchido. Para seguidores da Inteligência Artificial, a máquina um dia terá pensamentos e sensibilidade de forma que superará o homem em quase todas as suas funções.

O denominado espaço cibernético, é uma forma de existência completa, “O espaço cibernético é o meio que dá a seus usuários o sentimento de ser corporalmente transportado do mundo físico comum a mundos de pura imaginação. ” (Walser 1992, p. 264). Nesse espaço, cria-se uma existência virtual conforme se deseja, não há corpo, onde tudo é superficial.

“O discurso visionário dos que conceberam o espaço cibernético é cheio de imagens de corpos imaginários libertados das correções que a carne impõe. Eles preveem uma época em que poderão esquecer seu corpo. ” (Stone 1991, p.113). O mundo virtual é protegido de quaisquer surpresas negativas, pois aqui perde-se o peso do corpo e tudo o que é previsível some. Ainda no espaço cibernético, é permitido a construção de muitas formas de “encarnações virtuais”, o indivíduo se vê liberto da identidade.

A cultura cibernética é uma outra dimensão da realidade, do que é capaz ou não, é um campo amplo, o “virtual vem do latim virtus, que traduz a força, a energia”. (Quéau 1993, p.26). “A generalização das técnicas de simulação e de representação virtual vai provavelmente ser acompanhada de uma miopia filosófica e moral que tenderá a ocultar a diferença de natureza entre o real e o virtual”. (Quéau 1993, p.74).

O ciborgue aparece, nessa “pós-modernidade” que está sendo vivida hoje, como algo que faz uma junção entre o corpo, o ser humano e a máquina. Então, observa-se os organismos diferentes, onde em um ponto está o ser humano, que já é artificial, de outro lado estão as máquinas, que não só simulam a vida humana, mas também se mostram melhores e superiores. A ideia do ciborgue que sugere a possível clonagem, causa pânico, porque coloca a originalidade do ser humano à prova. A realidade da ficção científica está próxima da realidade, por fatores como: os avanços na tecnologia, na medicina e na ciência e também sobre a pesquisa da Inteligência Artificial.

Em um mundo em que o homem está sendo visto como sem valor, sem significado, a importância das máquinas passa a ter uma dimensão que se expande cada vez mais. “Assim como os médicos reproduziram in vitro os mecanismos da vida, os biólogos e os especialistas em informática da vida artificial esperam criar a vida em silico⁵”. (Levy, 1992, p.5).

A respeito da cibernética, segundo Wiener, ela é o estudo de um emaranhado sistema que envolve a máquina ou o ser vivo, que englobam os seus comportamentos e as suas interações trocadas. O espírito entra em evidência, onde o corpo é visto como artificial e superficial, é um sistema desajeitado regido pelo espírito. Dessa forma, se o corpo é um composto de informações, é possível transformá-lo impecavelmente em uma máquina. Wiener cita Moravec, por exemplo, que tem a ideia de transferir o espírito do homem para um computador, de forma que o corpo seja deixado e dê espaço apenas para desfrutar do espírito.

Após Wiener, Von Neumann e Turing vão adiante a respeito dos computadores, para eles, o cérebro é capaz de ser reproduzido, pois é uma máquina

⁵ In silico é uma expressão usada no âmbito da simulação computacional e áreas correlatas para indicar algo ocorrido através de uma simulação computacional.

inteligente. Von Neumann criou uma espécie de computador com sentimento a fim de se parecer com o cérebro humano (Von Neumann 1992).

Transformar o computador em um sistema humano iniciou um longo caminho. Turing, que considera o corpo algo supérfluo, e também debate a respeito das máquinas, levantou um questionamento sobre corpo-espírito, o que considera algo acidental:

O corpo vivo pode “atrair” e se enganchar em um “espírito” e, enquanto o corpo estiver vivo e desperto, ambos permanecem estreitamente unidos (...). Quanto a saber por que precisamos de um corpo, por que não existimos como espíritos puros, capazes de se comunicar como tal? Poderíamos provavelmente chegar a isso, mas então não nos restaria mais nada a fazer. O corpo fornece ao espírito com o que ele se ocupar. (Hodges 1988, p.63).

Turing ultrapassa os limites em relação a máquina, dizendo que ela é capaz de superar o pensamento humano evidenciando que o espírito é suficiente, sem a necessidade de um corpo. Contendo a inteligência, o espírito é o único que se torna válido, o aprendizado do computador poderia então, acabar com a diferença entre ele e o cérebro humano. Com essa reflexão, o computador tornou-se a inteligência artificial, “um reflexo do espírito”, onde o computador passa a ser um cérebro e ou a uma máquina pensante.

Porém, entra o questionamento de que o computador não possui a maleabilidade do espírito, ele foi criado para realizar tarefas, muitas vezes essas tarefas ultrapassam o que um ser humano é capaz de fazer, porém, não consegue inserir em si a flexibilidade do espírito. Dessa forma, para a Inteligência Artificial o que é levado em conta é apenas o espírito, especialmente se for o da máquina.

O computador se torna impedido de atingir uma inteligência completa pela falta do corpo que há nele. Para os seguidores da Inteligência Artificial, a ausência do corpo é a solução para livrar a máquina de qualquer fonte de erro e também de limitações, mas, ironicamente, o corpo se torna o grão de areia que impede a Inteligência Artificial de transformar esse pensamento em algo real.

