



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN**

ANA NEUZA BOTELHO VIDELA

JOALHERIA, ARTE OU DESIGN?

**RECIFE
2016**

Ana Neuza Botelho Videla

JOALHERIA, ARTE OU DESIGN?

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para obtenção do título de doutora

Orientadora: Profa. Dra. Kátia Medeiros de Araújo

RECIFE
2016

Catálogo na fonte
Bibliotecária Maria Valéria Baltar de Abreu Vasconcelos, CRB4-439

V652j

Videla, Ana Neuza Botelho
Joalheria, arte ou design? / Ana Neuza Botelho Videla. – Recife, 2016.
244 f.: il.

Orientador: Kátia Medeiros de Araújo.
Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de
Artes e Comunicação. Design, 2016.
Inclui referências e apêndices.

1. Desenho (Projetos). 2. Jóias. 3. Joalheria. 4. Arte. I. Araújo, Kátia
Medeiros de (Orientador). II. Título.

745.2 CDD (22.ed.)

UFPE (CAC 2016-147)

*ATA DE DEFESA DE TESE DE DOUTORADO, DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
DESIGN DO CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE
PERNAMBUCO, NO DIA 08 DE ABRIL DE 2016.*

Aos oito dias do mês de abril de dois mil e dezesseis (2016), às 10 horas, no Departamento de Design do Centro de Artes e Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, em sessão pública, teve início a defesa de Tese intitulada "Joalheria, arte ou design?" do(a) aluno(a) **Ana Neuza Botelho Videla**, que havia cumprido anteriormente todos os demais requisitos regimentais para a obtenção do grau de DOUTOR em Design. A Banca Examinadora foi composta pelos Professores: Virginia Pereira Cavalcanti, do Departamento de Design UFPE; Gentil Alfredo Magalhães Duque Porto Filho, do Departamento de Design da UFPE; Maria Alice Vasconcelos Rocha, do Departamento de Ciências Domésticas da UFRPE; Maria Grazia Cribari Cardoso, do Departamento de Ciências Sociais da UFRPE; Renata Wilner, do Departamento de Teoria da Arte e Expressão Artística da UFPE. Após cumpridas as formalidades, o candidato foi convidado a discorrer sobre o conteúdo da Tese. Concluída a explanação, o candidato foi argüido pela Banca Examinadora que, em seguida, reuniu-se para deliberar e conceder ao mesmo a menção APROVADA da referida Tese. E, para constar, eu, Flávia Regina Barbosa Magalhães, lavrei a presente Ata que vai por mim assinada, Secretária de Pós-Graduação, e pelos membros da Banca Examinadora.

Recife, 08 de abril de 2016

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Virginia Pereira Cavalcanti

Prof. Gentil Alfredo Magalhães Duque Porto Filho

Prof^a. Maria Alice Vasconcelos Rocha

Prof^a. Maria Grazia Cribari Cardoso

Prof^a. Renata Wilner

Dedico este trabalho aos meus pais,
Ricardo e Leoneide (in memorian).

AGRADECIMENTOS

A CAPES, pelo apoio financeiro com a manutenção da bolsa no meu estágio doutoral na Cidade do México;

À minha orientadora, Profa. Dra. Kátia de Araújo Medeiros, pela amizade, interlocução generosa e confiança em meu projeto;

Ao meu tutor na Universidad Autónoma Metropolitana – UAM, Iztapalapa, na Cidade do México, Prof. Dr. Rodrigo Diaz Cruz, por sua contribuição na condução da minha investigação;

Aos professores do PPG Design, pela enriquecedora parceria;

Aos professores do PPG Sociologia, em especial à Maria Eduarda Rocha, pelas preciosas sugestões no desenvolvimento do trabalho;

Aos componentes da banca de doutorado Gentil Porto, Virgínia Calvalcanti, Maria Alíce Vasconcelos Rocha, Maria Grázia Cardoso e Renata Wilner;

Aos funcionários do PPG Design, Flávia Magalhães e Marcelo Arcoverde por todo apoio e presteza no atendimento;

Aos meus colegas da UFCA, pelo apoio e suporte durante o meu afastamento;

Aos meus colegas do PPG Design, em especial à Auta Laurentino, Rosi Alves, Anelise Zimmermann, Angelica Acyoli, Elisa Serafim;

Aos meus informantes, Elizabeth Franco, Lívia Canuto, Virgílio Bahde, Willian Farias, Flammarion Vieira, Mirla Fernandes, os integrantes do “Sin Título”, em especial à Holinka Escudeiro, Francisca Kweitel, Grupo Broca, em especial à Marina Sheetikoff e Maria Alves de Lima, Thomas Cohn, Tissa Berwanger e Rudolf Ruthner;

Aos meus amigos e família, em especial à Moninha, Beth, Duda, Ana Rosa; à família recifense, em especial à Zélia; à família mexicana, ao Tito e Patrícia; à família carioca, à minha cunhada Mariana, ao meu irmão e cunhada, Leonardo, Bia e sobrinhos, Lucas e João;

Ao meu amor, Daniel, pela paciência, compreensão e ajuda durante toda trajetória.

“Conquistei palmo a pequeno palmo, o terreno interior que nascera meu. Reclamei, espaço a pequeno espaço, o pântano em que me quedara nulo. Pari meu ser infinito, mas tirei-me a ferros de mim mesmo”.

(Fernando Pessoa)

RESUMO

A proposta do estudo visou comparar duas formas de fazer joalheria, uma mais próxima dos paradigmas da arte e outra com um viés mais comercial para, dessa forma, entender os processos que condicionam a atuação dos produtores das duas categorias. Neste sentido, o objetivo da pesquisa foi identificar em quais circunstâncias a joalheria é considerada arte, por ser uma categoria orientada para a produção de trabalhos mais experimentais, os quais podem ter a intenção de problematizar a ornamentação corporal ou a linguagem da joalheria ou, ao contrário, em que contexto é compreendido como uma atividade fruto do processo de design, adotando, porém, os pressupostos da joalheria para atender ao mercado. Do ponto de vista metodológico, distinguir as características dos produtos gerados a partir da influência dos dois campos de atuação implicou no acompanhamento das práticas de produção, comercialização, eventos de divulgação dos segmentos e lançamentos de coleções, tanto das joias produzidas por designers de joias, quanto das joias produzidas por artistas joalheiros. A construção teórica da pesquisa objetivou abarcar o ponto de vista do sujeito e seu contexto, além da agência do objeto resultante da formação de coletivos produtores de joias. O estudo também abarcou a reflexão sobre corpo artefactual, não só em referência a um corpo fabricado, mas no intuito de entender o corpo como feito por artefatos. Neste sentido, a obra de Bruno Latour serviu como ferramenta para se pensar o corpo como constitutivamente sendo feito a partir da composição dos atores humano e atores não-humanos. Assim, um dos aspectos que se discute são as redes entre sujeitos e seus objetos. Como resultados, observamos que os joalheiros, por se situarem entre os dois campos de práticas, parecem se encontrar em um espaço liminar. De um lado, afirmam que o que os diferencia das outras formas de produzir joalheria é a exploração ou experimentação do objeto associado ao corpo, o qual é dotado de intencionalidade, ao manifestar o pensamento de quem o fez. De outro lado, têm-se os produtores que se identificam com o campo do design, para quem todos os aspectos do comércio joalheiro devem estar cuidadosamente em consonância com a proposta do produto.

