

## O QUE PENSAR DAS CÓPIAS? DESLOCAMENTOS, ZIGUEZAGUES E CHAFURDOS EM TRAJETÓRIAS DE UMA PESQUISA

### WHAT CAN I THINK ABOUT COPY? DISPLACEMENTS, ZIGZAGS AND “CHAFURDOS” IN A RESEARCH

LOPES, Humberto Pinheiro<sup>1</sup>; Universidade Federal de Goiás; umpiro@gmail.com

#### RESUMO

Este artigo sintetiza trajetórias de uma pesquisa sobre percepções pessoais a respeito de análises de produtos copiados no pólo de moda da cidade de Goiânia. São apresentados percursos de pesquisa por meio da idéia de deslocamento e ziguezague juntamente com a inserção do regionalismo chafurdo, procurando demonstrar rumos metodológicos que a investigação vem seguindo.

Palavras-chave: cópias, moda e trajetórias.

#### ABSTRACT

This article summarizes paths of research on the relationship perceived by the copied fashion products of Goiania. It presents the paths of research by the idea of displacement and hence is demonstrated the methodological directions that she has followed. “Chafurdo” is one idea that could help the methodology.

Keywords: copy, fashion and paths.

#### Desde o início: que história é essa de cópia que me DESLOCOU?

*Apocrifopatia* (LOPES 2009; 2010) foi o nome da *performance* que realizei em meus estudos de graduação, como trabalho de conclusão do curso (TCC) de Estilismo e Moda da Universidade Federal do Ceará (UFC). O termo une duas palavras, o adjetivo “apócrifo”, referindo-se a produtos não intitulados de um autor e o sufixo “patia”, aludindo ao conceito relativo a doenças. O termo resulta da seguinte interpretação: *Apocrifopatia* seria uma doença que acometeria produtores de moda de fábricas de pequeno e médio porte, cujo destino poderia resumir-se em copiar produtos de outros colegas com maior renome midiático que eles. Executei este ato performático em Fortaleza, capital do Ceará, contudo a narrativa expunha minha experiência profissional em Goiânia, enquanto designer de moda (**Imagem 1**).



**Imagem 1** – *Performance Apocrifopatia*. Eu, o *performer* que costura; ao fundo, Sarah Borges, a *performer* que está em cima do muro da Reitoria da UFC. Ela segura um objeto que me manipula como se eu fosse um boneco regido por seus comandos. Apesar da qualidade da fotografia, é possível enxergar alguns fios vermelhos que saem do objeto que a *performer* segura e que estão amarrados em minhas pernas e em meu braço direito. Neste instante fotografado por Lucas Brígido, demonstro de forma artística o que eu pensava sobre o trabalho do designer de moda: sentia-me manipulado para criar, orientado para copiar.

Este pequeno relato serve como base para poder explicar o que estou desenvolvendo em minha pesquisa de mestrado, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Cultura Visual. Meu TCC foi um “pontapé” para realizar minha recente investigação sobre cópia. No atual estágio da pesquisa, após minha banca de qualificação, busco desenvolver ensaios que dialoguem sobre modos de trocas simbólicas no meio social, especialmente em mercados populares, que se apresentam na prática de vender e desenvolver produtos copiados de empresas de pequeno e médio porte em Goiânia vinculados ao sistema de moda.

*Apocrifopatia* foi um primeiro trabalho que se reportava a minha experiência em Goiânia, movendo-me, provocando-me mudanças, deslocando-me à percepção

de um olhar entre produtores e artigos copiados. Tais deslocamentos são comparados a uma experiência semelhante ocorrida com Loddi (2010, p. 86) que, ao desenvolver sua pesquisa de campo sobre temas como a bricolagem, sai de espaços confortáveis para “lidar com estranhamentos e descobertas”. Da mesma forma, cópias sugerem “deslocar” minhas maneiras de ver e produzir um produto de moda.

### **ZIGUE... Chegando a Goiânia pela primeira vez**

Em 2007, fiz intercâmbio para o curso de Design de Moda da Universidade Federal de Goiás (UFG). Paralelo a isso, trabalhei como designer de moda em Goiânia. Meu intercâmbio e minha experiência profissional fizeram surgir uma série de dúvidas sobre o que eu pensava a respeito do meu trabalho. Na UFG, ora por outra, nas aulas, meus colegas comentavam como lojas dos pólos de moda populares da capital goiana copiavam produtos e peças umas das outras. No meu trabalho, comecei a perceber o mesmo, pois parecia que minha imagem como profissional de formação acadêmica servia apenas como suporte para valorizar a marca da empresa em que trabalhava, pois o que eu aprendia na academia, sobre ética e criação, na prática diária resumia-se à confecção de um produto copiado de um design já existente.

