

NARRATIVAS AUTOBIOGRÁFICAS NA PESQUISA QUALITATIVA: IMPLICÂNCIAS DAS CÓPIAS NA MODA

*Autobiographical narratives in qualitative research:
implications of copies in fashion*

Humberto Pinheiro Lopes
Universidade Federal de Alagoas
humberto.lopes@eta.ufal.br ✉

PROJÉTICA

COMO CITAR ESTE ARTIGO:

LOPES, H. P. Narrativas autobiográficas na pesquisa qualitativa: implicações das cópias na moda. **Projética**, Londrina, v. 11, n. 1, p. 14-31, 2020. Supl.

DOI: 10.5433/2236-2207.2020v11n1suplp14

Submissão: 16-09-2018

Aceite: 15-07-2019

RESUMO: Este artigo apresenta parte de uma pesquisa vinculada ao Doutorado em Estudos Contemporâneos da Universidade de Coimbra (UC) que avaliou como os produtos copiados da indústria da moda são comercializados mediante uma censura sociocultural. A fim de refletir sobre essa censura e suas implicações na atividade do *design*, foi selecionada para este artigo parte da metodologia de abordagem qualitativa, destacando as narrativas autobiográficas como um dos percursos para observar as discrepâncias de discursos socialmente dominantes que divergem produtos copiados de originais.

Palavras-chave: cópia, indústria da moda, pesquisa qualitativa e narrativas autobiográficas.

ABSTRACT: *This paper presents part of a PhD research which evaluated how fashion industry copied products are commercialized, considering a cultural, and social censorship. To discuss about this censorship, observing design activity, it was selected part of a qualitative research, pointing out narratives as one of paths used to analyse discordances of social dominant discourses which segregates copied products, and originals ones.*

Keywords: *copy, fashion industry, qualitative research, and narratives.*

INTRODUÇÃO

Este artigo compreende parte de uma pesquisa de doutorado que foi vinculada ao curso de Estudos Contemporâneos do Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX (CEIS20) da Universidade de Coimbra (UC), ocorrida entre 2013 e 2018. A pesquisa teve como objetivo central avaliar como os produtos copiados

de moda são comercializados perante uma criminalização corroborada por uma censura sociocultural. A fim de explorar um excerto da temática, para este artigo, selecionei¹ parte da metodologia de abordagem qualitativa utilizada. A metodologia selecionada foi centrada nos relatos de narrativas autobiográficas que pontuam situações relativas à censura sociocultural observada na comercialização de produtos de moda copiados.

A escolha por evidenciar tal parte da pesquisa dá relevância a uma seleção de informações referentes aos discursos socialmente dominantes que marginalizam os produtos copiados da indústria da moda. De acordo com Meyer (2010), ao citar Bonfim (1997) e Friedman (2003), a pesquisa em *design* trata, entre outros temas, sobre a reflexão da teoria do *design* baseada em um contexto inter ou transdisciplinar. Para Bonfim (1997), o contexto deve observar o contato do *design* com diferentes áreas do conhecimento científico. Entre elas, encontram-se aquelas cujos conhecimentos se referem a conceitos genéricos sobre o contexto social da atividade do *design* a partir de implicações culturais, econômicas e políticas.

Por essa razão, a reflexão sobre o lugar marginalizado dos produtos copiados na indústria da moda ganha espaço à medida em que são levantados conceitos sobre o contexto analisado concernente à autenticidade e ao próprio reconhecimento sobre a cópia, implicando diretamente na forma como se percebem os produtos em causa, a partir de impactos de âmbitos distintos. No caso deste artigo, apresento conflitos que demonstram dicotomias entre a noção que difere cópias e originais, com a finalidade de levantar uma construção cultural que delimita a divisão dessa diferença. Entre as principais bibliografias abordadas, Berté (2014) é utilizada para alicerçar as bases para as narrativas e Flick (2009), Fraser e Gondim (2004) e Taylor, Bogdam e Devault (2016) para mostrar os aspectos da pesquisa qualitativa; enquanto Ambrosi, Pimienta e Pegeout (2005) e Martins (2010) auxiliam na discussão a respeito das cópias na indústria da moda.

