

Moda e Agência Material

Fashion and Material Agency

Julia Valle-Noronha¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9284-2069>

[**resumo**] Este trabalho conceitual se propõe a articular a questão da agência material na moda e como a experiência material travada com as coisas que vestimos pode servir de suporte para se repensar as práticas de moda. O texto se baseia em teorias de agência material, pós-humanismo e afetos e devires, e considera que não apenas as pessoas, mas também as coisas que usamos, desempenham um papel ativo no sistema da moda. Para discutir o assunto, exemplos na área da moda são utilizados. O texto conclui com reflexões sobre o que um desvio para o afeto e a agência material pode significar para a moda.

[**palavras-chave**] **agência material. práticas da moda. experiência material. moda e responsabilidade.**

[**abstract**] This article proposes to rethink fashion from a material agency perspective. It seeks to reimagine fashion practices based on the experiences we have with the things we wear. The text is based on theories of material agency, posthumanism and affects and becomings, and considers that not only people, but also the things we wear, play an active role in the fashion system. To discuss the subject fashion examples are used. The text concludes with reflections on what a turn to affect and material agency may mean to fashion design and experience.

[**keywords**] **material agency. fashion practices. material experience. fashion and responsibility.**

Recebido em: 02-04-2024

Aprovado em: 14-05-2024

¹ Doutora em Artes (Design) pela Aalto University. Professora Assistente da Aalto University, Department of Design. Email: julia.valle@aalto.fi. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6482713572189906>

Introdução

Boa parte dos mais de 8 bilhões de indivíduos que habitam a Terra hoje passam a maioria do seu tempo vestidos, seja com penas, algodão, tinturas, lã ou tantos outros materiais. Esse fato denota a importância das experiências que compõem a moda – como a experiência do vestir, de confeccionar ou de manutenção de roupas. Pesquisadores em Cultura Material e Antropologia apontam para um distanciamento entre as pessoas e os objetos de design, e.g. roupas, e uma atenção quase exclusiva à dimensão estética visual da moda (Anusas; Ingold, 2023; Chapman, 2015). Tal distanciamento, eles argumentam, promove uma série de questões problemáticas, como o descarte prematuro, o uso irresponsável de recursos naturais e a exclusão de partes da sociedade. Esforços recentes propõem um novo olhar para as agências da moda, mudando o foco da atenção da estética visual para uma estética da experiência, considerando que não apenas os humanos, mas também as roupas desempenham papel ativo nas construções que compõem a moda. Este trabalho argumenta que tal mudança de foco pode ser capaz de alterar o atual distanciamento entre as pessoas e as roupas que usam, promovendo um futuro mais responsável para a moda. Para se iniciar esta discussão, este trabalho propõe conceituar a ideia de agência material na moda a partir da exploração dos conceitos de *afeto* e *devoir*, baseado na filosofia de Deleuze e Guattari e em seus desdobramentos contemporâneos. A partir dessa exploração, é proposto repensar as práticas de moda, incluindo formas de interação entre pessoas e roupas que vão além da atual ênfase estética², com o intuito de promover a longevidade da vida útil das roupas, o uso responsável de recursos como materiais têxteis e a valorização de pluralidade social e estética.

Este texto começa introduzindo o conceito de *afeto* (Deleuze; Guattari, 1987) por meio do trabalho de designers de moda contemporâneos³. Em seguida, é discutido o surgimento das teorias de agência material e como elas têm sido empregadas no campo do design e da moda. O resultado desses afetos nas relações usuário-vestimenta, conforme visto à luz da teoria da agência material, é compreendido pelo conceito de *devoir*, explorado na sequência. Finalmente, o trabalho conclui com uma discussão sobre como essas teorias podem oferecer direções para novas formas de relacionamento entre as pessoas e as coisas que elas vestem para um futuro mais responsável.

² Este texto é amplamente baseado no Capítulo 3 de minha tese de doutorado, intitulada *Becoming with Clothes* (Valle-Noronha, 2019). Esta versão, traduzida para o português, está focada exclusivamente em uma proposta conceitual de agência material da moda. O texto original sofreu diversas alterações, como a exclusão de discussões fenomenológicas, ficando mais compacto, e a adição de uma reflexão sobre o papel do pós-humanismo no avanço de questões ambientais.

³ Afeto, para Deleuze e Guattari, se difere do conceito de ‘afeição’ e denota uma habilidade de mudar e promover mudanças, de afetar e ser afetado. O termo será mais explorado no decorrer do texto.