O fim do corpo começa com questionamentos que não tem um desfecho, Ballard expõe que para ele, em futuro não muito distante, absolutamente tudo que será feito, terá de ser realizado através de imagens. “Os homens desse mundo levam uma vida telemática”, complementa. Além do corpo ser visto como algo a ser

retificado, um vestígio ligado ao homem é voltado a sumir para trazer satisfação aqueles que buscam a perfeição da tecnologia.

Os novos gnósticos reaparecem com uma nova missão, não muito diferente do discurso apresentado: combater o corpo, livrar o indivíduo de sua carne que perece e torna-lo imaterializado em forma de seu espírito, já que, é o único elemento que importa.

No espaço cibernético, segundo Heim “o cibernauta deixa a prisão do corpo e entra em um mundo de sensações digitais”, aqui, o indivíduo não está mais preso a um corpo, onde em um mundo imaterial, ele pode explorar diversas identidades, não importando mais a sua idade, o seu sexo e até mesmo se está doente ou se possui algum tipo de deficiência. O corpo físico se torna apenas um em meio a tantas possibilidades em seus corpos virtuais. O “corpo eletrônico” no espaço cibernético é perfeito, não existe males, ele se encontra longe da morte, da doença, sem o peso em que era preso.

Morse declarou:

Se você puder fazer uma máquina que contenha seu espírito, então a máquina é você mesmo. Que os diabos carreguem o corpo físico, não tem interesse. Mas uma máquina pode durar eternamente. Mesmo se parar, você pode sempre se retirar para um disquete e recarregar-se em outra máquina. Todos nós gostaríamos de ser imortais. Infelizmente temo que sejamos a última geração que vai morrer. (Morse 1994, p.162).

Leary e Gullichsen, assim como muitos outros, consideram o homem livre de seu corpo dentro da máquina:

A forma de vida eletrônica que o homem assumirá dentro da máquina é mais afastada de nossas concepções atuais do ser humano. Se estocarmos nossos pensamentos em forma de dados informáticos e se os explorarmos com programas adequados, então nosso sistema neuronal vai funcionar tão bem por meio do silicone quanto funciona atualmente em nossa matéria cinzenta. Só que ele será mais rápido, mais preciso, passível de reprodução e, se desejarmos, imortal. (Leary 1996, p. 215).

O corpo é o causador de acabar com os esforços do espírito, pois a morte é a certeza que chega um dia e arruína de vez por todas esses esforços. O corpo é literalmente um atraso, um desperdício, onde poderia estar sendo empregado com uma utilidade maior. Moravec faz uma observação dessa era que ele chama de “pós-biológica”, onde os robôs pensantes serão vistos, complexos e eficazes, com o

seu abandono ao corpo. Para Moravec, também, a criação da máquina é como uma salvação que trará a hibridação entre o computador e o espírito.

A transferência do cérebro para a máquina, livraria o homem de suas limitações físicas. Sem o corpo, se tornando apenas um software, o indivíduo não seria impedido de circular dentro das informações e das redes. Moravec também diz que através de uma mensagem laser, o indivíduo poderia ir para dois planetas estudar meteoritos e afins.

As questões que poderiam ser levantadas sobre identidades e duplicações, são explicadas por Moravec. Segundo ele, o indivíduo é apenas um software, que muda de uma “habitação física” para outra constantemente, como também em tempos atrás mudava de roupas e não se preocupava com o fato de ainda ser ele mesmo por não ter se vestido da mesma forma que se vestiu ontem.

Dentre todas as especulações, conclui-se que apenas o espírito é identificado dentro do corpo, segundo Moravec “o corpo é a prisão da alma”, sendo assim, a contemporaneidade coloca uma solução para resolver o drama e eliminam o corpo. Aqui, o espírito vê-se livre e rompido com a carne.

9.7. INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS NA MODA

Segundo o site da FECM (Febratex)⁶ (2020), a moda se modifica regularmente, fazendo com que essas modificações se deem pelo resultado de fatores que acontecem na sociedade, na estética, na cultura, na economia e claro, por conta das inovações provocadas pela tecnologia.

Essas tecnologias não proporcionam somente a elevação na produção de produtos de moda, mas além disso, propiciam possibilidades de inovações serem realizadas, trazendo oportunidades. Essas tecnologias recentes, também podem impactar a forma como a sociedade cria roupas e os tecidos.

Algumas das seis inovações que já estão sendo feitas, impactaram a indústria da moda e serão relatadas a seguir:

9.7.1. Impressão 3D

⁶ Febratex Group é uma empresa 100% brasileira especializada na promoção e organização de feiras de negócios, principalmente nos segmentos de máquinas e insumos para o setor têxtil, confecção e impresso digital.

Muitas marcas e empresas vem aderindo à impressão 3D, isso porque sua utilidade é versátil, pois ela é capaz de causar transformações na confecção de produtos que trazem praticidade aos processos.

Embora as impressoras sejam uma tecnologia nova, não sendo estimada no meio de empreendedores, o ponto alto é que, esse método proporciona uma personalização elevada. As impressoras ainda, proporcionam tornar mais fácil o processo de criação de moda, com estampas, modelos e cores diferenciadas, em que os consumidores tenham a possibilidade de criarem suas roupas, totalmente online. Outro ponto positivo que essa tecnologia cria, é que dessa forma, a diminuição do consumo de roupas impacta de forma otimista as questões ambientais. E também, permite que os consumidores criem roupas de todos os tipos e estilos.

