

AUTOCONFIANÇA E INCLUSÃO NA PERSPECTIVA DO APRIMORAMENTO TECNOLÓGICO: MODA, DESIGN E A CONSTRUÇÃO DO CORPO HÍBRIDO

SELF-CONFIDENCE AND INCLUSION FROM THE PERSPECTIVE OF TECHNOLOGICAL ENHANCEMENT: FASHION, DESIGN, AND THE CONSTRUCTION OF THE HYBRID BODY

Bethania Fernandes da Fonseca[1],

Thaís Sauer Recco Martins Costa[2]

RESUMO

Esta investigação explora a crescente interconexão entre o organismo humano e a tecnologia, examinando como o Design e a Moda operam na estética, na autoestima e na inclusão social de identidades corporais hibridizadas. Postula-se que artefatos protéticos e a tecnologia vestível (wearable) configuram instrumentos essenciais para a manifestação individual e a valorização estética. O estudo analisa três casos notórios que evidenciam a intersecção entre aparência e moda: a ressignificação identitária promovida por Aimee Mullins (utilizando o corpo como plataforma de moda e autoconfiança); a filosofia do Design da Singularidade de Sophie de Oliveira Barata (foco na inclusão pela exaltação da diferença); e a concepção de superação (design de transcendência) proposta por Hugh Herr. O trabalho debate a transição do indivíduo para a condição de agente de autodesign, salientando que o tripé moda, design e arte desempenha uma função crucial na criação, validação visual e aceitação social da nova corporalidade, estimulando uma cultura inclusiva.

Palavras-chave: Design de Vestuário, Autoestima, Inclusão, Expressão da Identidade.

ABSTRACT

This research investigates the intensifying convergence between the human body and

[1]Mestre em Têxtil e Moda; Faculdade SENAI de Tecnologia. Email: bethaniafernandes15@gmail.com

[2] Doutoranda em Design de Moda pela Anhembi Morumbi; Faculdade SENAI de Tecnologia. Email:thaisrhc@gmail.com

technology, analyzing the function of Design and Fashion in the aesthetics, self-esteem, and social inclusion within hybrid bodily identities. It is posited that prosthetic artifacts and wearable technology are fundamental tools for self-expression and aesthetic enhancement. The study analyzes three significant cases that exemplify the intersection of appearance and fashion: the identity redefinition advocated by Aimee Mullins (who uses her body as a platform for fashion and self-confidence); the philosophy of Singularity Design by Sophie de Oliveira Barata (focusing on inclusion through the celebration of difference); and the concept of transcendence design proposed by Hugh Herr. This work discusses the human shift toward becoming an agent of self-design, emphasizing that fashion, design, and art are vital to the creation, visual validation, and social acceptance of this novel physicality, thereby fostering a culture of inclusion.

Keywords: Fashion Design, Self-Esteem, Inclusion, Identity Expression.

1 INTRODUÇÃO

A contemporaneidade se caracteriza por uma fusão sem precedentes entre ciência, tecnologia e humanidades, processo que está alterando a concepção essencial do que significa ser humano. O desenvolvimento acelerado em áreas como próteses biônicas, impressão 3D biológica e dispositivos vestíveis sugere uma etapa evolutiva em que o organismo biológico não é mais percebido como uma estrutura imutável. Em vez disso, transforma-se em um projeto maleável e dinâmico, aberto a intervenções e escolhas de ordem tecnológica.

Neste panorama de aprimoramento e hibridismo corporal, o Design e a Moda emergem como disciplinas de importância estratégica e como tradutores culturais. Eles são encarregados de dar forma, significado e valor estético aos novos corpos e artefatos, migrando-os de um contexto de reparação médica para um de expressão pessoal e estética.

Essa aceitação estética é um ponto crucial, pois a maneira como o corpo é percebido e aceito está intimamente ligada à autoestima e à plena inclusão social do indivíduo.

No momento em que o corpo se torna um exercício de autodesign, a decisão por um aprimoramento — seja uma prótese biônica com design sofisticado ou uma vestimenta com tecnologia embarcada — supera a mera funcionalidade. Essa escolha passa a ser um ato deliberado de identidade e empoderamento, um comunicado visual capaz de reverter o estigma em singularidade. É nesse intercâmbio que a moda e o design não se limitam a criar formas; eles edificam narrativas de aceitação, questionando padrões convencionais de normalidade e nutrindo uma cultura inclusiva que celebra a diversidade do corpo aprimorado.