O viés da experiência na moda

[Sobre as calças pretas assimétricas] Quando a experimentei pela primeira vez me senti ao mesmo tempo abraçada e desequilibrada, segura e ousada. Quase 20 cm de cós definem minha cintura enquanto cerca de três metros de lã caem em direções diferentes, às vezes parecendo uma saia. “Isso não é um par de calças, é uma declaração”, ouvi uma vez. Mas que tipo de declaração ela está fazendo eu não saberia dizer. Acho que é mais um ato que fazemos, juntas. Ou assim espero. Ao subir escadas, seguro um pouco da lã nas mãos, fazendo com que as calças flutuem bem acima do chão. Ao caminhar, um som crocante nos acompanha, reverberando nas dobras profundas. Geralmente, à medida que a uso, perco a noção dos limites do meu pequeno corpo. Eu fico um pouco mais parecida com as calças, um pouco menos parecida comigo. (Diário da autora, 12 de fevereiro de 2016)

A ontologia da moda tem sido amplamente discutida, embora talvez não necessariamente debatida (Almila; Inglis, 2017). Entre as diversas definições do termo, existe um consenso generalizado sobre uma parte: a moda não é exclusivamente uma questão de coisas – como roupas– nem é apenas uma questão de valores, imagens e ideias abstratas (Entwistle, 2000; Kawamura, 2009). A moda é composta por entidades materiais e imateriais, em permanente estado de fluxo, afetando-se constantemente. Embora os estudos da moda normalmente mantenham o foco na dimensão imaterial da moda, compreender as dimensões materiais e imateriais da moda é essencial para compreender os seus fenômenos de forma holística.

Uma ampla revisão de literatura acadêmica publicada (artigos e teses de doutoramento) entre 2005 e 2018 mostra que o lado imaterial da moda tem sido priorizado (Valle-Noronha, 2019). Essa posição está alinhada com uma abordagem consolidada na década de 1960 com o trabalho de Roland Barthes (1990), ainda frequente hoje (cf. Thornquist, 2014). Essa abordagem semiótica oferece à moda ferramentas úteis para compreendê-la como um fenômeno sociocultural. Quando se trata da dimensão material da moda, grande parte da investigação tem sido conduzida a partir de um posicionamento objetivista (cf. Smelik, 2018; Ruggerone, 2017). Esses estudos concentram-se na ontologia do vestuário ou aplicam uma perspectiva semiótica ou de estudos culturais para compreender uma peça de vestuário, como em estudos históricos ou museológicos. Eles entendem as roupas não como coisas que nos afetam mutuamente, mas nas quais projetamos a nossa cultura.

Confrontando esse interesse restrito pelas características ontológicas das roupas (ou seja, o que são as roupas), este artigo propõe que olhemos para o seu lado ativo, em outras palavras, como elas se ‘comportam’ e afetam outros corpos (ou seja, o que as roupas fazem). Ao transpor o foco de interesse, a atenção passa de questões sobre *o que o corpo é* para *o que o corpo pode fazer*, alinhado com a proposta de Deleuze e Guattari (1987). A teórica cultural Lisa Blackman defende que tal “desvio para o afeto” pode ser particularmente útil na compreensão de que tais relações “[...] não estão confinadas ao significado, à cognição ou à significação” na

moda (Blackman, 2012, p. x-xi, tradução minha⁴). A citação do diário de uso que abre esta seção ilustra isso, pois identifica como o usuário e o vestido efetivamente moldam – ou afetam – um ao outro, de maneira física ou abstrata. Como pouco tem sido dedicado à forma como a experiência de usar roupas se desenrola, os esforços recentes que olham para a dimensão material da moda a partir da perspectiva da experiência exigem mais contribuições dentro do campo. Olhar para as roupas como detentoras de agência e, portanto, com uma capacidade de afetar, nos ajuda a compreender como as roupas podem oferecer relações mais ativas. Aqui, enquanto os conceitos de *afeto* e *agência material* explicam como as roupas e as pessoas interagem, a noção de *devir* descreve os resultados dessas interações⁵.