1 Este artigo é escrito na primeira pessoa do singular. No tópico **PERCURSO METODOLÓGICO**, esclareço esta posição.

O artigo segue com o tópico **PERCURSO METODOLÓGICO**, abordando as bases da pesquisa qualitativa, ao destacar o uso das narrativas autobiográficas. Em seguida, trato no tópico **CONFLITOS INICIAIS** parte da problemática relativa ao lugar marginalizado da palavra cópia com o intuito de introduzir a questão no âmbito da temática das narrativas. No tópico **OS DISCURSOS DIRIGIDOS ÀS CÓPIAS**, apresento duas narrativas, ao explorar situações em que participei como *designer*, ao refletir sobre a posição das cópias na indústria da moda. Nas **CONSIDERAÇÕES FINAIS**, pondero o lugar estabelecido às cópias, mais marginalizado devido a um discurso dominante que caracteriza sua inferioridade em razão de interesses e conveniências.

PERCURSO METODOLÓGICO

Por meio da abordagem qualitativa, investigo produtos inseridos em um ambiente social: as cópias de produtos de marca que circulam nos mercados formal e informal. Flick (2009) defende que a pesquisa qualitativa demonstra uma relevância sobre as relações sociais, o que permite interpretar uma realidade sociocultural existente por meio de uma ligação com o objeto analisado. Ao analisar a circulação das cópias, a pesquisa qualitativa é um dos recursos utilizados para (re)conhecer os processos que constituem esta circulação, com o propósito de compreender as motivações, os significados e os valores que mantêm as visões da realidade analisada (FRASER; GONDIM, 2004) relativa à comercialização de produtos de moda copiados. Com isso, evidencio narrativas diversas que se situam no plano da individualidade e da subjetividade, compreendendo uma perspectiva por estruturas que se conectam, sobretudo, por meio de relatos pessoais.

A pesquisa qualitativa emprega variados instrumentos para a análise de dados, aparecendo sob a forma de anotações de campos e diferentes tipologias de informações. Envolve dados que descrevem os lugares, as pessoas e os processos da

situação estudada a partir de um contato direto com o pesquisador. O pesquisador pode participar do processo como parte integrante. Nesse processo, o investigador dispõe sua visão e opiniões com o propósito de complementar sua avaliação. Ao buscar a visão participante de quem investiga, a pesquisa demonstra que algumas situações emergem dados captados no momento da construção analítica. O momento não se perde e passa a tecer uma rede de informações conectadas, preenchendo as dúvidas a serem questionadas. Por isso, decido colocar-me no texto utilizando a primeira pessoa do singular. Optando por essa perspectiva, pretendo que o “alcance deste trabalho também seja o mais plural possível. A academia e a vida cotidiana estão histórica e demasiadamente distanciadas uma da outra; desequilibradas entre si por uma hierarquia, no mínimo, improdutiva e desprovida de sentido” (VEIGA, 2017, p. VII).

Ao buscar o ponto de vista de Veiga (2017), atento para uma linguagem que, segundo a autora, aplaca o distanciamento entre a academia e a vida cotidiana. Conforme Veiga (2017), o diálogo e a cumplicidade possibilitados entre o uso do pronome “eu” e a pesquisa constroem uma pluralidade, ao expressar o “nós” dentro da ótica acadêmica. A pesquisa qualitativa percebe os fenômenos analisados de acordo com a visão dos participantes do estudo, que pode ser a própria visão do pesquisador.

