

MODA, COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIA: A MODA COMO MEDIATEZACÃO E MEDIATEZACÃO

CALDEIRA, Lucas de Souza (autor) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.

ARANHA, Hígor Pedro Curti (autor) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.

EICHEMBERG, Aleph Teruya (orientador) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.

Para a sociedade, a moda foi relegada a um aspecto superficial, em que as pessoas se apropriam e utilizam para massagear seus egos, tentando assim, se encaixar nos padrões pré-estabelecidos pela indústria cultural de massa. Porém, a moda deve ser considerada como um meio de comunicação e signo de distinção social. O artigo tem como objetivo investigar o funcionamento da moda como ferramenta comunicacional e como as novas tecnologias existentes nela ajudam neste processo. Metodologicamente, recorreu-se à análise de duas categorias conceituais para pensar a moda como meio: os processos de mediatização e de mediação. Em relação à mediatização a moda está voltada à indústria cultural de massa, sendo ela suporte do discurso apresentado por quem a faz uso, já a moda enquanto mediação é capaz de produzir novos vínculos entre o usuário e o ambiente da cultura. *„Moda Mediatizada“* é reprodução, já *„Moda Mediadora“* é criação de novos hábitos. Em cada um dos conceitos estão dispostos argumentos e exemplos que ajudam no entendimento deles, para que assim possa ser refletida a usabilidade de cada. No final é discutida a ação das novas tecnologias do mundo fashion e como elas ajudam e se aplicam em cada conceito, ajudando assim, na criação do discurso comunicacional.

Palavras-chave: Moda. Comunicação. Tecnologia.

REFERÊNCIAS:

LIPOVETSKY, G. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Cia das Letras, 2009

VILLAÇA, Nizia. A edição do corpo: tecnociência, artes e moda. São Paulo: Estação Das Letras Cores, 2011.

McLUHAN, Marshall. A Galáxia de Gutenberg. São Paulo: Cultrix, 1967

MCLUHAN, Marshall. Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem (Understanding Media). São Paulo: Cultrix, 2002.