Um estudo de moda baseado na experiência amplia a compreensão do que uma determinada peça carrega e pode oferecer. Tomando como exemplo um cardigã de lã azul, poderia produzir informações como a forma como a luz é refletida nas dobras quando a peça é usada, como o material é ao toque – quente, frio, liso ou áspero –, como a costura dos ombros pesa no corpo, se ele faz o usuário ligar o ar-condicionado ou como ele pode mudar a maneira como a pessoa se senta etc. O trabalho de Marion Young (2005) é um esforço inicial em tomar tal abordagem para a pesquisa em vestuário. Numa série de artigos, ela expõe como as ações e relações das mulheres com o seu ambiente são afetadas pelas suas experiências situadas e corporais. Em *Throwing Like a Girl*, Young (1980) explora como o contexto ‘feminino’ (incluindo as roupas) dificulta os movimentos das mulheres, restringindo seus espaços. “Arremessar como uma menina”, então, não é biologicamente diferente de “arremessar como um menino”, mas sim uma ação situada de forma diferente que afeta sua experiência corporal de arremessar.

Um exemplo mais recente compartilha partes desta questão. O trabalho de Smelik *et al.* (2016) analisa *wearables* e células solares incorporadas em uma jaqueta. Aqui, a noção de experiência é central para investigar como os indivíduos e as peças se relacionam. Os autores baseiam-se em vertentes do novo materialismo⁶ (Barrett; Bolt, 2013; Coole; Frost, 2010; Bennett; Joyce, 2010), permitindo-lhes revelar como a tecnologia pode afetar tais relações. Eles concluem que a moda solar pode impactar a consciência dos usuários sobre a luz solar, bem como convidar à interação social, apontando como essas roupas afetam os usuários.

Apesar de provirem de disciplinas distintas, os dois trabalhos citados acima compartilham descobertas sobre como o contexto e o uso afetam nosso estar no mundo, conceito que se torna relevante quando se trata de relacionamentos e experiências.

Sobre afetos e devires na moda

O que seria uma moda que prioriza a interação, os afetos e os devires em vez de suas superfícies e imagens? Negrin (2016, 125) sugere que alguns designers de moda enfatizam

⁴ No original em inglês “not confined to meaning, cognition or signification” (Blackman, 2012, p. x-xi)

⁵ Na obra de Deleuze e Guattari, os devires não são necessariamente vistos como afetos efetuados. Embora o termo ofereça essa flexibilidade, os devires também podem ser entendidos como os próprios afetos.

⁶ O novo materialismo é uma das muitas correntes teóricas que se recusam a considerar a matéria como inerte e propõem que a posição dos humanos entre outras questões seja reconsiderada. Algumas das pensadoras na vanguarda do novo materialismo são Karen Barad (2007), Jane Bennett (2010) e Rossi Braidotti (2013).

essa perspectiva em seus trabalhos, como Issey Miyake e Rei Kawakubo. Em seus trabalhos, as peças de vestuário são constantemente remodeladas e reconfiguradas pelo corpo de quem as veste, uma espécie de *affordance* (veja mais sobre o termo na seção Agência Material em Design e Estudos de Moda a seguir) permitida pelas qualidades materiais das peças.

[As peças de Miyake e Kawakubo] permitem uma relação muito mais fluida e orgânica entre o tecido e o corpo, na qual a roupa muda constantemente de forma em resposta ao movimento do corpo. Em vez de o corpo ser contraído pela vestimenta ajustada [...] as vestimentas de Miyake e Kawakubo permitem uma maior amplitude de movimento. (Negrin, 2016, p. 126, tradução minha⁷)

No entanto, para mim, o grande potencial dessas peças não reside na ‘maior amplitude de movimentos’ permitida ao utilizador, mas sim naquilo que o encontro entre o usuário e a vestimenta convida e oferece – seja um movimento, um pensamento, uma ação. A Figura 1 abaixo apresenta uma das obras discutidas por Negrin, a coleção *Dress meets body, body meets dress*, de Rei Kawakubo. Nela, embora alguns movimentos sejam certamente restrinidos pelos volumes e saliências, é precisamente a experiência entre corpo, espaço e vestimenta que permite a criação de algo novo.

FIGURA 1 — *SCENARIO*. PEÇAS DE REI KAWAKUBO PARA MERCE CUNNINGHAM



FONTE: Merce Cunningham, *Scenario*, 1997. Foto: Jacques Moatti. Imagem obtida em Walker Art. Disponível em: <https://walkerart.org/collections/artworks/costumes-for-scenario>. Acesso em: 29 mar. 2024.

