

CONSUMO, AMIZADE E MODA

Consumption, friendship and fashion

Consommation, amitié et mode

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

Entrevista concedida em 04 de fevereiro de 2023, no (a) Maringá – Olga MariaCoutinho Pépece.

Entrevista concedida em 30 de março de 2023, no (a) Rio de Janeiro – Ana Paula Celso de Miranda



Nomes dos entrevistados (a) Ana Paula Celso de Miranda¹ e Olga Maria Coutinho Pépece²

GT Consumo de Moda ofertado ininterruptamente desde 2005 até o ano de 2022 somando 17 anos de história

1 Doutora em Administração pela Universidade de São Paulo, Professora Associada da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Coordena o GT Consumo de Moda desde a primeira edição. Link do Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5061912856624094>. Orcid: 0000-0002-0605-4144. Email da entrevistada 1: apcm7@hotmail.com.

2 Doutora em Administração pela Universidade Federal do Paraná, Professora Associada da Universidade Estadual de Maringá. Coordena o GT Consumo de Moda junto com a Professora Ana Paula Celso de Miranda desde o ano de 2014. Link do Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3983476350546614>. Orcid: 0000-0002-9155-9285. Email da entrevistada 2: omcpepece@uem.br

Editores:

Relate sua breve trajetória profissional.

Entrevistados (as): Olga – Tenho toda minha formação (graduação, mestrado e doutorado) na área de Administração e em todas as formações meus trabalhos de conclusão como TCC, Dissertação e Tese foram relacionados com pesquisas sobre Comportamento do Consumidor. Desde a época em que cursava a graduação, no ano 1994, comecei a trabalhar em agências de pesquisa de mercado e a essa atividade somou-se a docência a partir do ano 2000. Ambas ocupações se estenderam até o ano de 2009 quando ingressei como professora, na Universidade Estadual de Maringá, e passei a me dedicar exclusivamente à docência e à pesquisa científica.

Ana Paula – Toda a minha formação da graduação ao pós-doutorado foi em Administração, mas desde o mestrado me dedico aos estudos sobre consumo de moda. Desde a graduação na Empresa Junior de Consultoria desenvolvia atividades de pesquisa e consultoria, na área de marketing, o que se tornou minha área de atuação principal onde trabalhei ou nas empresas em que fui sócia. Comecei a lecionar nos cursos de Administração e Comunicação nas disciplinas de marketing e estratégia em 1998 e sigo lecionando até hoje tendo lecionado também em cursos de design de moda na disciplina de Moda e Consumo. Atualmente leciono Comportamento do Consumidor no curso de Administração na Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ e Moda, Consumo e Cultura no Programa de pós-graduação - PPA da Universidade Estadual de Maringá - UEM.

Editores:

Qual a sua história pessoal com o Colóquio de Moda?

Entrevistados (as): Olga – Participo do Colóquio de Moda desde o ano de 2010 quando fui convidada a fazer uma palestra com o tema “Consumidora, não...Eu coleciono Melissas!”, assunto este que foi tema da minha tese. A partir de então me apaixonei pelo evento e, com exceção do ano de 2013, participei de todas as suas edições como ouvinte e autora de trabalhos até que no ano de 2014 a professora Ana Paula Celso de Miranda me convidou para dividir a coordenação do GT com ela.

Ana Paula – Perdi o primeiro Colóquio de Moda em 2005 porque estava fazendo estágio de doutorado em Manchester, mas acompanhei tudo a distância. Em 2006 participei como palestrante e coordenando sessão e assim continuei atuando como coordenadora de GT, organizando o evento em Recife na Faculdade Boa Viagem onde eu atuava como

professora do mestrado com uma linha de pesquisa voltada para o consumo de moda e também fiz parte da fundação da diretoria da Abepem – Associação Brasileira de Pesquisas e Estudos em Moda.

Editores:

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

Entrevistados (as): Ana Paula – O GT foi criado por mim e a Profa. Carol Garcia. Antes propusemos GTs sobre Moda e Comunicação, Negócios de Moda e Marketing de Moda, mas os interesses científicos em comum nos levaram a formar o GT Consumo de Moda. Quando os interesses de pesquisa de Carol Garcia mudaram de rumo seguindo para outros caminhos relacionados à inovação, eu convidei a Profa. Olga Pepece para dar continuidade comigo ao GT.

Editores:

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

Entrevistados (as): Olga – O entendimento do consumo de moda é essencial para contribuirmos com informações para a tomada de decisão estratégica de empresas que criam, produzem e comercializam itens de moda. Também auxiliamos os consumidores finais a entenderem a linguagem do consumo de moda para utilizá-la da melhor forma possível para atingirem seus objetivos.

Ana Paula – Consumo de Moda é a manifestação da Cultura de Consumo de Moda, o que é de interesse científico de várias áreas de estudo em geral e da própria teoria da moda para entender seus processos de adoção - o que auxilia a ação de profissionais de diversas áreas como Administração, Design e Comunicação e as demais que se dedicam a compreender o fenômeno.

Editores:

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

Entrevistados (as): Olga – Certamente o GT Consumo de Moda contribui para o ensino de moda no Brasil por meio da interdisciplinaridade de conteúdos da Moda com

Administração e Marketing expandindo assim a visibilidade e o conhecimento sobre a Moda que vai além do curso específico de Design de Moda.

Ana Paula – recebemos no GT estudantes e professores de graduação e pós-graduação de todo o Brasil de cursos de áreas diferentes incluindo os específicos de design de moda sendo o nosso principal objetivo contribuir com teoria e metodologia com estudos de pesquisadores sendo um local de troca de conhecimento de forma colaborativa.

Editores:

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

Entrevistados (as): Olga – Continuar associando o conhecimento de ponta sobre consumo que é desenvolvido no Brasil e no exterior e utilizá-lo para entender, ensinar e divulgar sobre o Consumo de Moda no Colóquio.

Ana Paula – Desenvolver uma dinâmica de grupo de estudos que mantenha contato com os estudiosos dando continuidade ao acompanhamento dessas pesquisas e desenvolvendo parcerias científicas que perdurem além dos dias de encontro.

Editores:

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

Entrevistado (a) Olga – Estudar o consumo de moda além de extremamente relevante para o sucesso das empresas e profissionais que dependem desse mercado é uma prática prazerosa e que contribui para a nossa autoexpressão e interação social.

Ana Paula – A pesquisa científica é mais do que saber o que, como e quando, mas, sobretudo, o porquê.

Data de submissão: 31/03/2023

Data de aceite: 08/05/2023

Data de publicação: 01/06/2023

