

MODA, DIVERSIDADE E CONSUMO

Fashion, Diversity and Consumption

Moda, Diversidad y Consumo

Entrevista realizada pelos editores da Revista de Ensino em Artes, Moda e Design.

Entrevista concedida no dia 28 de março de 2023, em São Paulo.



Nomes dos entrevistados (a): Aliana Aires¹ e Tânia Hoff²

Nome do GT coordenado pelo entrevistado e anos em que foi ofertado no Colóquio de Moda: Moda, Diversidade e Consumo, ofertado em 2021 e em 2022.

1 Doutora em Comunicação e Práticas de Consumo pelo PPGCOM-ESPM (2015-2019), com período (2017-2018) na PARSONS em Nova York. Bacharel em Estilismo e Moda pela Universidade Federal do Ceará. <http://lattes.cnpq.br/9302014019035784>. ORCID: 0000-0002-8514-856X. Email: alianaires@gmail.com.
2Tânia M. C. Hoff. Doutora pela FFLCH-USP, docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM/SP. Coordenadora do Grupo de Pesquisa “Comunicação, Discursos e Biopolíticas do Consumo”. <http://lattes.cnpq.br/2666577010721422>. ORCID: 0000-0002-3619-034X. E-mail: thoff@espm.br.

Editores:

Relate sua breve trajetória profissional.

Aliana Aires: Eu me formei no Bacharelado em Estilismo e Moda na Universidade Federal do Ceará em 2008. Em 2010 fui morar em São Paulo e cursei Mestrado (2011-2013) e Doutorado (2015-2019) no PPGCOM-ESPM. Como mulher gorda, olhava criticamente para a padronização da beleza e do corpo, intensamente promovida por meio da moda, e enquanto professora sempre estimei meus alunos a debaterem o tema. Foi assim que adentrei nos estudos do corpo gordo, o que me levou a investigar a emergência do mercado de moda plus size na minha tese de Doutorado, que posteriormente foi resumida no livro “De gorda a plus size: a moda do tamanho grande”, publicado em 2019 pela Estação das Letras e Cores. Ressalto a minha experiência internacional como visiting scholar na PARSONS e a organização de eventos acadêmicos pioneiros sobre Moda, Diversidade e Consumo, como o Fórum +Fashion em São Paulo (2016 e 2018) e o EveryBodies (2018) em Nova York.

Tânia Hoff: Tenho formação em Letras (graduação e doutorado) e Literatura dramática (mestrado). Iniciei a atuação como professora em cursos de graduação nos anos 1990 no campo da comunicação. Em 2003, fui convidada a integrar a equipe implementadora do programa de pós-graduação em comunicação e práticas de consumo da ESPM-SP. Desde então, tenho estudado as inter-relações comunicação, consumo e corpo em diversas perspectivas. Estudar moda, objeto fértil e múltiplo, me leva a aprofundar as referidas inter-relações e a enveredar por questões relevantes para sociedade contemporânea como, por exemplo, a diversidade.

Editores:

Qual a sua história pessoal com o Colóquio de Moda?

Aliana Aires: Minha história com o Colóquio de Moda começa em 2008, quando tive a oportunidade de participar pela primeira vez do evento como ouvinte e me encantei pela possibilidade de a Moda ser compreendida como um objeto de estudo acadêmico. Em 2016 e em 2017 novamente volto a participar do evento, agora como Doutoranda, autora de artigos apresentados em GT's, mas foi na edição do evento em 2019 que tive minha maior participação no Colóquio, ao lançar meu livro “De gorda a plus size: a moda do tamanho grande” e me apresentar como palestrante em uma mesa redonda sobre Moda e Padrões de Beleza no auditório principal. O Colóquio se tornou tão significativo para a Moda no Bra-

sil que eu e a Tânia Hoff propomos a criação de um GT em Moda, Diversidade e Consumo, realizado de forma remota nos eventos de 2021 e 2022.

Tânia Hoff: Ao estudar as inter-relações comunicação, consumo e corpo, a moda emerge como campo de estudo fértil e necessário. Com a consolidação da parceria de pesquisa com Aliana Aires, o meu envolvimento com moda se intensificou, pois trata-se de sistema de significação dinâmico, cujo engendramento se dá no social, no cotidiano e na mídia. Em 2021 e 2022, participei do Colóquio com a criação e coordenação do GT “Moda, diversidade e consumo”, que nos mobiliza ainda mais a estudar a moda como um tema político e socialmente relevante.