A visão do pesquisador auxilia a perceber o comportamento de uma estrutura da qual se pode interpretar as ações, os pensamentos e os sentimentos de quaisquer colaboradores (GODOY, 1995a, 1995b) e dados, sem deixar de incluir a visão de quem pesquisa. As narrativas autobiográficas constroem um universo que auxiliam o pesquisador a coletar os dados a partir de uma perspectiva que inclui suas próprias experiências dentro de um contexto autoexploratório. O contexto abrange aspectos das suas experiências, da sua formação, das suas percepções e das suas vivências, ao auxiliarem o *corpus* da pesquisa, buscando elementos que alimentam a própria pesquisa a partir de histórias articuladas com

o objeto em causa. Ao buscar a abordagem qualitativa, caracterizo o interesse do pesquisador em compreender como as pessoas enxergam as coisas (TAYLOR, BOGDAM; DEVAULT; 2016). Ao observar a ótica do outro, o pesquisador qualitativo desenvolve uma empatia com o universo investigado, construindo relações com diferentes dados e pessoas para caracterizar uma visão holística do que analisa.

Portanto, dou relevo a aspectos contextuais, com implicações autobiográficas e as narrativas da memória, assim como o fez Berté (2014). Tal qual a perspectiva desse autor, narro relatos, assumindo conflitos referentes à posição que as cópias e os originais ocupam na vida social. Nas trilhas que Berté (2014) empreende, vou também caminhando, emergindo as aprendizagens e os desafios que vivenciei. O papel que assumo na narrativa exposta dá ênfase às percepções encaradas sobre sentidos atribuídos aos produtos copiados.

CONFLITOS INICIAIS

Já me deparei com algumas situações em que a cópia era acompanhada de posições contraditórias, levando-me a um conflito sobre o uso da palavra nos contextos usualmente empregados, fazendo-me adotar uma postura reflexiva, ao criticar a posição a que era atribuída. A palavra cópia surgia-me como um indicador negativo potencializado pelas informações institucionais as quais eu tinha acesso: o ensino formal e os veículos de comunicação de massa contribuía para consolidar minha abjeção sobre ela.

Devido especialmente à minha formação superior em Moda, reproduzia uma ideia dominante de que as cópias eram danosas e de baixo valor simbólico. Durante meu trajeto na graduação, fui instruído a compreender que, para desenvolver a criatividade, dependia de um modelo que se opunha à prática das cópias. Copiar era algo menor, um recurso utilizado por quem não conhecia

as orientações do conhecimento formal. As cópias eram resultado da falta de um projeto porque não se caracterizavam como consequência de uma reflexão crítica que somente a produção criativa poderia ofertar. Enquanto copiar era fácil e rápido, criar se tornava uma tarefa difícil e que demandava tempo. Se eu copiasse, meu trabalho seria caracterizado como inferior, pois teria utilizado de um recurso danoso à indústria, causando a esta prejuízos financeiros. Além disso, copiar representava um roubo da criação alheia, pois tomava desrespeitosamente o tempo que alguém se debruçou para refletir sobre o trabalho realizado. Era um desrespeito ao criador, pois o ato contraria uma ética de trabalho, desconsiderando relações de moral instituídas pela primazia do ato criativo.

À frente dos desafios e das tensões que envolvem as cópias, referentes a seus conceitos e suas definições, dou relevância a aspectos contextuais, utilizando de relatos da minha trajetória. Como na perspectiva de Berté (2014), que faz uso de implicações autobiográficas e narrativas de memória, trago reflexões acerca de imagens, lugares e pessoas que marcaram meu caminho. Narro relatos pessoais, assumindo os conflitos relativos à posição que as cópias ocupam no mercado e na indústria da moda. Revelo nas trajetórias pessoal e profissional o desenvolvimento da pesquisa, vinculando-a ao que Souza (2004) compreende como deslocamentos que vão em busca de aprendizagens construídas ao longo da vida e dos desafios revelados no processo de investigação e formação. Assim como Souza (2004), construo sentidos sobre a vida e a profissão por meio de um diálogo intertextual.