1.1 Problema de pesquisa

De que forma a triangulação entre Design, Moda e Arte contribui para a reavaliação estética da corporalidade híbrida, influenciando positivamente a autoestima e a inserção social de novas identidades?

1.2 Objetivo(s)

O objetivo central deste estudo consiste em analisar a relevância do design de moda e da arte na reinterpretação estética do corpo transformado pela tecnologia e investigar os mecanismos pelos quais a aparência aprimorada se estabelece como um fator de autoaceitação e inclusão.

1.3 Justificativa

A relevância deste estudo reside na necessidade urgente de compreender como a Moda e o Design moldam a narrativa do corpo na contemporaneidade, convertendo o aprimoramento ou a limitação funcional em uma poderosa manifestação identitária. É vital destacar a importância da estética na autoconfiança e a contribuição dessas áreas para a construção de uma cultura de acolhimento, onde a diferença é celebrada e esteticamente valorizada.

2 REVISÃO DE LITERATURA

- Ciborguismo e Moda (Haraway e Costa): Donna Haraway (em seu Manifesto Ciborgue) estabeleceu o conceito do ciborgue, uma entidade híbrida que dissolve as fronteiras entre humano e máquina. Costa (2024) aplica essa visão à moda, mostrando como a atleta Aimee Mullins usa próteses como acessórios de design, transformando a deficiência em uma plataforma de expressão e elevando a autoestima através da aparência.
- Moda, Aparência e Valores (Feghali e Valle): A escolha do design é um ato de comunicação de valores. Feghali (2008) discute a moda como um sistema de expressão pessoal, o que se estende ao design das próteses. Valle (2022), embora em outro contexto, reforça a importância da confiança e da percepção estética do consumidor na aceitação dessas novas formas corporais.
- Doping e Biologia do Design (El País, 2017; Revista Brasileira de Ciências do Esporte, 2023): As tecnologias levantam dilemas éticos. O debate sobre o "doping tecnológico" (El País Brasil, 2017) e a análise do biohacking (Revista Brasileira de Ciências do Esporte, 2023) estabelecem os limites entre a reparação e o aprimoramento. A bioengenharia e a autopoiese (Mann Az, [s.d.]; PUCSP, [s.d.]) reforçam a ideia de que a própria biologia se torna um material de design (autocriação), sujeito à intervenção humana.

3 METODOLOGIA

A metodologia adotada para este trabalho se baseou em uma abordagem qualitativa de natureza exploratória. O estudo foi construído a partir de pesquisa bibliográfica e da análise aprofundada de estudos de caso (Aimee Mullins, Hugh Herr e Sophie de Oliveira Barata), focando em seu impacto estético, na moda e na inclusão. Esse procedimento possibilitou a interpretação e a contextualização dos fenômenos investigados, estabelecendo uma conexão lógica e robusta entre design, moda, arte e a corporalidade humana como um projeto em contínua evolução.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A valorização estética do corpo híbrido tem vastas implicações, inclusive para o

mercado de consumo. O design de artefatos protéticos, historicamente confinado ao setor ortopédico, está se integrando ativamente à indústria da moda e do luxo. Essa transição converte o acessório funcional em um objeto de desejo, impulsionando uma nova dinâmica econômica focada na aparência.

O usuário moderno exige não apenas a restauração da função, mas uma personalização extrema, tratando a prótese como um acessório de moda, comparável a joias exclusivas ou calçados de grife. Essa procura por design autoral e a celebração da individualidade indicam a maturidade do "mercado ciborgue", no qual a estética tecnológica é um fator de distinção e status, e não um sinal de fragilidade biológica. Isso atesta a eficácia do design e da arte em promover a aceitação cultural, desviando o foco social da limitação para a admiração pela criatividade e pela força do indivíduo.

A capacidade de autodesign, manifestada pela biônica e pela bioengenharia, eleva a discussão ao patamar filosófico: o ser humano transcende a condição de produto da natureza para se tornar o arquiteto de sua própria evolução. Neste contexto, a moda e o design fornecem o vocabulário visual necessário para tornar essa nova condição inteligível e socialmente aceitável.

O impacto na inclusão é notavelmente vasto. O design de vanguarda não apenas integra indivíduos com diferenças físicas, mas convoca a sociedade em geral a reconsiderar os limites da corporalidade. Ao tornar a intervenção tecnológica visível e esteticamente atraente — como em próteses mais rápidas ou com design brilhante —, o design fomenta um diálogo social mais abrangente sobre a diversidade corporal, incentivando uma cultura onde a alteridade tecnológica é reconhecida e celebrada como uma das muitas formas legítimas e esteticamente válidas de experiência humana.