Editores:

Desde quando, por quem e por que o GT foi criado?

Aliana Aires e Tânia Hoff: O GT foi criado em 2021, com o objetivo de preencher uma lacuna que observamos nos estudos acadêmicos de moda no Brasil quanto à diversidade e inclusão. Inicialmente, a ideia partiu de Aliana Aires que convidou Tânia Hoff, ex-orientadora e parceira de pesquisa no estudo sobre Diversidade e Consumo, para desenvolver uma proposta de GT para o Colóquio de Moda que, naquele ano, seria realizado de modo remoto, devido à pandemia de COVID-19. A partir da parceria afetiva e de pesquisa, concordamos que era o momento ideal para unirmos nossas forças em prol do debate sobre Diversidade e Inclusão na Indústria da Moda. Nossas trajetórias, profissional e de estudo, Aliana na Moda, e Tânia, na Comunicação articulada ao Consumo, traziam condições propícias para a realização deste projeto.

Editores:

Qual a importância do GT no debate geral da área de moda no Brasil?

Aliana Aires e Tânia Hoff: A indústria da moda é uma das principais instituições capitalistas responsáveis pela segregação de corpos e estabelecimento de um padrão de corpo e beleza. A partir do momento em que essa indústria passa a olhar para consumidores que estavam até então invisíveis na esfera do consumo, há um importante movimento que deve ser observado e analisado em profundidade.

Nesta perspectiva, o GT contribui para a ampliação e qualificação do debate sobre os novos mercados e consumidores que agora ganham alguma visibilidade e um possível espaço no Brasil. Refletir sobre a inserção de “outros” públicos e corpos na arena

do consumo e investigar como este processo se dá torna-se de fundamental importância para um redirecionamento mais democrático e humano da indústria da Moda.

Editores:

O ensino de moda no país foi ampliado e atingiu melhores índices devido à contribuição do GT? Como? Por quê?

Aliana Aires e Tânia Hoff: Esperamos que isso aconteça em alguns anos com a continuidade e consolidação das questões abordadas no GT. Por enquanto, o que observamos é um aumento significativo do interesse de estudantes de Mestrado e Doutorado em questões a respeito da diversidade corporal e da criação de nichos específicos, como moda agênero, plus size, periférica, afro, LGBTQIA+, dentre outras. De 2021 para 2022, registramos um aumento expressivo em submissões de artigos e resumos para nosso GT, o que mostra uma evolução positiva, a qual também reflete a intensificação dos debates sobre Moda, Diversidade e Consumo nas esferas social e mercadológica.

Editores:

Quais são seus projetos para avançar e amadurecer o GT e, conseqüentemente, o debate na área da Moda?

Aliana Aires e Tânia Hoff: Um de nossos projetos futuros é o desenvolvimento de uma rede de pesquisa internacional sobre Diversidade e Consumo. O encontro de pesquisadores interessados no tema, promovido por meio do GT, pode fomentar parcerias importantes para esta rede, ideia que nasceu há algum tempo no grupo de pesquisa Comunicação, Discursos e Biopolíticas do Consumo, coordenado pela professora Tânia Hoff. A partir das próximas edições do GT, com o amadurecimento dos debates, também planejamos organizar coletâneas e contribuir com reflexões de caráter teórico e social sobre o campo da moda. Outra pretensão é participar de editais de agências de fomento como Fapesp, Capes e CNPQ para fortalecer uma agenda de pesquisa e consolidar parcerias.

Editores:

Uma mensagem para a futura geração de pesquisadores no campo da moda.

Aliana Aires e Tânia Hoff: A moda faz parte da vida em sociedade, pois é um

sistema material que coloca significados em movimento. Por isso, estudar Moda implica estar atento ao mundo e às pessoas. Como um campo de estudos interdisciplinar, a Moda nos leva a pensar nas suas muitas ramificações. Ou seja, há muito o que fazer. E por isso, provocamos os alunos a decolonizar a moda, por exemplo: ao invés de sonhar em se formar e trabalhar fora do Brasil em países hegemônicos e ricos como EUA e países da Europa, por que não olhar para dentro do nosso país, e trabalhar para e nas periferias, junto a públicos invisibilizados no sistema da moda, como pretos, gordos, deficientes, idosos, trans, dentre tantos outros?

Data de submissão: 30/03/2023

Data de aceite: 15/05/2023

Data de publicação: 21/06/2023

