



DISCURSOS HUMANITARISTAS NO DISPOSITIVO MODA: APONTAMENTOS DE UMA TESE EM PERCURSO

Almada, Larissa; MsC; Universidade Anhembi Morumbi,
larissa_almada@yahoo.com.br¹
Mesquita, Cristiane; PhD; Universidade Anhembi Morumbi,
cfmesquita@anhembi.br²

RESUMO

Este resumo expõe a investigação da tese intitulada “[Não] sou uma roupa: discursos humanitaristas e produção de subjetividade no dispositivo moda” em andamento no PPG Design da Universidade Anhembi Morumbi. O objetivo geral é identificar e problematizar discursos humanitaristas que emergem no diagrama de forças da moda, com enfoque na marca de moda masculina *Reserva*. Pretende-se compreender relações entre esses discursos, o consumo e o fortalecimento do dispositivo moda no contexto de reivindicações assistencialistas dos últimos dez anos. De caráter qualitativo, o estudo é desenvolvido por meio de revisão teórica, coleta e observação documental com revisão bibliográfica e iconográfica, a partir da análise crítica do discurso. Visa somar nas abordagens de uma ética para as práticas no campo da Moda e suas reverberações. O Design de Moda é considerado um dos dispositivos (FOUCAULT, 1977) que produzem modos de ser, de pensar, de agir, em uma determinada época. No século XX emerge uma série de mudanças no âmbito político-econômico-social mundial, revelando uma atmosfera tomada pela racionalidade neoliberal na qual o mercado – da Moda inclusive – dita as regras. Uma das principais características nesse contexto é a mercantilização de diversas instâncias da vida, até mesmo aquelas ligadas aos direitos humanos. Com a

¹ Designer. Doutoranda em Design (Universidade Anhembi Morumbi – São Paulo). Mestre em Design de Comunicação de Moda (Universidade do Minho - Portugal). Graduada em Design com habilitação em Moda (Senai/CETIQT- Rio de Janeiro). Docente dos Bacharelados e Pós-Graduação em Design de Moda e Negócios da Moda da Universidade Anhembi Morumbi.

² Psicanalista. Pós Doutorado em Artes (Goldsmiths University of London). Mestre e Doutora em Psicologia pelo Núcleo de Estudos da Subjetividade (PUC São Paulo). Docente do Programa de Pós-Graduação Mestrado e Doutorado em Design da Universidade Anhembi Morumbi. Líder do Grupo de Pesquisa no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Brasil).





atenção ampliada para as crises humanitárias, especialmente a partir dos anos 1980, o humanitarismo torna-se uma das variáveis fortalecidas nos dispositivos. Observa-se que os hiperconsumidores (LIPOVETSKY, 2007), em geral são influenciados pelos discursos do consumo consciente, e agem sob os auspícios da ‘despesa cidadã’. Algumas marcas de moda refletem esses aspectos. A *Reserva* com seu projeto social *IP5P*, promove a venda de peças que viabilizam a doação de 5 pratos de comida. Esse projeto é mote de divulgação da marca desde 2017, quando foi lançado e tomado como “Filosofia de Gestão”. O CEO da marca afirma que “coincidências a parte, foram meses de enorme crescimento em faturamento. O bem sempre vence” (MEISLER; PUGLIESE, 2017, p.389). Em fase de desenvolvimento, o estudo tem apontado que o papel assistencialista, que age em nome dos direitos humanos, vem sendo desempenhado pelo “capitalista ético” (DOUZINAS, 2007, p.19). Nesse sentido, o dispositivo moda se vale de discursos humanitaristas e os coloca em ação como tática para a manutenção do consumo.

Palavras-chave: Design de Moda; dispositivo moda; humanitarismo.