Palavras-chave: Joalheria Contemporânea. Design e Antropologia. Artefato. Corpo.

ABSTRACT

The purpose of the study was to compare two ways to make jewelry, one closer of art paradigms and the other with a more commercial bias to thus understand the processes that affect the way producers of the two categories act. In this sense, the objective of the research was to identify under what circumstances jewelry is considered art for being a category targeted on production of more experimental works, which may be intended to problematize the body ornamentation or the jewelry language or, otherwise, in which context is understood as a result of an activity design process, adopting, however, the jewelry assumptions to meet the market. From a methodological point of view, distinguishing the characteristics of products generated by the influence of the two fields of activity, involved the monitoring of production practices, marketing, dissemination events of the segments and collections launches of both the jewelry produced by jewelry designers, as the jewelry produced by artists jewelers. The theoretical construction of the research aimed to encompass the subject's point of view and its context, in addition to the object's agency resulting of the formation of jewelry producers collectives. The study also encompassed reflection on artifactual body, not only in reference to a manufactured body, but in order to understand the body as made by artifacts. In this sense, the work of Bruno Latour served as a tool for thinking about the body as constitutively made from the composition of human actors and non-human actors. Thus, one of the aspects discussed are the networks between subjects and their objects. As results, we noticed that jewelers, because they are located between the two camps practices, seem to find themselves in a liminal space. On one hand, they claim that what differentiate them from other forms of producing jewelry is the exploration or experimentation of the object associated with the body, which is endowed with intentionality, to express the thought of who did it. On the other hand, there are the producers who identify themselves with the design field, for whom all aspects of the jewelry trade must be carefully in line with the proposal of the product.

Keywords: Contemporary Jewelry. Design and Anthropology. Artifact. Body.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Liesbet Bussche: Urban Jewellery.....	75
Figura 2	Antonio Bernardo: Pulseira Wish.....	85
Figura 3	Os dois logotipos da H.Stern.....	85
Figura 4	H.Stern: Anéis da Coleção Pedras Roladas.....	87
Figura 5	H.Stern: Coleção Campana, Estola de ouro.....	88
Figura 6	Antonio Bernardo: Anel Puzzle.....	89
Figura 7	Antonio Bernardo: Anel Puzzle Curvo.....	89
Figura 8	Hermann Jünger: Colar	96
Figura 9	Otto Kunzli: Pulseira Gold makes you blind.....	97
Figura 10	Otto Kunzli: Broche Himmel II.....	99
Figura 11	Otto Kunzli: Broche Himmel III.....	99
Figura 12	Cadu: Migrações, grafite sobre papel.....	99
Figura 13	Sir John Everett Millais: Bubbles, pintura.....	114
Figura 14	Escola Livia Canuto.....	142
Figura 15	Interior e fachada da loja LIC.....	143
Figura 16	Livia Canuto: Brinco e pulseira Cisne Negro.....	147
Figura 17	Livia Canuto: Colar Acrílico Branco e Pulseira Mil Folhas.....	148
Figura 18	Willian Farias: Coleção late.....	152
Figura 19	Willian Farias: Colar da coleção late.....	153
Figura 20	Colar anunciado pela Farm e Colar Trapézio.....	154
Figura 21	Willian Farias: Anel.....	156
Figura 22	Otto Kunzli: Corrente Ouro.....	167
Figura 23	Bernhard Schobinger: Bottleneck chain.....	168
Figura 24	Gijs Bakker: Profile ornament worn by Emmy van Leersum.....	169
Figura 25	Caroline Broahead: Veu.....	169
Figura 26	Holinka Escudeiro: Broche.....	176
Figura 27	“Sin Título”: La Chiclera.....	180
Figura 28	“Sin Título”: San Título.....	181
Figura 29	Francisca Kweitel: Respiro.....	186
Figura 30	O processo de trabalho de Flammarion Vieira.....	187
Figura 31	Flammarion Vieira: Lalique et Eiffel.....	188
Figura 32	Virgílio Bahde: Execução de anel com lápis lazuli.....	189
Figura 33	Virgílio Bahde: Coleção Cortes Negros.....	192

Figura 34	Elizabeth Franco: A praia e Série Interferências.....	194
Figura 35	Elizabeth Franco: Colar Prato.....	196
Figura 36	Elizabeth Franco: Objetos do cotidiano.....	196
Figura 37	Nanna Meland: Instalação Swarm na Biblioteca da Dinamarca.	217
Figura 38	Nanna Meland: Instalação Swarm.....	218
Figura 39	Nanna Meland: Serie Les Fleurs du Mal.....	220
Figura 40	Virgílio Bahde em sua oficina.....	222
Figura 41	Ateliê da Elizabeth Franco.....	223
Figura 42	Marina Sheetikoff: Tiaras.....	224

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Teoria do design.....	121
Tabela 1 – Exportação Brasileiras do Setor de Gemas e Metais Preciosos	134
Gráfico 2 – Diagnóstico do setor produtivo de joias.....	136

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AJORIO	Associação dos Joalheiros e Relojoeiros do Estado do Rio
AH	Ator humano
ANH	Ator não-humano
ECT	Estudo de ciência e tecnologia
ESDI	Escola Superior de Desenho Industrial
IBGM	Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos
MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
TAR	Teoria do ator-rede
UAM	Universidad Autónoma Metropolitana
UNAM	Universidad Nacional Autónoma do México

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	16
1.1 Considerações Metodológicas	22
2 REFERENCIAL TEÓRICO	28
2.1 Noção de campo em Pierre Bourdieu	28
2.2 Antropologia da Arte.....	33
2.3 Antropologia Simétrica	38
2.3.1 As Redes na formação do corpo na Joalheria	46
2.4 Filosofia do Design.....	51
2.5 Hipóteses da Pesquisa.....	54
3 FACETAS DA JOALHERIA	56
3.1 O Campo da Joalheria	59
3.1.1 Joalheria do Autor	59
3.1.2 Alta Joalheria	60
3.1.3 Joalheria Industrial e de Estúdio	63
3.1.4 Joalheria Contemporânea ou Arte Joalheria	66
3.2 Articulações Liminares	71
3.3 O Princípio da Homologia na Joalheria Industrial	79
3.4 A Concepção da Joalheria na Arte.....	91
3.4.1 Filigranas da Joalheria Contemporânea Brasileira	100
4 O DESIGN	107
4.1 Ondas do Design	112
4.2. Expansão do Design	117
4.2.1 Sobre a Interdisciplinaridade do Design e Antropologia	122
4.3 Seguindo o Design na Joalheria	127
4.4 A Trajetória dos Produtores	139
5 ARTE JOALHERIA	164
5.1 Seguindo a Arte Joalheria	171
5.2 Trajetória dos Produtores de Arte Joalheria	182
5.3 Atuação Profissional	203
5.3.1 Formação de Coletivos	208

5.4 Artista Joalheiro, Objeto e Corpo	215
6 DESFECHO - CONSIDERAÇÕES FINAIS	226
REFERÊNCIAS	236
APÊNDICES	243

1 INTRODUÇÃO

“As relações sociais são tornadas manifestas por meio da ação.”