Como estudante, *designer* e pesquisador, exploro caminhos, avizinando memórias de um trajeto onde vivenciei impressões que envolviam a presença das cópias. Nas trilhas que Berté (2014) empreende, vou também caminhando, fazendo emergir as aprendizagens e os desafios que vivenciei. Teço narrativas que apontam uma construção identitária a partir daquilo que Delory-Momberger (2011) denomina de formas coletivas. Tais formas condicionam e refletem as relações consigo mesmo e com outros em uma cultura. Para Delory-Momberger (2011, 2012), os modelos

narrativos ofertam esquemas e modalidades de relação com quem narra por meio de processos de aprendizagem e formação estruturados por uma lógica biográfica, fazendo significar os acontecimentos e as situações da existência do narrador, com o propósito de revelar as formas construídas que dá à sua experiência. Tais modelos permitem dar forma à experiência vivida, sendo interpretados por práticas que a autora reconhece como “procedimentos de formação através das histórias de vida” (DELORY-MOMBERGER, 2011, p. 340). A narrativa, conforme a autora, constrói a história e estabelece sentidos. Delory-Momberger (2011) alerta que isso ocorre de forma provisória e inconclusa, porque quem narra dá forma à existência e à experiência, levando em conta um estado informe e uma vivência incerta e inapreensível. Ainda acrescenta que a biografia abrange uma dimensão do agir humano que permite estruturar, integrar e interpretar os acontecimentos e as situações vividas, pois a construção biográfica se constitui *per se* como um processo global de aprendizagem, ao mobilizar o sujeito a apreender por meio das circunstâncias que a vida lhe oferece. A biografia abrange a formação pessoal em relação às inscrições socioculturais que “condicionam suas formas, quanto às aprendizagens mais formais e informais mais específicas” (DELORY-MOMBERGER, 2011, p. 344).

Com a reflexão desses autores, acerco-me da autobiografia para organizar as circunstâncias das minhas trajetórias pessoal e profissional. Algumas das circunstâncias trouxeram à tona situações que transmitem uma *temporalidade biográfica* da experiência e da existência (DELORY-MOMBERGER, 2012, p. 524, grifos da autora). O papel assumido nas narrativas dá ênfase às percepções com as quais eu encarava as cópias, interpretando-as em uma dimensão formadora das experiências que transparecem marcas e imprimem reflexões, segundo avalia Souza (2004). Fustigando lembranças, recorro a dúvidas e incômodos a respeito do lugar das cópias na minha formação e na minha vida.

OS DISCURSOS DIRIGIDOS ÀS CÓPIAS

Durante minha prática como *designer*, surgiam incoerências nos discursos em que a palavra cópia era utilizada, coincidindo com a postura que Ambrosi, Pimienta e Pegeout (2005) refletem sobre a falta de neutralidade das palavras: detêm sentidos, por vezes, disparates. Alguns significados que as palavras contêm representam conflitos, pois atendem aos interesses de quem as estabelecem e decretam seus sentidos. O interesse de grupos dominantes na cultura e na política reforça-se diante das representações que atribuem às palavras, orientando uma condição conservadora sobre seus significados. O poder de grupos socialmente dominantes sustenta-se por meio do discurso e da força que as palavras representam. As palavras possuem um lugar situado segundo o interesse mantido pelo poder desses grupos, inclinados a manterem seus *status quo*. Esse lugar, para os autores, representa uma composição de desafios ideológicos. A cópia é uma palavra que compõe um desses desafios.

A palavra cópia assemelha-se à carga semântica de confusão, desordem e incerteza que Morin (2006) pondera sobre a complexidade, somada à ideia de pulsação que também atenta Preciosa (2005). Ambos os autores apresentam a complexidade em meio à imprevisibilidade que se associa, tal como as cópias: são um conflito para as relações econômicas, políticas e sociais. Ao causar confusão e desordem face às regras estipuladas pelo mercado, as cópias fazem pulsar um consumo que mais traz incerteza, questionando valores estabelecidos. A palavra cópia encontra-se estabelecida diante dos sentidos ofertados por grupos socialmente dominantes no mercado e na indústria da moda. Representada por posições majoritariamente negativas, as diferentes acepções que a palavra cópia recebe podem suavizar ou decretar a criminalidade contida no discurso de quem a profere: as corporações da indústria da moda, uma elite que prefere consumir produtos considerados originais de marcas conceituadas e a legislação na figura do Estado, condicionando modos de vida e posições na sociedade e pela cultura (BRANDÃO, 2011; LOPES, 2014).