Embora atualmente, essa tecnologia ainda precise ser aperfeiçoada em questões de custos de impressão e otimização de tempo, pesquisadores também estão se esforçando para criarem produtos que agridam menos ainda o ambiente.

Figura 7 – Roupas feitas em impressora 3D



Fonte: Hypheness: Designer cria coleção de roupas feitas com impressora 3D. (2014)

9.7.2. Desfiles virtuais

Os avanços não estão delimitados apenas à materiais, além deles, a forma de se apresentar coleções também está mudando. Os designers já possuem a possibilidade de realizarem desfiles virtuais com bonecos e até mesmo criando aparências e movimentos como se fossem de uma figura humana de fato.

Uma outra inovação aliada a essa e importante de ser citada, são os óculos de realidade virtual, eles permitem que o indivíduo esteja “presente” em desfiles de qualquer lugar do mundo. Apenas utilizando um smartphone, com um determinado aplicativo baixado, é possível assistir até mesmo ao New York Fashion Week de onde o indivíduo estiver.

Figura 8 - Desfile virtual



Fonte: Harpers Bazaar. Valentino: 10 coisas que amamos no inverno 2020 da Maison. (2020)

9.7.3. Tecidos com barreiras para líquidos e tecidos com auto reparação

Pesquisadores estão avançando para produzirem a criação de tecidos regenerativos. Segundo o FCEM (2020), “trata-se de uma tela com revestimento que volta a se fundir quando colocada a uma temperatura muito baixa, facilitando que uma abertura se feche de novo, após o tecido ter sido modificado. ”

Os nanopolímeros estão na composição desses tecidos, que evitam manchas e não molham o material. Já é possível ver na indústria da moda, tecidos que são resistentes à água, contudo, um tecido que é capaz de se reparar sozinho é uma inovação.

9.7.4. Tecidos com proteção ultravioleta

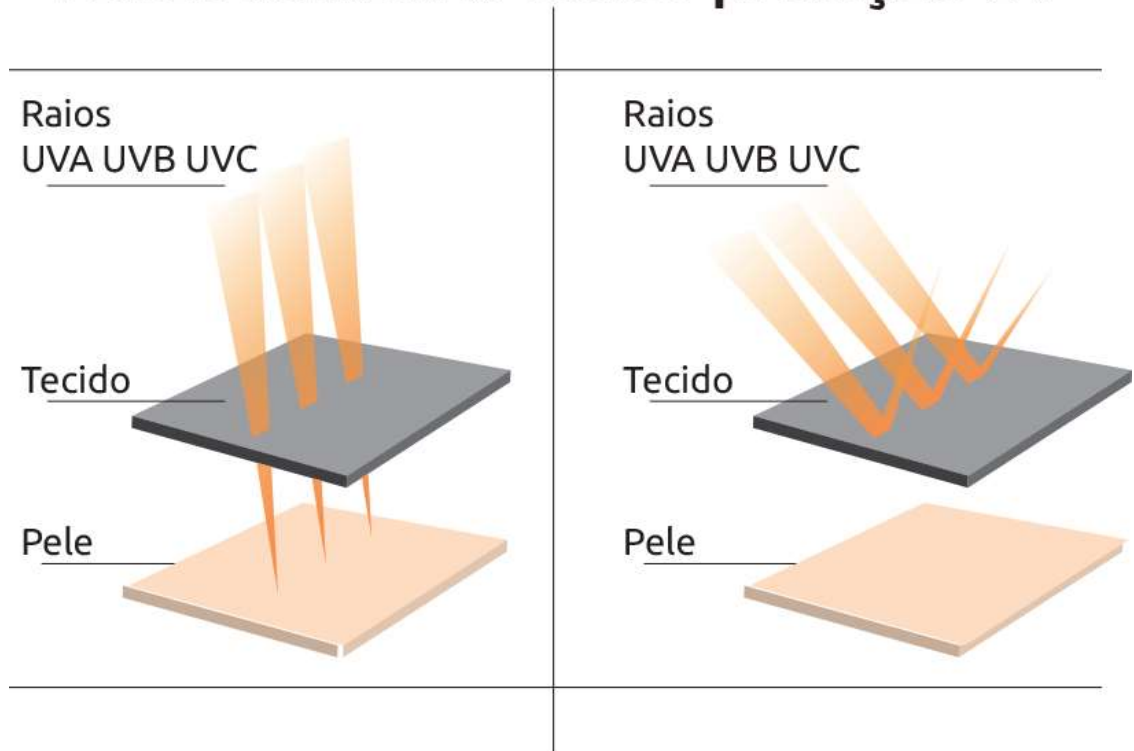
Uma predileção do ramo têxtil, é investir em produtos com esse tipo de proteção. Porque com aditivos na camada de ozônio, a terra é atingida com raios solares, fazendo um contato maior entre a ação ultravioleta em relação as pessoas.

Com o uso de nanotubos, a proteção ultravioleta na atualidade possui grande importância, pois a radiação causa diversos danos ao ser humano em relação a sua saúde, provocando câncer e mudanças nos órgãos internos.