(Alfred Gell)

O universo do adorno corporal, em sua concepção mais ampla, há muito que me desperta curiosidade e interesse. Foi esse entusiasmo que me levou a fazer um investimento de quatro anos na formação em joalheria e no subsequente exercício da prática profissional, tanto através da produção de joias, quanto no ensino dessa disciplina em curso de design. Pensar que a ornamentação corporal é das atividades humanas mais antigas e universais, pois existe em todos os agrupamentos sociais, é um dos motivos que provocou minha curiosidade. Além disso, o outro aspecto que atraía meu interesse refere-se à ampla gama de empregos que o adorno corporal pode assumir¹.

Em termos de formação em joalheria, frequentei duas escolas em Portugal. Primeiro, cursei um ano no Centro de Arte e Comunicação Visual – ArCo, e, em seguida, concluí a formação na Escola de Joalheria Contacto Directo, as duas possuíam uma orientação para produção de joalheria contemporânea. No entanto, considero que a diferença entre essas escolas reside no enfoque técnico da Contacto Directo. Como optei pela formação mais longa, tive a oportunidade de conhecer técnicas mais complexas, como as relacionadas aos sistemas de fechos e de construção de grifas e virolas para serem usadas na cravação, técnicas adotadas na joalheria mais tradicional.

De volta ao Brasil, dei continuidade ao desenvolvimento e produção de joalheria contemporânea, muito embora nunca tenha considerado que a minha produção tivesse um cunho artístico. Como vivia do resultado das vendas de joias, mesclava peças mais experimentais com uma série mais comercial. Na sequência, passei a dar aula e coordenar a escola de joalheria do SENAI-RJ. Portanto, a partir dessa trajetória, pode-se constatar que essa tese é fruto desse entusiasmo inicial, o qual enredou-me pelas várias dimensões que envolvem a joalheria, passando

¹VER: Lagrou (2007, 2009, 2012), Lux Vidal (1992), Overing (1988).

inicialmente pela produção de joias, depois pelo ensino técnico-profissional e acadêmico, para se constituir como uma reflexão sobre o fazer joalheiro.

Como a joalheria é um segmento profissional com uma variedade de denominações, a saber: alta joalheria, fashion jewelry, joalheria contemporânea, joalheria industrial, joalheria de estúdio, joalheria de autor, arte joalheria, a tese se constrói a partir de dois eixos, de um lado, examinando a própria constituição do campo e a disposição que as várias categorias ocupam no campo da joalheria, e do outro lado, investigando a forma pela qual essas categorias se organizam a partir de duas grandes influências que incidem sobre o campo, as influências dos campos da arte e do design. Acrescenta-se a isso, que a falta de precisão na autodenominação foi uma dificuldade apontada desde o surgimento da joalheria de expressão artística, daí algumas denominações de categorias terem ganhado popularidade e serem adotadas de maneira intercambiáveis a depender da localidade em que são praticadas² (den BESTEN, 2011). Em relação ao universo dessa pesquisa, pôde-se evidenciar que o mesmo ocorre entre os termos joalheria contemporânea e arte joalheria, porque as duas designações são usadas indistintamente; ambas indicam que arte e joalheria são similares ou que a joalheria é uma forma de arte. Para as outras denominações aqui analisadas, joalheria industrial, alta joalheria e joalheria de estúdio, os informantes foram mais precisos e partilhavam das mesmas definições.

A tese que apresento tem o intuito de comparar duas maneiras distintas de praticar a joalheria. Para isso, a proposta foi identificar, entre as categorias da joalheria desenvolvidas na atualidade, as que se posicionam como produtores de artefatos com expressão artística, das que são frutos de projeto de design. A partir desse mapeamento buscou-se verificar os processos que condicionam a atuação dos produtores. Neste sentido, o propósito da pesquisa foi identificar em quais circunstâncias a joalheria é considerada arte, por se aproximar dos paradigmas da arte contemporânea ou, ao contrário, é compreendida como uma atividade fruto do processo de design.

Distinguir as características dos produtos gerados a partir da influência dos dois campos implicou no acompanhamento das práticas de produção,

² VER: den Besten (2011) a respeito da análise das denominações das categorias, em que a pouca precisão nas suas designações é apontada na análise individual dos termos.

comercialização, bem como, no acompanhamento dos eventos de divulgação do segmento e lançamento de coleção, tanto das joias produzidas por designers de joias, como das joias produzidas por artistas joalheiros. Essa perspectiva abarcou o ponto de vista do sujeito e seu contexto, além da agência do objeto resultante na formação de coletivos. Em outros termos, a argumentação deste estudo, a partir da identificação das joias produzidas por joalheiros num determinado contexto, e joias produzidas por artistas e seu respectivo contexto, foi evidenciar que as diferentes atuações na joalheria apresentam uma análise das estruturas e processos que condicionam as atuações dos sujeitos. Além disso, as discussões realizadas, dizem respeito ao estado do campo da joalheria hoje, no qual pode prevalecer uma compreensão mais comercial ou mais experimental da atividade, resultado do contexto ou da segmentação abordada.

Inicialmente, a pesquisa contaria com três membros de cada categoria, todos residentes no Brasil, tendo como critério de seleção a consagração na categoria a qual pertencem. Quer dizer, seria necessário que fossem reconhecidos por seus pares, bem como, chancelados por outras instâncias que compõem cada segmento. Entretanto, o material empírico referente à categoria da joalheria contemporânea obteve uma ampliação do universo de estudo, uma vez que o estágio doutoral contribuiu, não só para o desenvolvimento teórico, como permitiu acessar informantes do exterior. De modo que, o material colhido no exterior contou com os resultados da experiência Latina Americana, no primeiro momento na Cidade do México, durante os sete primeiros meses de 2015 e, em um segundo momento, contou também com os dados obtidos através da minha participação no simpósio de joalheria contemporânea, “En Construcción II”, que ocorreu em Valparaíso, Chile, em Setembro de 2015. A importância de acompanhar esse tipo de evento revelou-se através de poder observar a forma como os atores dessa categoria se organizam. Para Francisca Kweitel, uma das organizadoras do simpósio e artista joalheira argentina, a criação do evento partiu da necessidade de preencher uma lacuna existente na América Latina. Para Francisca, era necessário iniciar uma trajetória realizada a partir da perspectiva latino americana em um segmento marcado pela experiência europeia, “aprendiendo de lo existente y adaptándose a las posibilidades que la idiosincrasia y el entorno ofrecían”³. O interesse em conhecer o segmento da

³VER : <https://issuu.com/fkweitel/docs/enconstruccion2espanol>

joalheria contemporânea no contexto da América Latina, além de servir de base para a comparação de um segmento específico, apontou para as semelhanças entre os contextos vividos pelos informantes em seus países, Argentina, México e Chile, e o que se observa na realidade brasileira, tais como: a pouca expressão da joalheria contemporânea no campo da arte e da joalheria e o seu desconhecimento por parte do público em geral.