A palavra cópia se assemelha à carga semântica de confusão, desordem e incerteza que Morin (2006) pondera sobre a complexidade, somada à ideia de pulsação que também atenta Preciosa (2005). Ambos os autores apresentam a complexidade em meio à imprevisibilidade que se associa, tal como as cópias: são um conflito para as relações econômicas, políticas e sociais.

Apesar da posição maioritariamente negativa, contextos pessoais assinalam momentos relevantes que deslocaram minha forma de agir referente à torpeza reconhecida às cópias: no mercado informal, consumia cópias de marcas reconhecidas, produtos que considerava de boa qualidade; como *designer*, (re) criava produtos a partir de referências existentes, copiando modelos de outros profissionais. O sentido atribuído é cabível quando a situação se reverte a favor dos interesses envolvidos. Isso me recorda duas ocasiões, envolvendo noções conflitantes referentes à palavra cópia, que vivenciei na década de 2000 em uma mesma empresa, quando trabalhava como *designer*.

A primeira ocasião é relativa ao fato de que os produtos desenvolvidos para a empresa a qual eu trabalhava considerava alguma exclusividade sobre o projeto dos *designs* realizados. Um desenho da empresa surgiu reproduzido em outro estabelecimento, alertando para um dos meus supervisores que haviam sido vazadas informações do projeto. Devido a isso, meu ex-patrão dizia de forma exaltada: “Alguém nos copiou!”. Foi uma sentença assim que indicou a atitude de um empresário indignado em virtude da questão. Sua reação justifica-se por uma das perspectivas que Knoll e Echeverria (2014) sugerem sobre o êxito de empresas ao posicionarem-se no mercado. A inovação e a criatividade constituem-se como ferramentas que distinguem as empresas de suas concorrências, ao protegerem o capital humano, os desenhos, as marcas e os segredos comerciais². Como atenta Bergamo (2007), os empresários preocupam-se em desenvolver produtos para seu público-alvo antes que seus concorrentes diretos o façam. Meu ex-patrão desejava estar provavelmente à frente da concorrência ou ainda assegurar-se sobre um acordo firmado com um cliente. Nas duas hipóteses, revelou-se o quanto a criação de um produto se torna alvo de uma proteção que permanece desde seu lançamento até sua comercialização. É uma situação que aponta um componente

2 O segredo comercial é uma informação, uma fórmula confidencial ou um artefato que consiste em uma proteção secreta de uma vantagem competitiva para o detentor de seu direito (KINSELLA, 2008, 2010).

ético, pois paira uma conduta considerada desleal. O fato acendeu-me a ideia de como as cópias podiam ter um significado pejorativo.

A segunda ocasião remete ao tempo dedicado para a produção das peças encomendadas. Era comum que, devido à demanda dos pedidos dos clientes, não houvesse tempo suficiente para desenvolver um projeto que criasse um modelo diferente dos já existentes no mercado. O volume de peças solicitado ou a prontidão requisitada pela clientela eram a medida do prazo acertado. Por causa da exigência de atender aos prazos estipulados para a produção, eu era orientado a fazer alguma coisa que, de preferência, atendesse às necessidades dos clientes como, por exemplo, reproduzir desenhos existentes. O meu conflito instalou-se entre a situação que meu ex-patrão havia condenado a cópia e a reprodução de desenhos sem que houvesse dedicação às etapas do ato criativo como havia aprendido na minha formação superior em Moda.

Copiar, portanto, era inadmissível se a prática causasse danos financeiros, uma vez que se vazassem informações exclusivas, os acordos firmados poderiam abalar o reconhecimento da empresa. Porém, quando precisávamos manter o volume de produção, reproduzindo produtos já confeccionados, a cópia era aceitável. As duas situações fazem reconhecer que as cópias se posicionam em um lugar transversal, onde a qualificação de valores se mistura, uma vez que uma representa atraso e outra progresso.