Porém, ainda há outro benefício, com essa tecnologia misturada a outras, podem provocar a diminuição do suor, provocando sensações de proteção e frescor.

Figura 9 - Comparação de tecido comum X tecido com proteção UV

Tecido comum X Tecido proteção UV



Fonte: Elite. Tecnologia esportiva para melhor performance. (2017)

9.7.5. Roupas Interativas

A Near Field Communication (Comunicação por Campo de Proximidade), está modificando o varejo, isso porque está ocasionando uma interação entre dispositivos, uma troca de dados sem fio, através de uma espécie de “etiqueta”.

Essa tecnologia possui uma gama de atribuições, através dela (o NFC) é possível realizar algumas interações, como: realizar pagamentos sem fio, exibir promoções, dados adicionais que são utilizados na confecção de tecidos e instruções de uso. Todos esses benefícios são válidos para qualquer pessoa que apenas aproxime o seu dispositivo celular sob as tags, (as “etiquetas”).

Figura 10 - Roupas interativas



Fonte: Casa Shopping Blog: Roupas Interativas

9.7.6. Tecidos que mudam de cor

A tecnologia fotocromática, que avança cada vez mais, promete aos clientes tirar a preocupação no mercado da moda em relação as cores, isso porque, perante essa tecnologia, a roupa se transformará de forma prática a outras cores.

Em meados dos anos 90, surgiram camisetas com sensibilidade ao calor, por exemplo, mas hoje em dia as novidades não param por aí. Como cita o FCEM (2020), “as correntes elétricas, as ondas sonoras, a luz, e outros aspectos vão alterar os tecidos que mudarão de cor conforme as condições do ambiente que a pessoa se encontra. ”

A área da moda, com todas essas tecnologias demonstra que essa indústria está sempre em reinvenção, elaborando novas ideias e produzindo novas formas de peças serem utilizadas, com isso, os empreendedores devem sempre estar atentos.

Figura 11 - Tecidos que mudam de cor



Fonte: Sustainable and Fashionable: Roupas que muda de cor? Tai novidade. (2013)

9.8. MODA NO FUTURO – ROUPAS DIGITAIS E NOVAS POSSIBILIDADES

Será no ano de 2021 que se concretizará o uso de roupas digitais? Antes vistas inseridas no mercado de games ou para personagens em jogos, as roupas digitais começaram a surgir assim no início dessa era, segundo Assunção (2021) perante dados da UOL. Porém, atualmente, se vê que elas não se restringem mais somente a isso e ganham novos enredos, está sendo possível encontrar plataformas para o desenvolvimento de roupas digitais, tanto que, as empresas de tecnologia estão correndo para lançarem os seus produtos.

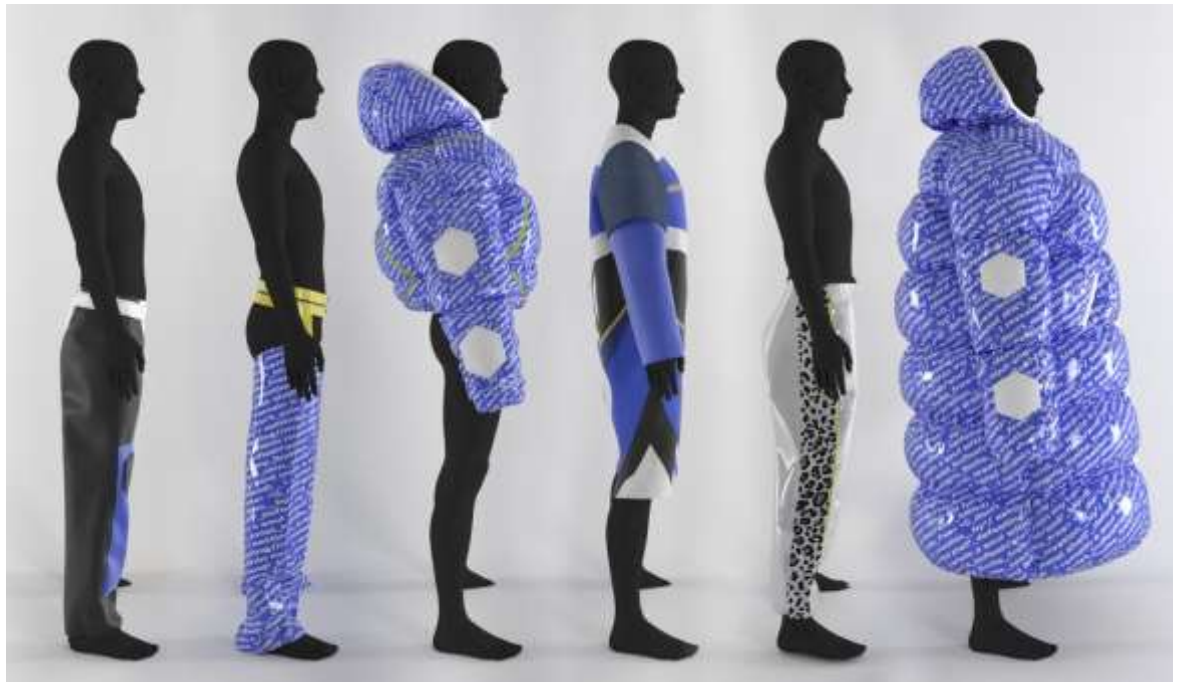
Com altos meios, incluindo modelagem e prototipagem 3D, a The Fabricant cria looks através de imagens enviadas por seus próprios clientes, essa é uma das primeiras plataformas de moda na produção de roupas digitais. Além da “Carlings”, onde segundo Ferreira (2020) para a TechTudo, essa empresa é referência nessa nova tecnologia, com edições limitadíssimas e peças exclusivas. No Brasil, ainda não existem empresas introduzidas na moda virtual, contudo, é possível os brasileiros fazerem a compra dessas peças nas grifes de qualquer lugar do mundo.