O teórico de gênero Stephen Seely (2013) descreve estes trabalhos como uma ‘moda afetiva’, uma abordagem ao vestuário e ao design de moda que procura expandir-se para além do visual. “Além disso, uma abordagem afetiva da moda envolve uma atenção às suas

⁷ No original, em inglês: “[They] allow for a much more fluid and organic relationship between the fabric and the body in which the garment is constantly changing its form in response to the movement of the body. Rather than the body being constricted by the fitted garment [...] the garments of Miyake and Kawakubo allow for a greater range of movement” (Negrin, 2016, p. 126).

implicações políticas, em vez de reduzi-la ao totalmente estético [...] dando-lhe acesso a um campo virtual de potencialidade” (Seely, 2013, p. 248, tradução minha⁸). Na introdução da tradução inglesa de *A Thousand Plateaus* (Deleuze e Guattari, 1987), Brian Massumi (1987) define os termos afeto e afeição com clareza. Ele ressalta que “nenhuma das palavras denota um sentimento pessoal (*sentiment* em Deleuze e Guattari). *L’afeto* (*afeto* de Spinoza) é uma capacidade de afetar e ser afetado” (Massumi, 1987, p. xvi, tradução minha⁹). Essa capacidade, explica ele, também pode ser percebida como os processos de aumento ou diminuição da capacidade de ação do corpo. Resumindo, sugere o filósofo Ian Buchanan, o afeto é uma “capacidade que um corpo tem de formar relações específicas” (Buchanan, 1997, p. 80, tradução minha¹⁰), nas quais os corpos e os afetos podem ser humanos ou não-humanos.

A teórica queer Sarah Ahmed (2006) discute os afetos como “impressões”. A autora entende essas “impressões” como reorientadoras tanto de humanos como de não-humanos. Dessa forma, os humanos impressionam as coisas e as coisas nos humanos, afetando a maneira como estão dispostos no lugar e no tempo. No entanto, o que mais me interessa na compreensão de Ahmed sobre os afetos (ou, nas suas palavras, impressões) é como ela engloba emoções e sentimentos no conceito, reconhecendo que as emoções são relacionais (Ahmed, 2004). Receber as impressões do que se veste vai além das marcas de elástico na cintura ao usar uma saia justa ou ser rotulado como adolescente desajustado pela escolha de roupas aparentemente pouco convencionais. Esses afetos devem ser entendidos também como sentimentos (emocionais ou não) capazes de provocar profundas implicações sensoriais, políticas e emocionais. As interações entre pessoas e roupas podem resultar, por exemplo, na compreensão tátil de superfícies, na produção de significados ou na ignição de reações químicas e físicas por meio de hormônios.

O que acontecerá no encontro entre os corpos é desconhecido; essas “capacidades” não podem ser percebidas ou compreendidas antes que a experiência ocorra. Muitas vezes você pode saber as razões pelas quais você escolhe um determinado vestido do seu guarda-roupa, mas o que esse vestido vai proporcionar, que tipo de abertura ele vai convidar, não pode ser previsto. Ao discutir tais “potencialidades”, os diversos corpos envolvidos desempenham um papel relevante: são o *locus* do afeto. Isso significa que apesar de tais ‘potencialidades’ dependerem de relações para serem ativadas, não há afeto sem corpo, sem matéria (Buchanan, 1997, p. 80). Por isso, para falar de como as roupas podem afetar nossos corpos (e vice-versa) é fundamental que sejam considerados seus agenciamentos materiais, suas ‘capacidades de agir’, de se relacionar e de se resignificar, de se remodelar e reformado com o uso. Deleuze e Guattari sugerem que “[...] nada sabemos sobre um corpo até sabermos o que ele pode fazer, ou seja, quais são seus afetos, como podem ou não entrar em composição com outros afetos, com os afetos de outro corpo” (Deleuze e Guattari, 1987, p. 257). Nesse

⁸ No original, em inglês: “An affective approach to fashion, moreover, involves an attention to its political implications, rather than reducing it to the wholly aesthetic [...] giving it access to a virtual field of potentiality” (Seely, 2013, p. 248).

⁹ No original, em inglês: “[n]either word denotes a personal feeling (*sentiment* in Deleuze and Guattari). *L’afect* (Spinoza’s *affectus*) is an ability to affect and be affected” (Massumi, 1987, p. xvi).

¹⁰ No original, em inglês: “capacity that a body has to form specific relations” (Buchanan, 1997, p. 80).

movimento de troca de afetos, ações e paixões, os autores veem a emergência de um outro corpo – mais potente –: um corpo que *se torna com* outros corpos por meio da interação.