Portanto, observou-se que a possibilidade de definição da joalheria como arte depende de uma série de fatores determinantes, os quais dotam de agência certos artefatos (GELL, 1998). O estudo da joia, quando é arte ou quando é adorno, implicou em acompanhar os atores nas suas práticas e na forma como eles elaboravam e explicavam o fazer da joalheria como expressão artística e quando o faziam como resultado de projeto de design. Especificamente em termos da joalheria contemporânea, por ser um segmento mais atual, que surgiu nos anos 1960, os atores buscam formar redes, como no caso das ações desenvolvidas pelos coletivos formados por artistas, cuja intenção é amplificar a atuação, ganhar força através da associação de vários atores. Outra atuação nesse mesmo sentido é a que ocorre em simpósios, cujas apresentações e debates, giram em torno da reafirmação e redefinição da prática artística. De acordo com Latour (2012), seguir a ação dos atores permite descobrir como foi elaborada a existência coletiva. O entendimento que aqui se emprega para o termo coletivo tem o sentido latouriano de associação entre atores humanos e não-humanos, de modo que, ao se seguir os novos agrupamentos, é possível definir as associações que são estabelecidas, ou o método⁴ que funciona melhor para o que ainda não foi agregado. De forma que, a teoria do ator-rede ainda poderia explicar melhor as ocorrências na joalheria contemporânea, visto que é um segmento em busca de se constituir, sobretudo, no que se refere à América Latina. Os agrupamentos, outra nomeação empregada por Latour para coletivos, também funcionam com a intenção de se definir através da oposição em relação às outras formas de atuar na joalheria, portanto, no sentido de originar a definição da categoria. A partir dessa perspectiva, buscou-se, compreender a visão dos campos específicos desses atores, que atuam na joalheria e na arte, a fim de estabelecer as qualidades constitutivas de cada campo. Em

⁴ Veremos mais adiante que a teoria do ator rede – TAR – é como o próprio nome diz uma teoria e também um método.

outros termos, buscou-se identificar os artistas que fazem joias e expõem como arte, por um lado, e por outro lado, identificar as características da produção dos joalheiros que trabalham com coleção e o entendimento que cada um desses elementos tem da sua categoria.

Outro aspecto que fez parte da pesquisa são os circuitos que esses diversos artefatos percorrem, ou seja, onde são vendidos, como são usados, como são vistos, enfim, por onde esses objetos circulam. Partiu-se do princípio de que pertencem a campos distintos, tanto a arte, quanto a joalheria sob a influência do design possuem autonomia e pressupostos de autonormatividade, de forma a definir o modo de circulação dos bens produzidos por seus produtores.

Se por um lado, a pesquisa pretendeu compreender o contexto social no qual circulam os objetos, por outro, não se podia descuidar da dimensão estética que marca esses objetos, pois o ponto de partida da presente argumentação considera que os campos e as ideias centrais que os constituem impactam também na configuração dos objetos. A dimensão estética, portanto, permitiu uma apreciação mais completa da maneira como os artefatos são produzidos, tanto no sentido social, quanto na feição que o objeto apresenta. Vale acrescentar que o sentido aqui empregado para estética é o sugerido por Gell (1998) e Latour (1994) ao se referirem à estética como mais um meio de visualização e reafirmação da estreita ligação entre as várias dimensões de que é feita a vida social. Assim, o artefato funciona de acordo com as árduas negociações com que é elaborada, negociação que compreende todos os atores envolvidos na sua feitura, abrangendo, inclusive, o que está à volta da forma⁵. Para uma forma poder ser eficaz ou ineficaz esteticamente (GELL, 1998), vai depender da maneira como os objetos de arte são inseridos nas teias das relações sociais e agenciamento em que circulam e emprestam sentido. No artigo "Wrapping in images", Gell (1993) argumenta que a elaboração sobre o corpo mostra que adornar não é mera aparência, assim como a superfície não é vazia e ilusiva, mais ainda, a superfície fala sobre a conexão entre interioridade / exterioridade.

Portanto, dentre os vários aspectos que compõe a joalheria, quais são as circunstâncias que fazem a joalheria ser arte ou design?

⁵VER: Yaneva (2003). No artigo a autora acompanha artistas, curadores e técnicos na montagem de uma instalação em um museu, na qual evidencia as difíceis negociações entre todos os atores durante a montagem da obra.

Como os estudos sobre joalheria são ainda escassos, mais escassos são as investigações que adotam a abordagem que aqui foi seguida, ou seja, a interseção entre design e antropologia para o estudo da joalheria. Embora o estudo baseado no diálogo entre design e antropologia ainda seja limitado e pontual, aos poucos vão surgindo trabalhos tanto na área da arquitetura, como do próprio design preocupados em discutir as relações entre a cultura material e a dimensão social, ou seja, os reflexos e consequências do universo material, criado por designers, para a vida das pessoas. Dessa forma, este estudo faz parte de uma tendência em considerar os aspectos culturais e antropológicos no campo do Design. Assim, pode-se confirmar a existência de um diálogo entre os dois campos, sendo o objeto dessa pesquisa, qual seja – a influência que dois distintos campos engendram nos artefatos produzidos por designers de joias e por artistas joalheiros – o que imprime a diferença do presente estudo. Em outros termos, trata-se aqui também da utilização da joalheria para compreender como as questões subjetivas e materiais afetam e condicionam as atuações dos atores, aspecto que corrobora com a pertinência do assunto e justifica a pesquisa.

De novo, como a joalheria é uma atividade profissional que conta com uma série de denominações, podendo, inclusive, algumas dessas denominações estar relacionada a uma região, como por exemplo, a ‘joalheria de estúdio’, cuja repercussão maior refere-se ao contexto da Itália, em que há uma presença forte da joalheria comercial no formato de pequenos estúdios; porém podendo também estar mais relacionadas à função de adorno corporal, como a joalheria industrial, ou design joalheria. No outro extremo, encontramos as categorias que problematizam a joia como ornamentação e a própria linguagem da joalheria, como no caso da arte joalheria. De modo que, é nesse espaço liminar (TURNER, 1974) que a joalheria encontra-se, ora mais próxima do design, ora adotando os paradigmas da arte.