Figura 12 - Carlings pioneira nas roupas digitais



Fonte: TechTudo. Foto: Divulgação/Carlings (2020)

Figura 13 - As roupas da Carlings



Fonte: TechTudo. Foto: Divulgação/Carlings. (2020)

Citando outras duas plataformas, encontra-se a Dress X, trabalhando também com peças digitais a partir de imagens, porém as peças são mais futuristas, onde para serem concretizadas fisicamente demandaria grandes desafios. O The Replicant Fashion, que cria coleções digitais autorais, tendo inclusive parceria com a Puma, produz a partir de ideias do zero até peças já vistas e existentes.

Figura 14 - Sofi Tukker Dress X



Fonte: UOL. (2021)

Figura 15 - The Fabricant para Puma



Fonte: UOL. (2021)

Uma foto de Elon Musk se tornou viral no Met Gala, por aparecer usando um tênis digital, vendido por aproximadamente US\$ 15 mil. A responsável foi a RFKT, uma plataforma de sneakers completamente digitais.

Esse mercado funciona eliminando os recursos materiais, criando então, sem precisar consumir esses recursos, o que promove a sustentabilidade e também uma capacidade maior de criação e de uso da criatividade, esses motivos impulsionam o mercado de roupas digitais a serem oportunos. Vale lembrar que esse mercado não se define apenas na moda, o que abre a mente para esse mundo da tecnologia.

As plataformas seguiam um protocolo, elas inseriam a roupa digitalmente a partir da imagem enviada pelo cliente, onde o consumidor comprava essa peça, daí então após passar por determinadas correções, o produto final retornava ao cliente. Contudo, a tecnologia referente a essas plataformas já está avançada, agora o consumidor não necessita mais desse procedimento, podendo por meio da realidade aumentada (RA), comprar, provar e utilizar essas peças virtuais.

Acerca da média de valores, Ferreira (2020), fala sobre a The Fabricant, que produziu um leilão e realizou a venda de um vestido virtual por aproximadamente R\$48.500 já com a conversão para o real brasileiro. Já a empresa Carlings, realizou a venda de sua primeira peça digital no ano de 2018 por aproximadamente R\$56 a

R\$168 já com a conversão, contudo, os valores das peças dessa marca não tiveram alteração.

Figura 16 - Vestido virtual da The Fabricant



Fonte: Foto: Reprodução/Instagram. (2019)

Como também foi o caso da Gucci para a empresa Wanna Kicks, segundo dados da Vogue (2021), foi criado um tênis digital para consumidores que desejam, mas não podem possuir um produto da Gucci que seja físico. O valor desse tênis digital é equivalente a US\$ 11.99.

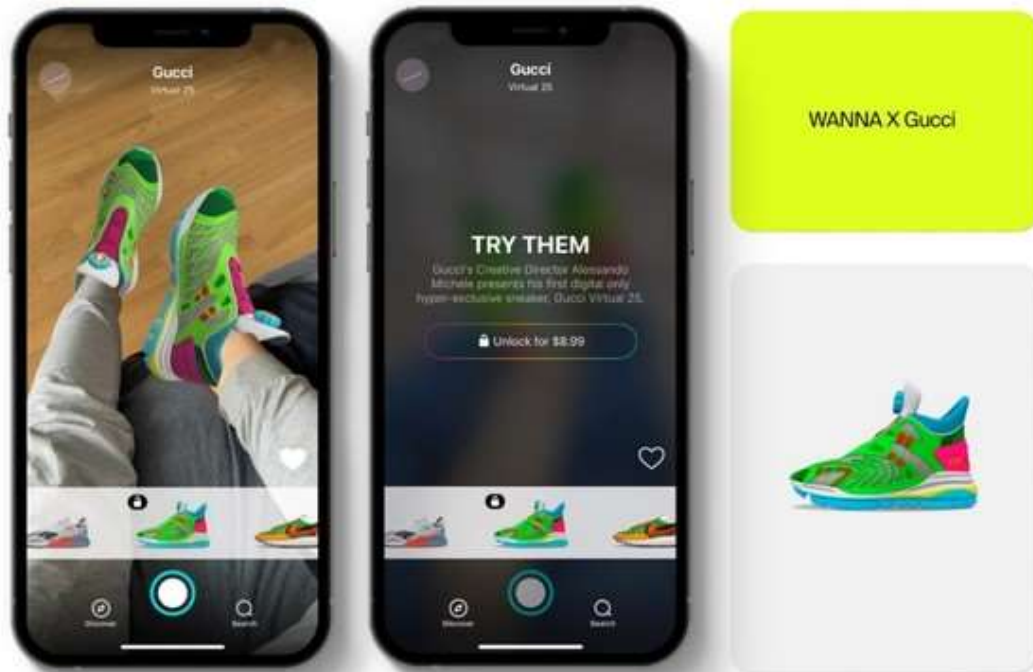
Figura 17 - Gucci lança tênis digital por US\$ 11.99