Ao falar sobre “o que um corpo pode fazer”, Deleuze e Guattari (1987) baseiam-se diretamente no trabalho de Spinoza (1994), no qual a distinção importante a fazer não é entre humano e não-humano, vivo ou inerte (Bennett 2010). Em vez disso, o interesse recai sobre os encontros e afetos que um corpo pode oferecer. Indicam que os afetos são devires – a troca dinâmica de diferentes graus de potências, daquilo de que os corpos são capazes. Para compreender o que um corpo faz, sugerem eles, as características de um corpo não devem estar no centro do interesse, mas sim os seus efeitos, o que é que esse corpo específico pode fazer quando em interação com outros corpos. Fazendo a ponte entre esta ideia e a moda, podem contrapor-se duas formas diferentes de investigar as “questões materiais da moda” – uma ancorada em uma tradição museológica mais clássica e outra numa tradição materialista contemporânea. Enquanto o primeiro olha para as características estáticas da matéria (por exemplo, comprimento das mangas, composição de uma renda), o segundo está interessado nos seus devires (por exemplo, como o corpo promove e recebe mudanças numa relação).

Embora tenham surgido séculos depois dos escritos de Spinoza¹¹ ou dos conceitos asiáticos de vazio ativo (por exemplo, a noção de ‘*ma*’), as correntes recentes da física, mais especificamente as teorias do caos e da complexidade, enfatizaram os fluxos (inesperados) de mudanças intrínsecas a toda e qualquer matéria (Coole; Frost, 2010; Barad, 2007). A teórica feminista Karen Barad (2007) baseia-se na física quântica para provar que todas as coisas emergem da interação (ou, nas palavras de Barad, *intra-ações*¹²) entre as diferentes partículas existentes. Ao discutir o trabalho de Barad, Tim Ingold esclarece como a matéria pode ser entendida como estando em um estado de fluxo constante:

Os materiais não existem, à semelhança dos objetos, como entidades estáticas com atributos diagnósticos; não são – nas palavras de Karen Barad – “pequenos pedaços de natureza”, aguardando a marca de uma força externa como a cultura ou a história para a sua formação. Pelo contrário, como substâncias em formação, elas continuam ou perduram [...]. Quaisquer que sejam as formas objetivas em que são atualmente moldados, os materiais estão sempre e já a caminho de se tornarem outra coisa. (Ingold, 2013, p. 31, tradução minha)¹³

¹¹ As obras de Spinoza datam de 1670-1677 e deram origem a muitas discussões sobre a agência da matéria ao longo dos séculos, ganhando particular força nas últimas três décadas, especialmente através das articulações de Deleuze e Guattari (1998).

¹² Karen Barad (2007) diferencia os termos interação e *intra-ação*. Para a autora, a *intra-ação* denota que as trocas entre diferentes corpos não podem ser dissociadas dos próprios corpos. A palavra *interação*, por sua vez, pode situar estas trocas num espaço “entre” – e desta forma dá a ideia de interação como algo externo aos corpos. Aqui não estou fazendo esta distinção precisa e uso o termo “interação” para descrever esta troca de uma forma mais flexível.

¹³ No original, em inglês: “Materials do not exist, in the manner of objects, as static entities with diagnostic attributes; they are not – in the words of Karen Barad – ‘little bits of nature’, awaiting the mark of an external force like culture or history for their completion. Rather, as substances-in-becoming they carry on or endure [...]. Whatever the objective forms in which they are currently cast, materials are always and already on their ways to becoming something else” (Ingold, 2013, p. 31).

Tal como Ingold nos lembra, não é necessário ir tão longe quanto ao nível dos quarks e glúons para observar as roupas. É bom ter em mente a ideia geral de que toda a matéria está em constante mudança e, à luz de tais descobertas científicas, o *devir* torna-se mais relevante do que *o ser* e os processos mais relevantes do que os estados (Gleik citado por Coole; Frost, 2010, p. 13). Este trabalho está interessado, portanto, nesses devires entre quem usa e o que é usado na medida que agem um sobre o outro, em compromissos que às vezes resistem ou são mais abertos a esses afetos.