A idéia de cópia que venho vasculhando encontra amparo na explicação do Prof. Mitchell sobre a resposta que costuma dar quando lhe perguntam: “O que querem as imagens?”

[...] sempre respondo que elas querem ser beijadas. Mas então surge a questão: o que é um beijo? E a resposta é que ele é um gesto de incorporação, de vontade de engolir o outro sem matá-lo – de “comê-lo vivo”, como se diz. Então queremos assimilar a imagem a nossos corpos, e elas querem assimilar-nos aos delas. É um caso amoroso correspondido, mas um caso permeado tanto por perigo, violência e agressão quanto por afeição (MITCHELL, 2009, p. 4).

O argumento de Mitchell acerca da imagem parece encaixar-se com meus ensaios acerca da cópia, já que ela também pode ser representada por imagens. De certa forma, era assim que eu me via, ao ter que desenvolver um produto a partir de um design já existente: eu tinha que “beijar” um produto a ser copiado, o dito

original, em uma tentativa de captar conceitos de uma matriz para confeccionar bordados industriais, pois eram estes artigos que eu produzia. O perigo parecia estar presente quando eu pensava que não podia criar algo meu, uma vez que devia reproduzir o que já existia; ao mesmo tempo que me afeiçoava por aquelas peças. Portanto, eu não criava como tinha aprendido na universidade e sentia-me como uma peça manipulável: minha imagem parecia servir somente como um alicerce para assinar uma produção, pois poderia oferecer um “respaldo” para a empresa que trabalhava, já que era um profissional provindo de uma instituição de saber. Assim sendo, “tinha cacife” para assinar produtos confeccionados.

Concomitante a este sentimento, percebia que a reprodução realizada em Goiânia tem valores assimilados e reapropriados de diversos lugares de que a capital goiana recebe influências. Por isso, nos caminhos e desvios da pesquisa, investigo definições e conceitos de cópia e referências, precedendo de uma relevância para entender como um processo social de busca de valores de uma sociedade acontece em outra. Deste modo, os deslocamentos não são apresentados apenas a partir de um sentido único referente à reprodução de um artigo de moda elaborado, tais quais as instruções de uma receita técnica, orientando a imitação das qualidades funcionais, materiais e simbólicas de um produto.

Na Goiás Bordados, empresa de terceirização de bordados industriais, tive meu primeiro contato profissional e pude perceber que as histórias e os relatos que bibliografias estrangeiras e nacionais descreviam sobre como deveria ser o trabalho do designer de moda era completamente diferente de tudo o que vinha vivenciando. O mercado estava-me ensinando, àquela época, que a realidade apresentada pela universidade não era a mesma do universo em que um designer de moda de pequenas e médias empresas trabalhava. Eu tinha que copiar modelos e uma série de referências para produzir meu trabalho com o intuito de que as “criações” que desenvolvia fossem aceitas por um patrão e por um público a que se destinavam as produções.

Além disso, outras implicações pareciam “inundar” minha mente. Na **Imagem 2**, fotografei um momento que define a idéia que fiz de Goiânia, ao perambular por um dos pólos de moda desta capital – as ruas que ladeiam a Avenida Bernardo Sayão,

logradouro reconhecido por ser um espaço de vendas de artigos de moda. Um personagem bucólico como um cavalo aparece em meio às lojas que vendem geralmente roupas. Esta imagem foi oportunamente captada no ano de 2010 com o intuito de relembrar projeções do que eu refletia em 2007. A confusão sobre o que seria urbano para mim era acrescentada à soma de um personagem como este, tão ligado ao ambiente rural. Isso somado à publicidade, invadindo as fachadas de lojas, misturando-se ao tráfego, parecia uma combinação de elementos que me lembravam de como eu teria de desenvolver um produto que atendesse necessidades peculiares de um público em tal espaço geográfico.