Sob o ponto de vista da análise bourdieusiana (2013), essas diferentes denominações da joalheria refletiriam a fragilidade da unificação do campo, o qual gera, a cada momento, a violência de um “arbitrário cultural” legítimo. A joalheria revelaria, nesta perspectiva, um campo com uma autonomia pouco consolidada, pois tal como conhecemos atualmente, é crivada por influências externas. Quer dizer, ao se pensar a joalheria em termos de campo, pensa-se que ela é perpassada por essas práticas e conhecimentos que vem de fora; assim, quando o assunto diz

respeito aos aspectos estéticos / formais, a influência oscila entre o design e a arte. Portanto, atendendo ao primeiro eixo desse estudo, compreende-se como importante o interesse em conhecer as várias categorias que compõe a joalheria a fim de distinguir as tendências que vem do design e da arte e, dessa forma, identificar as repercussões da liminaridade, do ponto de vista das lutas internas ao campo, das lutas pelo monopólio da capacidade de dizer o que é joia.

Vale ressaltar que essas mudanças na prática profissional foram produzidas mais recentemente; tanto a influência da arte, como do design não foram alterações há muito consolidadas. As primeiras expressões artísticas na joalheria só ocorreram a partir dos anos 1960, enquanto que a adoção do design na joalheria é ainda mais recente. De acordo com este estudo, observou-se uma intensificação na adoção das práticas do design através de incentivos de políticas públicas a partir dos anos 2000. Segundo Dieguez (2015) e Grunow (2007) as ações eram pontuais e intuitivas. Até esse período, os empresários do setor joalheiros não identificavam que seus produtos pudessem ser fruto de projeto. Contudo, a ausência de envolvimento entre joalheria e design não partiu exclusivamente da joalheria, era uma via de mão dupla, também observou-se a resistência do design em abarcar a joalheria entre as suas práticas. Para ilustrar, conta-se com depoimentos de informantes que elucidam o posicionamento de colegas designers, os quais resistiam em identificar que a joalheria pudesse fazer parte do design, uma vez que era associada ao luxo e à frivolidade, além de identificarem ausência da função social da atividade. Vale observar, que essa mesma característica, a função, denominada negativamente pelo design, por falta, é alvo da crítica das instâncias de consagração da arte, por ter uma criação orientada para o corpo. Ou seja, dependendo do campo, um mesmo aspecto observado pode possuir sentidos opostos. Outras características como a produção artesanal, dificuldade de reprodução em escala ou a ornamentação, podem distanciar esse campo, tanto da arte, quanto do design.

1. 1 Considerações Metodológicas

A revisão bibliográfica das grandes áreas teóricas temáticas, como; cultura material, antropologia do consumo, da arte e do corpo, sociologia da cultura, joalheria, arte e design foram os pontos de partida para a definição do marco teórico empregado na pesquisa. A proposta de pesquisa foi sendo construída a partir do

interesse em uma análise mais internalista do campo da joalheria, no sentido de se conhecer a organização interna desse campo. Objetivou-se reconhecer as diferentes posições no interior do campo, levando em consideração tendências que vêm do mercado, tendências que vem do campo da arte e como as diferentes influências se articulavam. Esse trabalho poderia revelar o que seria uma disposição propriamente estética e o que não seria, isto é, de certa experiência com a arte que a constitui e a reconstitui como forma e de uma experiência com a arte que a subsume na função, aspectos que seriam abordados sob a égide da noção de campo de Bourdieu (2013).

Entretanto, dois aspectos motivaram uma reorientação do problema de pesquisa, o primeiro aspecto foi o aprofundamento das leituras realizadas no estágio doutoral em antropologia, junto à Universidad Autónoma Metropolitana – UAM, em que foi evidenciado a pertinência de teorias da antropologia da arte Gell (1992, 1993, 1996, 1998) e da antropologia simétrica⁶ Latour (1994, 2004a, 2009, 2012) no suporte de parte da pesquisa. O segundo aspecto foi verificado no início da pesquisa de campo, contexto no qual foi possível observar características multifacetadas na composição das categorias, nuances que reconduziram o *corpus* da pesquisa.

Latour (1994, p.12) foi um dos mentores da antropologia simétrica, para o autor a antropologia é a disciplina responsável por nos fazer ver “o tecido inteiriço das naturezas-culturas”. Para ele, da mesma forma que os antropólogos juntam em suas etnografias os mitos, etnociência, genealogias, formas políticas, técnicas e religiões dos povos estudados, os estudos da ciência – objeto de estudo do autor – deveriam reunir os elementos que são ao mesmo tempo reais, sociais e narrados. Portanto, seria um modelo contrário ao que acontece com as disciplinas fragmentadas (LATOURE, 1994, p.12). Mas além da teoria do ator-rede – TAR, Latour propõe um método de pesquisa, que não se apresenta como ferramenta, nem mídia; apenas como mediação. Antes de tudo, deve-se ter em mente a importância de descrever um evento ou ator. Através da descrição o pesquisador segue as ligações que eventos ou atores fazem com outros elementos, os quais estariam cerrados se o

⁶ VER: Latour (1994), nesse ensaio o autor combate as formas distintas ou assimétricas com que se tratava os acertos e erros na história de ciência. O objeto de investigação deveria passar a ser concebido por uma sócio-natureza e não mais como sendo uma construção social, onde o social teria uma preponderância na explicação do fenômeno. A ideia latouriana rechaça a separação das entidades ontológicas Natureza e Sociedade, pois os objetos ou os atores não-humanos – ANH – têm um envolvimento na formação dos coletivos.

pesquisador seguisse as categorias acadêmicas convencionais. O método da TAR permite, portanto, contar a respeito dos links, das conexões que são estabelecidas através da construção dos coletivos ou redes (2004a, p. 1- 2). Dessa forma, o método que norteou a pesquisa, foi o da observação participante e descrição, aos moldes da etnografia, em que os atores explicam as ações em que estão envolvidos.

A descrição etnográfica que aqui se apresenta, não deixa de levar em conta a crítica elaborada por Strathern (2014, p. 345), em que a imersão é ao mesmo tempo total e parcial, tendo como elemento desafiador a representação do que foi vivido, em outra atividade, a escrita. Para a antropóloga, a relação entre trabalho de campo e escrita é identificada como complexa, “no sentido que cada um deles constitui uma ordem de envolvimento que habita ou toca parcialmente, mas não abrange a outra” (STRATHERN, *op. Cit.*, p. 346). Quer dizer, como a escrita e a observação participante são dimensões que possuem suas próprias órbitas, o esforço em reposicionar elementos de áreas diferentes e separadas, implica em perda ou incompletude da atividade de observar.

No que segue, a condução da pesquisa foi dividida em duas vertentes; de um lado foi realizada uma aproximação da prática da joalheria, no tocante à formação técnica, passando pela delimitação das várias categorias que compõem o campo da joalheria, adotando-se a noção de campo social de Bourdieu (2013). Na outra vertente, elegeu-se, por tudo isso, priorizar um enfoque antropológico que partiu da experiência dos produtores joalheiros, adotando-se o método da TAR, o que implica em seguir e descrever atores e eventos a fim de compreender duas distintas formas de atuar na joalheria, a partir do lugar que ocupavam entre a arte e o design.

Realizaram-se entrevistas em profundidade e observações etnográficas em seus lugares de atuações, eventos, oficinas, ateliês, exposições e simpósio, a fim de conhecer suas autodenominações e como entendiam seus posicionamentos por arte ou por design, ou em alguma dimensão entre essas duas formas de atuar. Vale ressaltar que, para o registro etnográfico, adotou-se a primeira pessoa.