Fonte: Vogue Negócios. (Foto: Reprodução). (2021)

O sneaker foi desenhado por Alexandre Michele, esse salto digital vem acontecendo graças ao crescimento do comércio online principalmente por causa da pandemia causada pela COVID-19 em que está enfrentando o mundo desde 2019. Ressaltando que, esse tênis digital foi criado originalmente e exclusivamente para a Wanna, não possuindo versão física. Além disso, a Gucci já havia produzido peças virtuais para um aplicativo chamado Zepeto e também para jogos online, como o Drest.

Figura 18 - Gucci lança tênis virtual



Fonte: Vogue Negócios. (Foto: Reprodução). (2021)

Algo que parecia muito distante da realidade, inclusive causando estranheza perante muitas pessoas, por conta do avanço na tecnologia, e também da realidade aumentada, esse mercado digital incluindo o de roupas está cada vez mais inserido no dia a dia, inclusive com a chegada do 5G, onde essa inserção será ainda mais potente. Esse mercado de roupas digitais já tem nome, chamado de “criptomoda” ou “cripto roupas”, que faz junção com a arte digital onde devido o NFT (Non-Fungible Token)⁷ ganhou visibilidade.

O NFT é uma tecnologia que garante produtos originais e também é uma plataforma que permite a venda desses objetos. Esse tipo de tecnologia abre espaço para que produtos de moda e de arte sejam vendidos, além disso, garantindo sua exclusividade, até mesmo para criar produtos únicos e limitados, tudo totalmente virtual.

⁷ Abreviação de “Non-fungible token”, um NFT é o registro de propriedade de um objeto digital em um blockchain. Qualquer tipo de mídia, incluindo, mas não se limitando a, arte, vídeos, música, GIFs, jogos, tweets e memes entram nessa caixa. A parte não fungível significa que o objeto é único, tornando-o insubstituível. Fonte: Casa Abril (2021).

O mercado da moda, com toda essa tecnologia, poderá caminhar para um futuro além do que fotos com edição, criando de fato o uso de peças digitais vendíveis e também compartilháveis.

Vale fazer um parâmetro de diferenciação entre as roupas digitais e os skins⁸ de jogos, são mercados parecidos, mas não iguais. Os games crescem cada vez mais, atraindo inclusive marcas de luxo, como a Burberry e a Louis Vuitton, que inclusive já produziram skins nos jogos. Alguns desses jogos como o Fortnite servem de criação para roupas digitais feitas para personagens. Contudo, o mercado de roupas digitais não está direcionado à pessoa estar conectado em um jogo, o intuito é a utilização de peças únicas produzidas virtualmente, feitas para pessoas “reais”.

No momento do mundo pandêmico, tudo é visto através das telas, mas alguns questionamentos acabam sendo levantados pelo uso de roupas digitais também serem utilizadas fora das redes sociais, como o Instagram. Essas dúvidas surgem por conta das artes digitais, mesmo o NFT dando possibilidades de os compradores possuírem essa tecnologia através de vídeos ou simples fotos.

Se causa estranhamento pensar no uso dessas roupas digitais nas redes sociais, vale ressaltar que essas tecnologias serão um impacto também para as roupas físicas. Através das roupas digitais, a tecnologia não se limita, pelo contrário, através dela é possível dar caimento, texturas, inserir diferentes tecidos e até medidas com exatidão. Essas técnicas estão possibilitando a produção de modelagens não só físicas, ou seja, a transformação delas para o digital, o que a torna mais sustentável, sendo necessário a introdução do tecido apenas ao final da peça, o desperdício também diminui e a produção de uma peça-piloto se torna mais curta. Uma empresa chamada DDIGITT (Driving Digital Transformation) já está aderindo esse tipo de tecnologia.

A compra online também se torna melhor com a realidade aumentada, por que através dessa tecnologia por meio de aplicativos é possível “vestir” as roupas dos e-commerces virtualmente, e melhor ainda podendo visualizar o tamanho correto, o tecido e até o caimento das roupas, potencializando a compra.

A partir disso, essas tecnologias permitem a expansão da criatividade e novas experiências no que diz respeito a desfiles e até fashion films. Um exemplo recente é o SPFW de 2020, onde o estilista Lucas Leão apresentou um desfile inteiramente

⁸ “Pele” em português.

virtual, desde as roupas até a cenografia, formulados em 3D. A partir de Ferreira (2020), as roupas digitais de fato podem ser a aposta para o futuro no mundo da moda, porque também existe o benefício acerca de as peças digitais possuírem um custo menor em relação as roupas físicas de marcas de luxo e também pelo acesso agilizado e fácil. Ainda mais que, no universo digital onde tudo é compartilhado nas redes sociais, as roupas digitais combinadas com fotos e vídeos podem causar uma revolução. O que demonstra que de fato o futuro chegou e essas transformações não podem ser paradas.