5 CONCLUSÃO

Esta pesquisa demonstrou que a corporalidade híbrida se constitui, fundamentalmente, como um projeto de design, no qual a moda e a estética desempenham uma função crucial na construção da autoestima e na inclusão. A

tecnologia, quando mediada por um design consciente e orientado para a expressão, permite que os indivíduos transformem o que antes era percebido como uma limitação em uma poderosa manifestação de identidade singular.

Os casos estudados, desde Aimee Mullins até Sophie de Oliveira Barata, confirmam que os artefatos protéticos transcendem a função de meros dispositivos de reparação; eles são manifestos estéticos e ferramentas de transcendência. Conclui-se que o futuro da forma humana é um projeto em contínua redefinição, onde o design, a moda e a arte não apenas geram novas funcionalidades e formas, mas também estabelecem narrativas de aceitação e empoderamento, essenciais para a inclusão na era do aprimoramento.

Essa transformação, impulsionada pelo autodesign, sinaliza a necessidade de uma reorientação paradigmática em todos os segmentos sociais. Além da relevância acadêmica de mapear essa evolução, existe uma aplicação prática urgente para os setores de design, moda e saúde, que devem priorizar a personalização extrema e a estética da diferença.

O estudo apresenta como limitação o fato de abordar apenas uma fração da vasta literatura sobre aprimoramento e ciborguismo. Desse modo, sugere-se a realização de investigações futuras que analisem a influência de outras tecnologias vestíveis e da bioengenharia na percepção de gênero e na construção da identidade em diferentes culturas, a fim de aprofundar o conhecimento sobre a aceitação social e a ética do corpo como obra de arte e tecnologia.

REFERÊNCIAS

COSTA, Thaís Sauer Recco Martins. Moda e ciborguismo na trajetória de Aimee Mullins: próteses como expressão corporal. [S.l.: s.n.], 2024.

EL PAIS BRASIL. A placa de fibra de carbono na entressola dos tênis Nike dispara especulações sobre as fronteiras do doping tecnológico. *El País Brasil*, 2017. Disponível em: [Insira o link, se disponível].

FEGHALI, Marta Kasznar. Batendo perna. In: FEGHALI, Martha; SHMID, Erika (Org.). O ciclo da moda. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2008.

HAVAS LYNX. Sophie de Oliveira Barata: The woman turning prosthetics into an art form. [S.l.: s.n.]. Disponível em: [Insira o link, se disponível].

MANN AZ. Understanding Autopoiesis. [S.l.: s.n.]. Disponível em: [Insira o link, se disponível].

PUCSP. Revista Digital de Tecnologias Cognitivas. São Paulo: PUCSP. Disponível em: [Insira o link, se disponível].

REVISTA BRASILEIRA DE CIÊNCIAS DO ESPORTE. Biohacking e ciborguismo: o melhoramento humano à luz dos direitos da personalidade. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 2023. Disponível em: [Insira o link, se disponível].

REVISTAS UEPG. Práxis Educativa. Ponta Grossa: UEPG. Disponível em: [Insira o link, se disponível].

TED. Hugh Herr: The new bionics that let us run, climb and dance. [S.l.: s.n.]. Disponível em: [Insira o link, se disponível].

VALLE, Isabela Masson. Motivações, Confiança e a percepção dos consumidores sobre as estratégias de marketing adotadas pelo segmento de moda sustentável. 2022. 59 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade de Brasília, Brasília, 2022.

SOBRE O(S)AUTOR(ES)

Sobre os autores:

I Bethania Fernandes da Fonseca

Foto

Mestre em Têxtil e Moda pela Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo - EACH/USP , MBA em Digital Business - Instituto PECEGE USP /ESALQ, Licenciatura em Pedagogia pela Faculdade de Educação Paulistana ,Especialização em Gestão Estratégica de Mercado pela Fundação Getúlio Vargas, especialização em Gestão Empresarial pela Universidade Metodista de São Paulo , e graduada em Moda pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas.

II Thais Sauer Recco Martins Costa

Foto

Doutoranda em Design de Moda pela Anhembi Morumbi, mestra em Têxtil e Moda pela EACH USP, atua como docente há 15 anos e realiza trabalhos como designer de Moda. Ministra aulas nas instituições: Centro universitário SENAC (bacharel em design de Moda), Faculdade Senai (Graduação em design de Moda), ETEC Carlos de Campos (técnico em modelagem do Vestuário). Estudos na área de design de Moda, processos criativos, desenvolvimento de coleções de Moda, desenho e ilustração de Moda,