A pesquisa inicialmente contaria com informantes apenas do Brasil, e para a definição de quais seriam os produtores que integrariam cada grupo, foi feita uma entrevista prévia com dez joalheiros, além de termos nos reunidos a fim de conhecer a visão e o posicionamento que eles tinham do campo da joalheria e como se autodenominavam. A partir do resultado dessa primeira sondagem pode-se definir a

composição dos dois grupos que fariam parte da pesquisa, o grupo dos designers de joias e o dos artistas joalheiros.

Porém, ao longo do processo do doutorado, surgiu a oportunidade de fazer o estágio doutoral no departamento de Antropologia da UAM, na Cidade do México. Quase que simultaneamente tomei conhecimento, através de um artigo originário de um Fórum de joalheria contemporânea⁷, da existência de um coletivo⁸ de artistas joalheiros também na Cidade do México, daí oportunizou-se a ideia de, a partir dessa informação, dar continuidade ao trabalho de campo com joalheiros contemporâneos estrangeiros. No artigo, o autor Kevin Murray (2014) apresentava o coletivo “Sin Título” como sendo composto por seis artistas joalheiros mexicanos e, de acordo com seu argumento, o coletivo encontrara uma maneira de atuar na arte joalheria apesar das adversidades do contexto mexicano, as quais consistiam em: não contar com espaços expositivos; dificuldade de comercialização dos produtos; e inexistência de escolas de joalheria, que proporcionassem uma formação mais ampla e estruturada em joalheria contemporânea, já que as escolas existentes são voltadas apenas ao ensino das técnicas de ourivesaria. Dessa forma, ao tomar conhecimento da existência de representantes da joalheria contemporânea, aproveitei para aliar o estudo acadêmico em antropologia com a oportunidade para dar continuidade à incursão etnográfica com os informantes mexicanos e usei o caso internacional para auxiliar na identificação do estágio de autonomização da categoria da joalheria de arte no Brasil, por contraste.

Inicialmente, o grupo dos designers de joias era composto por três produtores, contudo, um deles se autodenominava artista, daí ter passado para o grupo dos artistas joalheiros. Dessa forma, o primeiro grupo contou com dois representantes e material bibliográfico de dois expoentes da joalheria industrial, os quais incorporaram o design em suas práticas. Já o grupo dos artistas joalheiros, com a incorporação de mais um membro, ficou com quatro representantes, dois do Rio de Janeiro e dois de São Paulo, além do coletivo “Sin título”, da Cidade do México, e o Simpósio de joalheria contemporânea “En Construcción”, no Chile.

⁷ VER: <https://artjewelryforum.org/>

⁸ O termo coletivo nesta pesquisa é usado em dois sentidos. O primeiro, que o adotado neste parágrafo, é a denominação dos grupos que reúnem artistas para o desenvolvimento de obras em conjunto. O outro é derivado do sentido latouriano do termo, o qual significa as redes compostas por atores humanos e não-humanos.

Porém esse grupo também sofreu alteração, pois Mirla Fernandes, em maio de 2014, informou sua decisão em se afastar da joalheria. De toda forma, optou-se por manter os depoimentos de Mirla, uma vez que além dos seus relatos adicionaram riqueza ao trabalho, o próprio movimento de se afastar da joalheria contribuiu para o esclarecimento da atuação na joalheria contemporânea.

A tese está organizada em quatro capítulos. O primeiro capítulo diz respeito ao referencial teórico adotado na pesquisa. Dessa forma, como neste estudo relacionam-se duas distintas disciplinas, design e antropologia para pensar o fazer joalheiro, optou-se por um capítulo inicial com o propósito de apresentar e refletir sobre o arcabouço teórico que embasou a presente investigação.

O segundo capítulo consistiu em apresentar a joalheria e as categorias que a compõem; tanto suas características mais idiossincráticas, por meio da atuação e definição dos informantes, quanto às formações profissionais exigidas nos diferentes contextos, em que se apresentam aspectos analisados a partir da perspectiva do conceito de campo de Bourdieu. Outra questão apresentada refere-se à identificação, através dos depoimentos dos informantes, de como é pensado o espaço liminar na joalheria (TURNER, 1974), no sentido de um espaço de ambiguidade entre a influência da arte e do design.

O terceiro capítulo partiu de uma reflexão a respeito do surgimento do design, passando por alguns marcos importantes dessa trajetória, até a ampliação que a noção de design ganhou na contemporaneidade. Esse capítulo também aborda o diálogo entre design e antropologia, no qual se observou uma tendência de aplicação dos estudos socioculturais nos trabalhos produzidos no campo do design. Esta convergência está presente, sobretudo, nos trabalhos produzidos nos Estados Unidos, onde há uma consolidação do campo da antropologia aplicada. Para em seguida, pensar como ocorreu a introdução do campo do design na joalheria, além de seguir a trajetória dos designers de joias e apresentar suas atuações. A discussão teórica versará em torno da incorporação das práticas projetuais no campo da joalheria.

O quarto e último capítulo enfatizou a reflexão sobre a categoria da joalheria contemporânea, seus precursores e suas argumentações a respeito da linguagem da joalheria. Possuem como contexto etnográfico as experiências com artistas joalheiros do Brasil, México, Argentina e o evento de joalheria contemporânea no

Chile, que reuniu joalheiros de vários países da América Latina, além de representantes de Portugal, Espanha e Nova Zelândia. As discussões deste capítulo centraram-se nas noções de agência e intencionalidade com que os objetos de uso corporal estendem as capacidades das pessoas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Noção de Campo em Pierre Bourdieu

“A justa atitude para com a tradição teórica consiste em afirmar a continuidade e, ao mesmo tempo, a ruptura, a conservação e a superação, em se apoiar em todo o pensamento sem temer a acusação de seguidismo ou de ecletismo.”

(Pierre Bourdieu)

Inicialmente, a fim de compreender as diversas categorias que compõem a Joalheria, a proposta foi fazer um mapeamento para identificar a composição da estrutura interna do campo, objetivando compreender a lógica dos artefatos produzidos, na atualidade, por essas diversas categorias sob a influência da arte e do design na joalheria, aqui no Brasil. Partiu-se do pressuposto de que, para que as obras de um campo sejam apreendidas, se faz necessário localizar as diferentes categorias que fazem parte dessa estrutura. Para essa etapa do trabalho, foi adotado o conceito de campo de Pierre Bourdieu (2013). Pôde-se observar, em outros trabalhos acadêmicos, a fecundidade da teoria para explicar a questão do posicionamento das categorias que compõem o campo da joalheria. No entanto, como o foco desta pesquisa está ancorado na atividade dos produtores, não se enfatizará o consumo, questão ressaltada por Bourdieu como a homologia entre posicionamento das categorias, com os membros de uma determinada condição econômica, para quem esses artefatos seriam produzidos.