10. ÁREA/OBJETO DE ESTUDO

A área de estudo, foi delimitada à moda. O objeto estudado foi acerca da modificação do corpo e das novas possibilidades na moda, perante a tecnologia e a realidade virtual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Segundo o tema abordado, conclui-se que a moda, através da modificação do corpo produz de fato novas possibilidades. Esse trabalho responde a pergunta-problema levantada e além disso, confirma as duas hipóteses. A primeira é que a tecnologia proporcionou que as pessoas pudessem provar roupas virtualmente com detalhes. A segunda, que está começando a ser falada e feita atualmente, é sobre as roupas digitais, o assunto é considerado novo e as marcas estão começando a produzir essa nova moda, com isso surge uma nova era.

Perante isso, essa realidade não poderá ser parada, a moda do momento é digital e está sendo vendida através das roupas e calçados digitais, sendo assim, esse trabalho explorou vários conceitos que o enriqueceram de informações, comprovando que o trabalho é atual perante a exposição das novas possibilidades.

Dessa forma, além de ser um material bibliográfico que poderá ser consultado, esse trabalho contribui no conhecimento acadêmico de pessoas da área da moda e de outras também. Além de, contribuir e ser como uma fonte para trabalhos futuros e para outras possibilidades que virão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BALLARD, J.G. (1984). **Mythes d'un futur proche**. Paris: Calmann-Levy. (1985). Crash. Paris: Presse-Pocket.
- BRAGA, João. **Reflexões sobre Moda, Vol. 1**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2008
- BEMBO, Pietro. **In: História da Beleza (p. 216)**. Rio de Janeiro: Record, 2010.
- BRETON, David Le. **Adeus ao Corpo: Antropologia e Sociedade**. Campinas: Papyrus Editora, 2003.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os Sentidos da Moda**. 1. ed. São Paulo: Annablume, 2005.
- CUCH, R. C. **A mulher D'Elle: O ideal de beleza contemporâneo estampado na capa da revista**. Leitura Flutuante, n. 5 v. 2, pp. 57-81, 2013.
- DECLERCQ, Marie. **'Não quero magoar ninguém': como é uma consulta de harmonização facial**. TAB UOL: 24/05/2021. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2021/05/24/a-busca-por-uma-face-harmonizada-e-instagramavel.htm>. Acesso em: 11 de maio de 2021.
- ECO, Umberto. **História da Beleza**. 6. ed. Rio de Janeiro/ São Paulo: Record, 2017.
- E-COMMERCE, Fórum Brasil. **Segundo editora de inovação da Vogue, “a moda será digital, sustentável e criativa”**. Redação E-commerce Brasil: 29 de julho de 2020. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/o-futuro-da-moda-e-digital-sustentavel-tecnologico-e-criativo/>. Acesso em: 11 de maio de 2021.
- EIRAS, Natália. **Os filtros do Instagram estão mudando a nossa aparência na vida real?** Revista Elle, Brasil: 25/05/2021. Disponível em: <https://elle.com.br/beleza/filtros-instagram-nos-deixam-iguais>. Acesso em: 11 de maio de 2021.
- FCEM. **Veja 6 inovações tecnológicas que mudarão a indústria da moda**. FCEM: 13 de fevereiro de 2020. Disponível em: <https://fcem.com.br/noticias/inovacoes-tecnologicas-que-mudarao-a-industria-da-moda/>. Acesso em: 20 de maio de 2021.
- FERREIRA, Yuri. **Padrões de beleza: as consequências graves da busca por um corpo idealizado**. Hypeness: 28/04/2021. Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2021/03/padroes-de-beleza-as-consequencias-graves-da-busca-por-um-corpo-idealizado/>. Acesso em: 11 de maio de 2021.
- FFW, Uol. **A virada digital da moda em 2020 e transformações na jornada pela sustentabilidade**. FFW, Uol: 22 de outubro de 2020. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/a-virada-digital-da-moda-em-2020-e-transformacoes-na-jornada-pela-sustentabilidade/>. Acesso em: 15 de maio de 2021.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Tradução de Raquel Ramallete. 27a. ed. Petrópolis: Vozes, 1987.

GALARD, Jean. **Beleza Exorbitante: Reflexões sobre o abuso estético**. Tradução de Iraci D. Poletti. São Paulo: Editora Fap-Unifesp, 2012.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4^a. ed. São Paulo: Atlas S/A.

GUZZONI, Ute. **Do we still want to be subjects?** In: CRITCHLEY, Simon; DEWS, Peter (Orgs.). *Deconstructive subjectivities*. Nova York: State University of New York Press, 1996, p. 201-16.

HALLETT, Emma. **Filtros no Instagram: a modelo por trás da campanha #filterdrop, pela exibição de 'peles reais'**. BBC News, Brasil: 13 de setembro de 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial54092950#:~:text=%22Para%20mim%2C%20n%C3%A3o%20%C3%A9%20um,sociais%20h%C3%A1%20quase%20um%20ano>. Acesso em: 05 de maio de 2021.

HODGES, A. **Alan Turing ou l'enigme de l'intelligence**. Paris: Payot, 1988.

KUNZRU, Hari Mohan Nath. **In: Antropologia do Ciborgue (p. 176)**. São Paulo: Autêntica Editora, 2013.

LEARY, T. (1996). **Chaos et cyberculture**. Paris: Éditions du Léopard.