**Imagem 2** – Trecho de uma das ruas que faz esquina com a Av. Bernardo Sayão. Fonte: acervo pessoal.

A profusão de imagens em Goiânia vista por este ângulo, onde cena rural e urbana convivem, é discutida em meu projeto a partir de uma discussão da imagem em um ambiente que me cerca. Daí, começo a realizar conexões entre cultura e desenvolvimento metodológico de uma pesquisa sobre moda. Minha trajetória foi um deslocamento, pois as impressões que tive sobre Goiânia foram interpretações pessoais a partir de minha origem da cidade de Fortaleza. Fui-me deslocando de minha cidade natal, minha zona de conforto, até outro espaço que estava disposto a

desbravar. Em Goiânia, encontro-me de novo, realizando investigações sobre as primeiras impressões que tive desta capital no Centro-Oeste. Meus caminhos vão-se misturando aos percursos da pesquisa em um movimento que vai “de um ponto a outro ponto, em outro lado” (MESQUITA, 2008, p. 8), ziguezagues agitadores da minha vida reglizada em meio a “turbulentas paisagens” (PRECIOSA, 2005, p. 25).

### ... ZAGUE, agora é o tal do mestrado

Voltei a Fortaleza, trabalhei como designer e terminei meu curso de moda, mas ficava matutando sobre sensações que tive lá naquela cidade no meio do Brasil. Não parava quieto, queria saber o que era aquilo que tanto me impressionava em Goiânia. Não bastaram sessões de psicanálise que por volta e outra me colocavam diante das lembranças de um lugar que de manhã o povo comia pão-de-queijo e ao invés de dizer “arriégua!”, diziam “uai!”. E vinha a história da cópia no meu quengo<sup>ii</sup> e não foi *Aprocrifopatia* nenhuma que me segurou na Terra do Sol. Inventei de passar no mestrado lá na Terra do Uai.

Foi no mestrado que li um texto de Deborah L. Smith-Shank, arte-educadora estadunidense. Sua pesquisa é baseada na percepção e surpresa que reconheceu ter ao descobrir que as Sheela-Na-Gig poderiam adornar igrejas e mosteiros na Irlanda do Norte, pois as Sheelas (como ela as chama), são estatuetas que tem a aparência de uma “mulher agachada com expressão de dor levanta[ndo] suas pernas por detrás da cabeça enquanto, com as mãos, abre sua vulva” (SMITH-SHANK, 2008, p. 58). Ela não acreditava que a Igreja Católica havia comissionado aqueles objetos e adornara a arquitetura de espaços religiosos com “esculturas de mulheres feias, em posições vulgares, sugestivas e grotescas [...]” (SMITH-SHANK, 2008, p. 58).

Ao ler seu texto, sinto-me muito próximo a suas surpresas diante das Sheelas. Da mesma forma, eu não entendia como a indústria goianiense de moda investia tanto em cópia para desenvolver seus produtos, ao invés de criação. Para mim, aqueles objetos eram desagradáveis, porquanto tinham um valor inferior ao que eu suponha ser um produto original. Minha percepção era de estranhamento desses artigos, assim como Smith-Shank teve das estatuetas. Ao lembrar de minha experiência, tento também compreender que percepções os profissionais de moda

têm com estas peças por meio da cultura visual, buscando “abolir algumas das fronteiras de distinção entre as chamadas alta cultura e cultura de massa ou popular” (LODDI, 2010, p. 70).

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, possibilitando consonâncias da moda na cultura em um estágio avançado do capitalismo. Os juízos dos estrangeiros fazem uma idéia local daqueles que lhe são estrangeiros e isso muito me interessa, quando a exposição desses juízos fazem, às vezes, reconhecer em nós uma cultura nativa.

Nesta perspectiva, 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) sobre a 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 (2003, p. 94), compreendo que todo 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”. Aliados a estes autores que discutem localidade, serão utilizados os pensamentos de Barnard (2003), introduzindo reflexões entre moda, design e cultura visual.

A partir desses referenciais, o projeto de investigação prevê entrevistas episódicas com designers formados no curso de graduação em Design de Moda da UFG para dialogar com posições de 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 serão relacionados a questionamentos sobre a indústria da cópia no mercado goianiense.

Para as entrevistas episódicas, selecionei um grupo de seis profissionais, compreendendo colegas da turma na qual realizei intercâmbio na UFG. A escolha deles deve-se ao fato de que participaram de minhas descobertas e deslocamentos sobre percepções que tive da cópia. Então, desejo compreender como decorreu a mudança das idéias de meus colegas a respeito da cópia (comparando aos meus trajetos), já que, atualmente, estão ativos no mercado de moda goianiense.