De início, a questão ressaltada, quando se pensava a joalheria em termos de campo, foi até que ponto trataria-se de um campo autônomo. E, precisamente por possuir as características de uma autonomia relativa, crivado por questões e concepções que carregam uma origem exterior, do design e da arte, constatou-se que o campo da joalheria furtava-se das características que dotam a teoria de campo, fazendo o conceito balançar. De forma a permitir que se testassem os limites do próprio conceito de campo da joalheria.

À medida que o campo se autonomiza, maior é a exigência de uma competência cultural específica. As percepções estéticas ou, para usar um termo propriamente bourdieusiano, o capital cultural, que é exigido para a apropriação dos objetos, passa a se consolidar como conhecimento e também a constituir o campo, pois são socialmente construídos e adquiridos. Essa competência cultural específica é resultado tanto do *habitus*, forma de aprendizagem, quanto da relação com o mercado. Em outros termos, apesar da joalheria ser um campo que apresenta características que poderiam indicar uma interdependência com as forças exógenas, uma vez que se encontra o tempo todo crivado por questões e concepções que tem uma origem exterior, do design e da arte, possui uma dimensão histórica e conhecimento específico que não podem ser desconsiderados.

De acordo com o pensamento de Bourdieu (2011d), nomeado por ele mesmo como estruturalismo genético, há no mundo social estruturas objetivas que podem coagir a ação e representação dos indivíduos. Entretanto, essas estruturas são construídas socialmente, assim como os esquemas de ação, sentimento e pensamento, nomeados de *habitus*. O *habitus* diz respeito à maneira como uma determinada estrutura social é incorporada pelos agentes através de disposições para sentir, pensar e agir; isto é, são as formas como respondemos à realidade social. Para a introjeção do *habitus* é necessário que se faça um investimento na aprendizagem ao longo da vida, o que significa que esses mecanismos passam a ser incorporados pelos agentes, não sendo possível serem transformados apenas pela tomada de consciência.

Diferentemente do estruturalismo, na sua teoria, Bourdieu (2011) buscou dotar os agentes de um papel decisivo na reprodução das estruturas. Ou seja, a noção de *habitus* visa retirar da estrutura o poder exclusivo na organização social, ao mesmo tempo em que cria um sentido de jogo com múltiplas possibilidades entre agentes e estruturas. No entanto, uma das críticas à teoria bourdieusiana reside precisamente na determinação das estruturas, as quais refletiriam “como espelhos as distinções” sociais e os laços sociais (LATOUR, 2012, p. 125 - 126). Embora Bourdieu faça uma crítica ao estruturalismo pela premência da estrutura em detrimento do sujeito, a ressalva que se faz à sua construção teórica é que há, também, uma forte orientação na reprodução e determinação da estrutura, mais do que na sua construção.

O conceito de campo se refere ao espaço social organizado de acordo com o segmento de interesses, onde se disputam prestígio e poder; assim, também garante a formação e legitimação dos *habitus*. Bourdieu utiliza a escola como o exemplo de campo que se destaca na sua própria reprodução. Ainda segundo Bourdieu (2011d), a lógica do campo envolve lutas do corpo interno, entre os que querem manter a hegemonia e os grupos que buscam ascender por meio de uma transformação. Contudo, as lutas se dão no cotidiano. Para o autor, as lutas são “inscritas na ordem das coisas, todas as injunções silenciosas ou as surdas ameaças inerentes à marcha normal do mundo especificam-se, evidentemente, segundo os campos [...]” (BOURDIEU, 2010, p. 39).

A sociedade é composta de vários campos, até certo ponto autônomos, como; a educação, arte, religião, político, masculino, etc. Essa autonomia nos leva a entender o campo como um espaço com regras próprias e a atuação dos agentes como produtores e reprodutores da ação. Assim, os agentes possuem também escolhas, mas dentro de um repertório determinado pelo campo.

A noção de capital, diferente da definição marxista, não se limita ao capital econômico, o qual relaciona a propriedade dos meios de produção ao pertencimento do sujeito a uma classe social. Em Bourdieu esse conceito é mais complexo, isto é, não se restringe à dimensão material, mas também à dimensão simbólica. Conforme o autor explica, as taxonomias que empregamos para classificar objetos e pessoas - arte, alunos, roupas, etc. - servem para produzir classes sociais no sentido de relacionar classes de indivíduos com classes de condições materiais de existência. Para Bourdieu (2011d), foram às dificuldades de compreensão das novas formas de conflitos sociais que evidenciaram a necessidade de realizar as diferentes espécies de capital, e não apenas o capital econômico. Assim, como outros pesquisadores já se detiveram na análise do capital econômico, Bourdieu (2011d) diz que procurou se ocupar, sobretudo, do estudo do capital cultural e do capital social. De maneira um tanto abreviada, mesmo porque a ideia do autor é fornecer instrumentos teóricos para ‘construção’ de outras formas de conhecimento, o capital social poderia ser denominado de “as relações”. Com esse instrumento seria permitido analisar a lógica de acúmulo, reprodução ou transmissão de uma espécie particular de capital. Para ilustrar, ele aponta os clubes ou a família como instituições cuja função seria a transmissão ou acúmulo do capital econômico em capital social, ou inversamente.

Portanto, para o autor a organização da sociedade ocorre por meio das estruturas sociais, inscritas nos corpos, nas mentes, nas atividades e posições sociais, mecanismo denominado por Bourdieu de *habitus*. A fim de imprimir um caráter universal e natural neste arbitrário cultural, se emprega a violência simbólica, maneira dissimulada de coagir. O processo de ratificação de um princípio hegemônico arranca da história o arbitrário cultural, fruto da construção coletiva, que toma a vez de uma percepção do mundo.

Assim, as maneiras próprias dos especialistas classificarem e distinguirem os artefatos nas áreas em que se especializam não deixa de ser arbitrárias, e são alvos de luta por sua hegemonia, pois além de funcionarem como instrumentos indispensáveis para a criação do campo, geram interesses objetivos. Segundo Bourdieu (2013) a luta travada nos campos da produção cultural, não é desinteressada; é através da luta que se obtêm lucros, os quais variam de acordo com o controle que se exerce sobre esse capital objetivado.

Nessa perspectiva, o conceito de campo ajuda a pensar as disputas no campo da joalheria, ou seja, espaço onde se produz joalheria e que passou pela atenção dos vários membros que compõem o campo, visando uma mudança na performance da produção. Portanto, para Bourdieu (2013), o campo cultural é unificado sob o domínio de um *doxa*, de forma que, em cada momento ter-se-ia um “arbitrário cultural” legítimo. Assim, a questão que aqui se coloca seria discutir até que ponto ocorre a violência em torno da unificação de um “arbitrário cultural” legítimo no campo da joalheria ou, a partir de que momento ele passa por uma decadência e, a partir de que momento outro “arbitrário cultural” passa a se consolidar, por exemplo. É possível se pensar em um arbitrário hegemônico na joalheria? Como ele se constitui? Se essa hegemonia é construída, como se construiu um arbitrário hegemônico em torno da joia?