Com a discussão apresentada acima, fica explícito que nós, como humanos, estamos em estados de constante reconfiguração à medida que nos relacionamos com as coisas que vestimos. De muitas maneiras, nos tornamos aquilo com que interagimos em diferentes níveis. A noção de *devir* utilizada neste trabalho faz parte dos conceitos propostos por Deleuze e Guattari (1987) e refere-se aos resultados de uma capacidade de afetar e ser afetado. Os devires estão essencialmente relacionados com “multiplicidades”, e não apenas com entidades isoladas; assim, o termo é um verbo ativo na forma infinitiva e não um estado fixo, podendo ser entendido como resultado de um engajamento afetivo ativo. A moda, com transformações ideais de estações e constantes mudanças, já instiga a articulação com devires. Contudo, o que a moda realmente proporciona, ao se estruturar de forma hierárquica e ditatorial (*cf.* von Busch, 2008), está estranhamente fechado à promoção de afetos. Superar a ênfase constante na moda como um sistema visual e de produção de significado pode abrir caminho para visualizá-la como um campo de interações mais responsáveis e engajadas. Poderemos nós acompanharmos a moda baseados em sua agência material e capacidade de afetar mudanças no mundo e em nós?

Agência Material em Design e Estudos de Moda

No campo da Teoria do Design, a discussão sobre a agência material parte da noção de *affordances*. Proposto pelo psicólogo James J. Gibson (2014), o conceito de *affordances* refere-se a uma possibilidade de objetos ‘convidarem’ interações humanas e não humanas. Gibson observou que os objetos projetados muitas vezes evocam sua função através da forma, do toque ou de outras propriedades percebidas (ou mesmo despercebidas). O conceito foi trazido para a comunidade de design com as articulações (ou, às vezes, declarações imperativas) de Donald Norman sobre o termo (1988). Embora, inicialmente, não fosse a intenção de Gibson, o termo foi incorporado pela comunidade do design para se referir mais estritamente à interação com objetos de design, reduzindo seu potencial de ruptura com um ponto de vista antropocêntrico. Embora a noção de *affordance*, articulada por Norman (1988), denote essencialmente um processo mental, o afeto e a agência herdaram uma visão não dualista das experiências como incorporadas e, portanto, ocorrendo tanto no corpo quanto na mente, e situadas no espaço e no tempo. No entanto, a ideia de que a matéria não viva pode agir no mundo precede a noção de *affordances* em alguns séculos e tem sido cada vez mais revisitada (*cf.* Malafouris, 2013; Bennett, 2010).

No século XXI, outros autores começaram a explorar ainda mais a forma como os artefatos possuem agência. Por exemplo, no trabalho do antropólogo Daniel Miller (2005) e do filósofo Peter Paul Verbeek (2005), os artefatos são entendidos como o resultado de um

processo artístico ou de design, e não geralmente como matéria. Apesar de pertencerem a campos de conhecimento diferentes, os dois autores são vozes proeminentes na ligação das discussões sobre agência material com o campo do design ao falarem sobre artefatos (materiais ou imateriais). Eles consideram que, embora a projeção e a produção de artefatos dependam tanto das escolhas humanas, a sua materialidade ainda deve ser levada a sério. Nos últimos anos, temos visto estudiosos da moda envolvidos na discussão, apoiados pelos primeiros esforços de Entwistle (2000) em explicar o uso de roupas como uma prática incorporada. Smelik (2018), Bruggeman (2014) e Tiainen *et al.* (2015) contribuem para o desenvolvimento do campo sob uma nova perspectiva materialista. Na sua investigação, analisam designers de moda que fazem uso de novas tecnologias, como impressão 3D e wearables, entre os quais o trabalho de Iris van Herpen (Figura 2) é o mais proeminente. Neste trabalho, procuro apoiar o ponto de vista de que não só as roupas construídas com e por meio das novas tecnologias, mas as roupas em geral têm a capacidade de afetar e podem beneficiar ao serem abordadas a partir de tal enquadramento.

FIGURA 2 E 3 — DUAS PEÇAS AERIFORM DE IRIS VAN HERPEN



FONTE: IRIS VAN HERPEN para ANOTHER MAG. Modelo: Park SooJoo. Foto: Warren du Preez e Nick Thornton, conforme publicada em Another Mag.

Imagem obtida em <http://www.irisvanherpen.com>. Acesso em: 21 de Janeiro, 2018.