A primeira e a segunda situações envolvem uma ideia que opõe dois sentidos ofertados à palavra cópia. A oposição demonstra as categorias de um sistema simbólico, o qual objetos são separados e classificados, indicando valores a partir da posição que ocupam; e considera uma hierarquia ou prestígio que condicionam aos objetos menor ou maior valor, conforme pontua Martins (2010). Ainda de acordo com o autor, os sistemas simbólicos resultam de mecanismos por meio dos quais objetos têm um valor que lhes são atribuídos relativamente a uma

rede de significados com outros objetos e imagens. É no interior de uma rede de significados que cópias e originais ganham valores instituídos por intermédio de práticas culturais estabelecidas e preservadas por uma tradição em que se opera o valor dos originais superior ao das cópias.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como *designer*, demonstrei condições de valoração em que é possível observar o valor negativo dirigido ao discurso socialmente construído aos produtos copiados da indústria da moda. Assim sendo, ao demonstrar as narrativas propostas, indico por meio de relatos pessoais, circunstâncias que operam as formações pessoais e profissionais que abrangem um universo caracterizado por discrepâncias entre cópias e originais. Ao destacar as discrepâncias, dou voz a discursos eclipsados por outros discursos mais dominantes que, geralmente, ofertam mais espaço àquilo que é de maior valor significativo, os produtos de moda considerados originais.

A relevância de observar esses discursos perpassa as formações pessoais e profissionais mencionadas. É possível questionar lugares estabelecidos que, dificilmente, dão abertura para compreendermos processos que passam pela proteção hegemônica de uma visão já reconhecida. Ao relatar as narrativas, busco caracterizar a importância de apontar perspectivas que contrariam o valor negativo costumeiramente dirigido às cópias. Indico o conflito de posições analisadas no universo do *design* de moda que estabelece, por vezes, diferenças rigidamente contrárias entre cópias e originais. Com os relatos demonstrados, é possível observar algumas brechas, em que tal modelo opositivo pode ser contraditório.

Estabeleço uma pesquisa que dá relevância a aspectos da individualidade e da subjetividade. Considerando esses aspectos, observo os lapsos de um sistema que

desequilibra uma imagem destinada a dois tipos de produtos: copiados e originais. Ao notar o desequilíbrio, pauto a necessidade de ser descortinada as incoerências de um discurso hegemônico que privilegia as posições que lhe são convenientes. As posições de conveniência não devem ser encaradas com ingenuidade, uma vez que produzem consequências diretamente na educação e na política. A formação de um *designer* de moda, atrelada intimamente à criação, descarta os modelos da cópia, sem criticizar as circunstâncias e os problemas direcionados à questão, evidenciando uma lacuna ofuscada por uma ideia dominante do que pode ou não ser elaborado, considerando os modelos criativos propostos ainda na sua formação acadêmica. Os produtos copiados de moda não devem ser simplesmente “vitimizados” diante do desequilíbrio mencionado. Todavia, as lacunas aqui apresentadas a partir dos relatos narrados mostram também que esses produtos não devem ser completamente marginalizados sem uma efetiva discussão sobre a real diferença entre critérios e qualidades estabelecidos pela cultura e pela sociedade.

REFERÊNCIAS

1. AMBROSI, Alain; PIMIENTA, Daniel; PEGEOUT, Valérie. Desafio das palavras: história de um projeto. *In*: AMBROSI, Alain; PEUGEOT, Valérie; PIMIENTA, Daniel. (coord.) *Desafios de Palavras: enfoques multiculturais sobre as sociedades da informação*. Caen: C&F Éditions, 2005.
2. BERGAMO, Alexandre. *A experiência do status: roupa e moda na trama social*. São Paulo: Editora UNESO, 2007.
3. BERTÉ, Odailson Sinvaldo. *Corpos se (mo)vendo com imagens e afetos: dança e pedagogias culturais*. 2014. 338f. Tese (Doutorado em Arte e Cultura Visual) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2014.
4. BOMFIM, G. Fundamentos de uma Teoria Transdisciplinar do Design: morfologia dos objetos de uso e sistemas de comunicação. *Estudos em Design*. V. V, n. 2, dez. 1997.
5. BRANDÃO, Ludmila. Ensaio sobre a cópia na era da hiper-reprodutibilidade técnica. *In*: PRECIOSA, Rosane; MESQUITA, Cristiane. (org.). *Moda em zigzague: interfaces e expansões*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.
6. DELORY-MOMBERGER, Christine. Abordagens metodológicas na pesquisa biográfica. *Revista Brasileira de Educação*, v. 17, n. 51, pp. 526-536, set.-dez. 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbedu/v17n51/02.pdf>>. Acesso em: 7 jun. 2016.