### **O CHAFURDO vai costurando o ziguezague de minhas trajetórias e deslocando minhas percepções**

Além das possibilidades metodológicas supracitadas, que são inerentes ao desenvolvimento de uma pesquisa, desejo mostrar como percursos desta análise vêm sendo deslocados por alguns pontos de minha trajetória de vida, vindo de um lugar e retornando a ele outra vez. O ziguezague de Cristiane Mesquita cai bem à afinidade com meu chafurdo em Goiânia. Tenho dificuldade de definir alguns regionalismos porque parte deles só tem significação melhor compreendida quando vivenciados no espaço de origem. Portanto, se eu pudesse traduzir o que é “chafurdo”, eu diria que é uma “confusão”. Com o quengo desordenado, em conflito, é que as idéias sobre Goiânia e o que eu percebia como cópia vinha surgindo das conversas com meus colegas, da minha relação profissional e dos meus estudos na universidade. Chafurdando, vou-me recordando de situações da primeira impressão (**ZIGUE...**), até deslocar minha percepção, voltando à Goiânia (... **ZAGUE**).

Para finalizar, gostaria ainda de lembrar uma frase de Ludmila Brandão (2010, p. 76) que me parece irônica: “Os originais que se cuidem. Seus dias estão contados”. É também por este viés que minha pesquisa transforma e desloca meu olhar, pois através das considerações de Brandão, suspeito que minha forma de pensar tem sido modificada ao longo de minhas perambulações no espaço que circunda os produtos copiados em Goiânia. Brandão me deu uma pequena sacudida quando li o trecho acima que foi citado, ao discorrer sobre algumas possibilidades de condenação da cópia no Ocidente. No seu texto, a cópia parece rir das originais, zombando da autenticidade lavrada a objetos exclusivos. Com toda a preocupação que me surgiu no tempo que eu trabalhava como designer em Goiânia, atualmente,

posso entender um pouco do universo das cópias, pois acabo participando dele e rindo um pouco com elas.

Não pretendo comprovar coisa alguma com o meu trabalho relativo ao que é ou não é autêntico; em vista disso, desejo demonstrar parte desse cosmos 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

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.

BARNARD, Malcom. **Moda e comunicação**. Tradução de Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003. Título original: Fashion as communication.

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.

BRANDÃO, Ludmila. Práticas subalternas de consumo e de cópia: breve genealogia de suas condenações e conseqüências sócio-políticas. In: MARQUES FILHO, Adair; MENDONÇA, Míriam da Costa Manso Moreira de (Org.). **Modos de ver a moda**. Goiânia: Ed. da PUC Goiás, 2010.

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.

LODDI, Laila Beatriz da Rocha. **Casa de bricolador (a)**: cartografias de bricolagens. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Cultura Visual (PPGCV), Faculdade de Artes Visuais (FAV), Universidade Federal de Goiás (UFG), Goiânia, 2010.

LOPES, Humberto Pinheiro. Apocrifopatia: um olhar crítico entre arte e moda através de um ato performático. In: ENCONTRO CENTRO-OESTE DE DESIGN DE MODA (ECOM), 4, 2010, Goiânia. **Anais do 4º Encontro Centro-Oeste de Design de Moda**. Goiânia: Faculdade de Artes Visuais (FAV) da Universidade Federal de Goiás (UFG), 2010a. 1 CD-ROM. ISSN: 1984–13X. Não paginado.

\_\_\_\_\_. **Correlatos de Apocrifopatia**. Trabalho de conclusão de curso (monografia). Curso de Estilismo e Moda, Instituto de Cultura e Arte (ICA), Universidade Federal do Ceará (UFC), Fortaleza, 2009.

MESQUITA, Cristiane. **Políticas do vestir**: recortes em viés. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Psicologia Clínica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo, 2008.

MITCHELL, W. J. T. Como caçar (e ser caçado por) imagens: entrevista com W. J. T. Mitchell. **E-Compós**: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Brasília, v. 12, n. 1, pp. 1–17, jan./abr. 2009. ISSN 1808–2599. Entrevista concedida a Daniela B. Portugal e Rose de Melo Rocha. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/376/327>>. Acesso em: 21 mar. 2011.

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

PRECIOSA, Roseane. **Produção estética**: notas sobre roupas, sujeitos e modos de vida. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005 (Coleção moda e comunicação).

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.

---

<sup>i</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Cultura Visual da Universidade Federal de Goiás (UFG), orientado pela Profa. Dra. Míriam da Costa M. Moreira de Mendonça. Bacharel em Estilismo e Moda (2009) pelo Instituto de Cultura e Arte (ICA) da Universidade Federal do Ceará (UFC).

<sup>ii</sup> Sou um nativo bem cearense que, de vez em quando, usa o regionalismo “quengo” para denominar a parte do corpo humana conhecida como cabeça.