LEVY, S. **Artificial life. The quest for a new creation**. Nova York: Pantheon, 1992.

LORENSONI, M.R; ROCHA, N; ZAMBOM, R. C. O. **O corpo na moda**. (Orgs.). Anais do V Seminário Nacional de Pesquisa em Arte e Cultura Visual Goiânia-GO: UFG, FAV, 2012. 2316-6479.

MACKENZIE, Mairi. **Ismos para Entender a Moda**. São Paulo, SP: Globo, 2010.

MARQUES, Xande. **Tecnologia Fashion ou Moda Tecnológica?** New Order: 23 de dezembro de 2016. Disponível em: <https://nwordr.cc/tecnologia-fashion-ou-moda-tecnologica-2cc7f03f6ed4>. Acesso em: 14 de maio de 2021.

MESQUITA, Cristiane. **Moda contemporânea: quatro ou cinco conexões possíveis**. 2. reimpr. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007.

MÔNICA, Hospital Santa. **Filtros do Instagram: como afetam a autoimagem do jovem?** Hospital Santa Mônica, São Paulo: 15 de março de 2021. Disponível em: <https://hospitalsantamonica.com.br/filtros-do-instagram/>. Acesso em: 07 de maio de 2021.

MORAVEC, H. (1992). **Une vie après l'avie**. Paris: Hachette.

MORSE, M. (1994). **"What do cyborgs eat?"**. In: BENDER, G. e DRUCKREY, T. *Culture on the brink: Ideologies of technology*. Bay Press: Seattle.

NASCIMENTO, C. M.; PRÓCHNO, C. C. S. C.; SILVA, L. C. A. **O corpo da mulher contemporânea em revista**. Fractal Revista de Psicologia, 24, 2012. 385-404.

POLLINI, Denise. **Breve História da Moda**. 5. ed. São Paulo: Claridade, 2009.

QUÉAU, P. **Le virtuel. Vertus et vestiges**. Seyssel: Champ Vallon, 1993.

SANT'ANNA, D. B. **Corpos de passagem: ensaios sobre a subjetividade contemporânea**. São Paulo: Estação Liberdade, 2001. 128 p.

SANT'ANNA, 1995. Citado em MESQUITA, Cristiane. **A Moda Contemporânea: quatro ou cinco conexões possíveis**. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi, 2004. Página 15.

SCOTT, Lesley. **Lingerie: Da Antiguidade à cultura pop**. Barueri, SP: Manole, 2013.

STONE, A. R. (1991) **“Will the real body please stand up? Boundary stories about virtual cultures”**. In: BENEDIKT, M. *Cyberspace: The first steps*. The MIT Press.

SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. 1.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

TADEU, Tomaz. **Antropologia do Ciborgue**. São Paulo: Autêntica Editora, 2013.

TRUJILLO FERRARI, Alonso. **Metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1982.

VILLAÇA, Nízia. ; GÓES, Fred. **Em nome do corpo**. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

VON NEUMANN, J. **L'ordinateur et le cerveau**. Paris: Flammarion, 1996.

WALSER, R. (1992). **“Autodesk cyberspace projet”**. Mondo: 2000.

WIENER, N. **God and Golem, inc**. Cambridge: The MIT Press.

ANEXOS



ATA DE REUNIÃO DE ORIENTAÇÃO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Alunos presentes: Rafaela d'Ávila Vilela Prado

Data: 17 / 02 / 2021

Nome: Rafaela d'Ávila Vilela Prado

Ass: 

Nome: _____

Ass: _____

Temas discutidos:

Conversa inicial sobre formulação de título, problemática e indicações de dois livros para início da escrita do trabalho. Adeus ao Corpo e Antropologia do Ciborgue.

Próxima Reunião: 11 / 03 / 2021 Visto do orientador: _____

ATA DE REUNIÃO DE ORIENTAÇÃO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Alunos presentes: Rafaela d'Ávila Vilela Prado

Data: 11 / 03 / 2021

Nome: Rafaela d'Ávila Vilela Prado


Ass: 

Nome: _____

Ass: _____

Temas discutidos:

Orientações de direcionamento sobre o trabalho e definições de tópicos necessários para o trabalho.

Próxima Reunião: 22 / 04 / 2021 Visto do orientador: 

ATA DE REUNIÃO DE ORIENTAÇÃO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Alunos presentes: Rafaela d'Ávila Vilela Prado Data: 22 / 04 / 2021
 Nome: Rafaela d'Ávila Vilela Prado Ass: 
 Nome: _____ Ass: _____

Temas discutidos:

Revisão sobre as partes já desenvolvidas do trabalho, retirada de dúvidas da aluna sobre alguns tópicos e orientação para continuação e finalização do trabalho.

Próxima Reunião: 13 / 05 / 2021 Visto do orientador: _____

ATA DE REUNIÃO DE ORIENTAÇÃO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Alunos presentes: Rafaela d'Ávila Vilela Prado Data: 13 / 05 / 2021
 Nome: Rafaela d'Ávila Vilela Prado Ass: 
 Nome: _____ Ass: _____

Temas discutidos:

Correção do trabalho, orientação sobre tópicos faltantes para finalização completa do trabalho e entrega para orientadora revisar.

Próxima Reunião: / / Visto do orientador: 