7. DELORY-MOMBERGER, Christine. Fundamentos epistemológicos da pesquisa biográfica em educação. *Educação em Revista*, Belo Horizonte, v. 27, n. 01, pp. 333–346, abr. 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/edur/v27n1/v27n1a15.pdf>>. Acesso em: 7 jun. 2016.
8. FLICK, Uwe. *An introduction to qualitative research*. 4 ed. Los Angeles: Sage, 2009.
9. FRASER, Márcia Tourinho Dantas; GONDIM, Sônia Maria Guedes. Da fala do outro ao texto negociado: discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa. *Paidéia*, Ribeirão Preto, v. 14, n. 28, pp. 139–152, ago. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-863X2004000200004&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 23 dez. 2016.
10. FRIEDMAN, K. Theory construction in design research: criteria: approaches, and methods. *Design Studies*, 24, 2003.
11. GODOY, Arilda Schimdt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 35, n. 2, pp. 57–63, mar./abr. 1995a. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v35n2/a08v35n2.pdf>>. Acesso em: 21 dez. 2016.
12. GODOY, Arilda Schimdt. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 35, n. 3, pp. 20–29, maio/jun. 1995b. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v35n3/a04v35n3.pdf>>. Acesso em: 21 dez. 2016.

13. KINSELLA, Stephan. *Against Intellectual Property*. Auburn: Ludwig von Mises Institute, 2008.
14. KINSELLA, Stephan. *Contra a propriedade intelectual*. Tradução de Rafael Hotz. São Paulo: Instituto Ludwig von Mises Brasil, 2010. Título original: "Against Intellectual Property".
15. KNOLL, Susy Bello; ECHEVERRIA, Pamela. La moda, el derecho e la RSE: relaciones e intercambios entre 3 universos. *Tiempo Argentino*, ano 51, 6 jul. 2014. Disponível em: <http://fonres.com/panel/upload/file/23-SuplementoRS_TiempoArgentino_06.07.2014_Final.pdf>. Acesso em: 15 out. 2015.
16. LOPES, Humberto Pinheiro. *Chafurdos das cópias: heróis e vilões na história da Moda*. Goiânia: Editora da UFG, 2014.
17. MARTINS, Raimundo. Hipervisualização e territorialização: questões da Cultura Visual. *Educação & Linguagem*, v. 13, n. 22, pp. 19-31, jul.-dez. 2010. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/EL/article/viewFile/2437/2391>>. Acesso em: 14 mar. 2016.
18. MEYER, Guilherme Côrrea. Reflexões sobre a caracterização da pesquisa científica e da prática profissional no design. *Estudos em Design*, v. 18, n. 2, 2010.
19. MORIN, Edgar. *Introdução ao pensamento complexo*. Tradução de Eliane Lisboa. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006. Título original: "Introduction à la pensée complexe".

20. PRECIOSA, Rosane. *Produção estética: notas sobre roupas, sujeitos e modos de vida*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005 (Coleção moda e comunicação).
21. SOUZA, Elizeu Clementino de. *O conhecimento de si: narrativas do itinerário escolar e formação de professores*. 2004. 344f. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal da Bahia, Terra, 2004.
22. TAYLOR, Steven J.; BOGDAN, Robert; DEVAULT, Majorie L. *Introduction to qualitative research methods: a guidebook and resource*. 4 ed. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc., 2016.
23. VEIGA, Marcia Regina Medeiros. *Velhices e territórios: um estudo interdisciplinar no concelho de Coimbra, Portugal*. 2017. 323f. Tese (Doutorado em Estudos Contemporâneos), Universidade de Coimbra, Coimbra, 2017.