

ORGANIZAÇÃO SOCIAL NO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS COPIADOS DE MODA EM EMPRESAS DE PEQUENO E MÉDIO PORTE EM GOIÂNIA

Humberto Pinheiro LOPES
umpiro@gmail.com
Faculdade de Artes Visuais

Míriam da Costa Manso Moreira de MENDONÇA (orientadora)
mcostamanso@uol.com.br
Faculdade de Artes Visuais

Palavras-chave: cópias, moda e deslocamentos.

INTRODUÇÃO

No atual estágio da pesquisa vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Arte e Cultura Visual (PPGACV), desenvolvo ensaios sobre minhas sensações a respeito da organização social que existe na prática de desenvolver produtos copiados de empresas de pequeno e médio porte em Goiânia.

Pretendo demonstrar alguns deslocamentos, mudanças que promovem um olhar entre produtores e artigos copiados. Tais deslocamentos foram por mim influenciados e comparados mediante uma experiência semelhante ocorrida com Loddi, que ao desenvolver sua pesquisa de campo sobre temas como a bricolagem sai de espaços confortáveis para “lidar com estranhamentos e descobertas” (LODDI, 2010), assim como cópias sugerem “deslocar” maneiras de ver e produzir um produto de moda.

MATERIAL E MÉTODOS

Deborah L. Smith-Shank (2008), arte-educadora estadunidense, tem sua pesquisa apresentada como interesse de comparação, em que cada etapa de sua investigação recorda passos de meus percursos. Desde sua surpresa por seu objeto de estudo até considerações encontradas pela justificativa da cultura visual, os caminhos proporcionados por ela são relacionados com minhas dúvidas e pensamentos sobre empregos da cópia na indústria confeccionista do pólo de moda goianiense. Sua pesquisa é baseada na percepção de que estatuetas irlandesas denominadas de Sheela-Na-Gig também são objetos de estudo relevantes para a cultura visual. Ao ler seu texto, sinto-me muito próximo a suas surpresas diante das Sheelas. Ela não acreditava que a Igreja Católica pudesse comissionar objetos de aparência não agradável como as Sheelas, já que eram imagens de mulheres demonstrando suas regiões genitais. Assim, para ela, era difícil acreditar que tais imagens adornavam as igrejas da Irlanda. Da mesma forma, eu não entendia como a indústria goianiense de moda investia tanto em cópia para desenvolver seus produtos, ao invés de criação.

Ao confrontar Geertz (1997) com dois outros pesquisadores brasileiros, Barbosa (2004) e Tavares (2004), levo adiante as relações entre moda e cultura iniciadas a partir da relação que faço com a pesquisa de Smith-Shank. Lipovetsky (2009) é lembrado a título de alocação de um conceito seu, a moda consumada, a fim de que eu possa relacionar como ocorre a interferência da moda na cultura em um estágio avançado do capitalismo. Os juízos dos estrangeiros fazem uma idéia local de nós e isso muito me interessa, quando a exposição desses juízos fazem-nos, às vezes, reconhecermos quem somos.

Com uma perspectiva assim, apresento eixos principais de teóricos que me auxiliam a dar continuidade à pesquisa, relacionando temas como arte, técnica, produção, cópia e originalidade por meio das idéias de Benjamim (1969), Mumford (1952) e as de Adorno e Horkheimer (2006) a propósito da indústria cultural.

Canclini e Moacir dos Anjos (2005) apresentam pontos para compreender uma idéia local de culturas populares e a representação que elas fazem dos objetos. Ressaltando Canclini, compreendo que todo o objeto recebe “o significado do sistema de objetos reais entre os quais se situa e também do repertório imaginário

de objetos que não possui, mas que são vistos, descritos, oferecidos pela sedução publicitária” (CANCLINI, 2003, p. 94). Aliados a estes autores que discutem a localidade, serão utilizados os pensamentos de Barnard (2003), introduzindo reflexões entre moda, design e cultura visual.

A partir desses referenciais, pretendo fazer entrevistas episódicas com designers de moda com formação superior em moda para dialogar com a posição dos teóricos e suas análises.

A entrevista episódica abre espaço às subjetividades e interpretações do entrevistado no contexto das narrativas situacionais; ela não as reduz e classifica imediatamente, mas ao invés disso descobre o contexto de sentido em que ela é narrada (FLICK, 2008, p. 128).

Situações no trabalho percebidas por colaboradores das entrevistas poderão evidenciar uma série de questionamentos a respeito da indústria da cópia no mercado goianiense. Para as entrevistas episódicas, procuro selecionar um grupo de seis profissionais de moda, compreendendo colegas da turma que realizei o intercâmbio na UFG em 2007 para o Curso de Design de Moda. A escolha deles deve-se ao fato de que participaram das minhas descobertas e deslocamentos sobre as percepções que tive da cópia ao fazer meu intercâmbio. Desejo compreender como decorreu a mudança de idéias de meus colegas a respeito da cópia (comparando aos meus trajetos).

A alternativa por entrevistas individuais deve-se também ao fato de que os colaboradores dependem de horário fixado em suas jornadas de trabalho, o que impossibilitaria a reunião de mais de um designer em um grupo focal, já que este depende da reunião de algumas pessoas para discussão de idéias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Além das possibilidades metodológicas supracitadas, que são inerentes ao desenvolvimento de uma pesquisa, desejo mostrar como percursos desta análise vem sendo deslocada com alguns pontos de minha trajetória de vida a partir de uma organização social em Goiânia, onde as cópias invadem o mercado de moda. A

metodologia que venho aplicando é mais um suporte didático para me auxiliar nesta trajetória, mais um deslocamento que venho pensando sobre cópias.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento:** fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

ANJOS, Moacir dos. **Local/global:** arte em trânsito. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

BARBOSA, Jorge Luiz. Considerações sobre a relação entre cultura, território e identidade. In: GUELMAN, Leonardo; ROCHA, Vanessa (Org.). **Interculturalidades.** Niterói: EdUFF, 2004. Artigos, pp. 100–104.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: GRÜNNEWALD, José Lino (org.). **A Idéia do Cinema.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1969.

CANCLINI, Néstor García. **As culturas populares no capitalismo.** São Paulo: Edusp, 2003.

FLICK, Uwe. Entrevistas episódicas. In: BAUER, Martin; GASKELL, George (Ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som:** um manual prático. 7 ed. Traduzido por Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2008, pp. 114–136. Título original: Qualitative Researching with text, image and sound: a practical handbook.

GEERTZ, Clifford. A arte como um sistema cultural. In: _____. **O saber local:** novos ensaios em antropologia interpretativa. Tradução de Vera Mello Joscelyne. Petrópolis: Editora Vozes, 1997, pp. 142–181. Título original: Local Knowledge.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero:** a moda e seu destino nas sociedades modernas. Traduzido por Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras: 2009. Título original: L'Empire de l'éphémère: la mode et son destin dans les sociétés modernes.

MUMFORD, Lewis. **Arte e técnica.** Lisboa: Edições 70, 1952.

SMITH-SHANK, Deborah L. Representação, significado e cultura visual: figuras irlandesas de Sheela-Na-Gig. In: MARTINS, Raimundo (Org.) **Visualidade e educação**. Goiânia: Funape, 2008 (Coleção Desenredos, 3), pp. 57–69.

TAVARES, Julio Cesar de. Interculturalidade: uma questão de democracia e participação. In: GUELMAN, Leonardo; ROCHA, Vanessa. **Interculturalidades**. Niterói: EdUFF, 2004. Artigos, pp. 134–137.