A pesquisadora de moda Anneke Smelik (2018) olha para o novo materialismo como uma estrutura para estudar a moda, proporcionando ao campo uma nova perspectiva. Acadêmicos em design e cultura material (por exemplo, Verbeek, 2005; Miller, 2009; Appadurai, 1986) servem como suporte para o desenvolvimento de sua pesquisa. Ela confirma que este enquadramento pode ajudar a moda a ultrapassar a sua rotulagem como um campo de mera representação que privilegia o imaterial (Smelik, 2018, p. 36). Ao reconhecer a importância da matéria, os investigadores da moda conseguem romper com a tradição semiótica estabelecida por Barthes (1990) que não leva em consideração a agência material das roupas (Thornquist, 2014).

Conclusão

Estas novas perspectivas chamam a atenção para as questões da moda, não como tradicionalmente abordadas por muitos museólogos e historiadores – com sistemas de medição fixos como ferramentas para ler uma peça de vestuário (Steele, 1998; Finn, 2014) mas *com e através* dos nossos corpos e daqueles que vestimos. E se, em vez de ler as roupas, as ouvíssemos? Se, em vez de régua, balanças e lupas, tomássemos as nossas experiências de design e uso de roupas como ferramentas para dar sentido à moda?

Muitas das discussões contemporâneas em torno da agência material na moda se concentram em questões tecnológicas. Essas teorias nos ajudam a compreender como essas relações são formadas e evoluem. No entanto, não apenas a incorporação de eletrônicos nas roupas pode se beneficiar dessa abordagem filosófica. Acredito que o potencial material da moda pode afetar além das relações íntimas travadas entre pessoas e roupas, e expandir de uma forma mais geral sobre como nos relacionamos com o mundo.

Uma mudança de foco pode impactar amplamente a forma com que nos relacionamos com a moda. Por exemplo, poderíamos superar a ênfase visual e passar a considerar outras questões presentes nas roupas, como por exemplo a origem dos materiais, as formas de construção e modelagem, o modelo de negócios que apoiamos a optar por uma nova compra.

As qualidades materiais das peças podem nos apresentar novas formas de lidarmos com o meio ambiente, prestando mais atenção para suas origens e mudanças. Por exemplo, roupas com tingimentos naturais amplificam essa agência material tanto ao estarem dependentes do contexto climático no qual materiais tintórios se encontram quanto ao sofrerem alterações físicas (e.g. intensidade de cor) ao entrarem em contato com sol e água. Ainda, podemos estar mais abertos a peças de roupa que manifestam abertamente uma relação com o tempo, mudando nossas percepções estéticas e ampliando sua vida útil. Por exemplo, percebendo a beleza de uma peça que sofreu consertos e remendos visíveis ao longo dos anos e adicionando camadas de novos remendos somando a complexidade sensorial das peças. Reconhecer a agência material das roupas também pode promover diversidade, validando expressões e existências plurais. Por exemplo, poderíamos incluir outros corpos na moda ao criar peças que se conformam a diversas formas físicas. Reconsiderar a dimensão material também nos permite evidenciar outras dimensões sensoriais para além da visão, incluindo no sistema da moda, por exemplo, pessoas com diversas deficiências visuais ao alterar as formas que descrevemos roupas em lojas virtuais. Pode parecer pequeno, frente a gigante dimensão dos problemas da moda. No entanto, uma mudança de paradigma, uma mudança em como nos relacionamos com as peças que vestimos (ou que desejamos vestir), é um avanço enorme em direção a uma moda mais respeitosa e respeitável. Uma mudança de percepção pode abrir caminhos para novas formas de negócios da moda, mais atentos a estas questões materiais e afetivas, promovendo longevidade, responsabilidade e diversidade. O que aconteceria se passássemos a perceber as coisas que vestimos não como matéria passiva, mas como forças agentes prontas para agir?

Referências

AHMED, Sara. **The Cultural Politics of Emotion**. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2004.

ALMILA, Anna-Mari; INGLIS, David. What is 'Fashion' Really? The Promise of an Ecumenical Analytic for Fashion Studies and Beyond in a Globalized World. In: DELIC, Zlatan (Ed.). **Epistemology and Transformation of Knowledge in Global Age**. London: InTechOpen, 2017.

APPADURAI, Arjun. **The Social Life of Things. Commodities in cultural perspective**. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

BARAD, Karen. **Meeting the Universe Halfway: Quantum Physics and the Entanglement of Matter and Meaning**. Durham and London: Duke University Press, 2007.

BARRETT, Estelle; BOLT, Barbara. **Carnal Knowledge. Towards a "New Materialism" through the Arts**. London: I.B. Tauris, 2013.

BARTHES, Roland. **The Fashion System**. [s.l.]: University of California Press, 1990.

BENNETT, Jane. **Vibrant Matter A Political Ecology of Things**. London: Duke University Press, 2010.

BENNETT, Tony; JOYCE, Patrick (org.). **Material Powers: Cultural Studies, History and the Material Turn**. London and New York: Routledge, 2010.

BLACKMAN, Lisa. **Immaterial Bodies. Affect, Embodiment, Mediation**. New Delhi: Sage, 2012.

BRUGGEMAN, Daniëlle. **More Than Meets the Eye. Dutch Fashion, Identity and New Materialism**. 2014. PhD Thesis, Nijmegen: Radboud University Nijmegen, 2014.

BUCHANAN, Ian. The problem of the body in Deleuze and Guattari, or, what can a body do? **Body and Society**, v. 3, n. 3, p. 73-91, 1997.

COOLE, Diana; FROST, Samantha. **New Materialisms. Ontology, Agency and Politics**. Durham and London: Duke University Press, 2010.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. **A Thousand Plateaus. Capitalism and Schizophrenia**. [s.l.]: University of Minnesota Press, 1987.

- ENTWISTLE, Joanne. **The Fashioned Body. Fashion, Dress and Modern Social Theory.** Cambridge: Polity Press, 2000.
- ESPINOZA, Benedict De. **Ethics.** London: Penguin Classics, 1994.
- FINN, Angela. Object analysis: The dressmaker's mark. **Clothing Cultures**, v. 1, n. 3, p. 321-324, 2014.
- GIBSON, James J. **The Ecological Approach to Visual Perception.** London: Routledge, 2014.
- INGOLD, Tim. **Making.** London and New York: Routledge, 2013.
- KAWAMURA, Y. **Fashion-ology: An introduction to fashion studies.** New York: Berg, 2005.
- MALAFORIS, Lambros. **How Things Shape the Mind: A theory of material engagement.** Cambridge and London: MIT Press, 2013.
- MILLER, Daniel. **Stuff.** Cambridge: Polity Press, 2009.
- NEGRIN, Llewellyn. Maurice Mearleau-Ponty: The Corporeal Experience of Fashion. In: SMELIK, Agnès Rocamora and Anneke (org.). **Thinking Through Fashion.** London and New York: I.B. Tauris, p. 115-131, 2016.
- NORMAN, Donald. **The Psychology of Everyday Things.** New York: Basic Books, 1988.
- RUGGERONE, Lucia. The Feeling of Being Dressed: Affect Studies and the Clothed Body. **Fashion Theory**, v. 7419, , p. 1-22, September 2017.
- SEELY, Stephen D. How Do You Dress a Body Without Organs? Affective Fashion and Nonhuman Becoming. **Women's Studies Quarterly**, v. 41, n. 1 & 2, p. 247-266, 2013.
- SMELIK, Anneke. New materialism : A theoretical framework for fashion in the age of technological innovation. **International Journal of Fashion Studies**, v. 5, n. 1, p. 33-54, 2018.
- SMELIK, Anneke; TOUSSAINT, Lianne; DONGEN, Pauline V. An. Solar Fashion : An embodied Approach to Wearable Technology. **International Journal of Fashion Studies**, v. 3, n. 2, p. 287-303, 2016.
- STEELE, Valerie. A Museum of Fashion Is More Than a Clothes-Bag. **Fashion Theory**, v. 2, n. 4, p. 327-335, 1998.

THORNQUIST, Clemens. Basic Research in Art: Foundational Problems in Fashion Design Explored through the Art Itself. **Fashion Practice: The Journal of Design, Creative Process & the Fashion**, v.6, n. 1, p. 37-58, 2014.

TIAINEN, Mila; KONTTURI, Katve-Kaisa; HONGISTO, Ilona. Framing, Following, Middling: Towards Methodologies of Relational Materialities. **Cultural Studies Review**, v. 21, n. 2, 2015.

VERBEEK, Peter-Paul. **What Things Do. Philosophical reflections on technology, agency, and design**. University Park: The Pennsylvania State University Press, 2005.

YOUNG, Iris Marion. **On Female Body Experience. "Throwing Like a Girl" and Other Essays**. New York: Oxford University Press, 2005.

Revisora do texto: Ana Carolina Carvalho. E-mail: carvalho.carol@uol.com.br