Através do princípio de hierarquização da joalheria, algumas posições estão mais próximas do design, enquanto outras mais próximas da arte. Nesse aspecto, retoma-se a discussão das várias formas de atuação, onde se apresentam tanto o sujeito que produz artesanalmente, quanto o sujeito que está problematizando a joia como adorno corporal, e que está, de certa maneira, levando o problema da linguagem artística ao seu extremo. Novamente, esse lugar do campo da joalheria

abre espaço no seu interior para posições que estão mais próximas do design e posições que estão mais próximas do mundo da arte.

Bourdieu (2013) também ressalta a importância do espaço das referências com “a função de introduzir a obra na circulação circular da interlegitimação”. Ou seja, o jogo por ele chamado de alusões letradas e de analogias se expressa quando uma obra faz referência a uma obra anterior para se fortalecer e se valorizar. A moda, o cinema, as artes visuais, possuem muitos exemplos de auto-referências, mas na joalheria, esse instrumento não é muito recorrente. Na maior parte das vezes, vemos referências externas ao campo. Para ilustrar, chama-se atenção para uma coleção da marca Amsterdam Sauer que usou como referência o trabalho de pintura de Portinari. Todavia, em um dos raros momentos de auto-referência, ocorreu em 2011, quando a H.Stern lançou uma coleção em homenagem a Roberto Burle Marx (1909-1994) paisagista, que durante um período da sua vida, décadas de 50 e 60, se dedicou ao design de joias. As joias da H.Stern foram baseadas nos desenhos originais do artista. Nesse caso específico, a referência visou valorizar o conhecimento específico da joalheria, particularmente a utilização de joias modernistas para inspirar uma coleção com um viés contemporâneo.

Outro aspecto instigante na teoria de Bourdieu, diz respeito à sua compreensão do objeto da arte; a condição para se apreender o objeto é conhecer o conjunto dos espaços indissociáveis, o espaço dos produtos e o espaço dos produtores. Para o autor, não faz sentido o estudo da própria obra; inclusive, ele combate a ideia de autonomização das obras, pois isso obscureceria a revelação dos traços temáticos ou estilísticos da obra, por onde se denuncia a posição social do produtor. Ou seja, para Bourdieu (2011d) é através de uma análise que supere a oposição entre crítica interna e crítica externa, que se podem compreender completamente as propriedades mais especificamente internas das obras.

Nesta perspectiva, o arcabouço teórico de Bourdieu (2013, 2010, 2011a,b,c,d) permite não apenas a compreensão das implicações sociais que esses objetos suscitam nos agentes, como identificar a posição social dos membros que consomem e produzem esses objetos. Afinal, a sociologia ao longo da história se preocupou em mostrar que a arte expressava as atitudes, valores ou visões de mundo de diferentes períodos e de diferentes classes sociais, embora os artistas possam não estar conscientes disso. Em suma, para essa primeira dimensão da

estrutura interna do campo, a análise vai recorrer ao paradigma teórico de Bourdieu, mais especificamente, ao conceito de campo.

2.2 Antropologia da Arte

Por outro lado, fazendo um contraponto com a sociologia de Bourdieu, que não se detém no objeto de arte em si, como um produto da genialidade humana, mas apenas como um poderoso demarcador de distinção social, outras abordagens, como de Alfred Gell (1998), define os objetos de arte por sua eficácia. O autor defende uma visão de arte como uma forma de tecnologia, como um dispositivo que garante a aceitação dos indivíduos na rede de intencionalidades em que estão enredados, sem sucumbir à fascinação e aura desses objetos. Essa abordagem auxiliaria no entendimento que a categoria da joalheria contemporânea tem dos objetos de arte a partir da plataforma da joalheria.

Alguns aspectos da teoria de Gell levam-nos a pensar na sua fertilidade para analisar os artefatos que são produzidos por artistas joalheiros e joalheiros. De acordo com Nicholas Thomas, que prefaciou seu livro, Gell (1998, p. 8) não estava especialmente interessado nas questões levantadas pelo mundo da arte; ao contrário, ele achava que a antropologia da arte poderia abordar o funcionamento da arte em geral. Nesse sentido, parece oportuno usar esse instrumental para pensar uma categoria que luta para ser aceita e reconhecida como arte, através da eficácia do objeto como ferramenta dessa luta.

Embora sua produção teórica não tenha sido extensa, pois morreu prematuramente, com apenas 51 anos de idade, em "*Art & Agency*" o autor se propunha abordar os objetos de arte por sua eficácia, inseridos nas redes das relações sociais e agenciamentos nos quais circulam e que os dotam de sentido; ao contrário do afastamento que se opera na nossa sociedade entre os objetos de arte e as outras dimensões da vida cotidiana. De acordo com o autor, sucumbe-se à veneração que esses objetos suscitam na sociedade moderna, reverência, que segundo o mesmo, pode ser vistos de maneira quase religiosa. De acordo com Gell (1992), ética e estética pertencem à mesma categoria. A sugestão do autor é que o estudo da estética no domínio da arte é como o estudo da teologia para o estudo da religião. Mais ainda, a estética é um ramo do discurso moral, o qual depende da aceitação dos artigos iniciais de fé. No valor estético do objeto reside o princípio da

Verdade e do Bem, de modo que o estudo dos objetos de valor estético constitui um caminho para a transcendência. De novo, o aspecto estético de um objeto faz parte e revela as outras dimensões da vida social.

Dois aspectos se destacam neste livro, primeiro é a intenção de se afastar de uma estética transcultural e, o outro aspecto, é sua rejeição às teorias semióticas da arte, na qual vê a arte como comunicação e uma questão de sentido. Gell, ao contrário, vai afirmar que arte diz respeito ao fazer. Fazer é teorizado como agência, trata-se de um processo envolvendo indexes e efeitos, cuja intenção foi criar uma teoria da agência.

A questão da técnica e do fazer foi o foco de atenção no artigo, "*The technology of enchantment and the enchantment of technology*" (1992), onde ele afirma que reconhece os trabalhos de arte como resultado de processos de técnicos, tipos de processos técnicos, aos quais os artistas estão habilitados. Nas tatuagens ele chama atenção para a técnica e o fazer. Técnica de embelezamento. Não a beleza no sentido vazio e pouco significativo. Técnica de desenhar, marcar, furar, introduzir pigmento, etc.

No artigo "*Wrapping in images*" (1993), a elaboração sobre o corpo aponta para as consequências do adornar. A superfície é impregnada de agência, se contrapondo a uma visão da superfície do corpo como vazia e ilusiva; a superfície fala sobre a conexão entre interioridade / exterioridade. Nesse trabalho o adorno corporal ainda vai refletir a sociedade.

No "*art & agency*" (1998), Gell avança na sua formulação. Aqui o artefato não reflete a organização social. Esse artefato é mais um agente social. Diferente da proposição do texto "*Wrapping in images*" (1993), que ele ainda mantém relacionado ao social. No entanto, Gell não dá autonomia ao objeto como em Latour, que vai propor romper ainda mais com essa fronteira entre humano e não-humano. No "*art & agency*" (1998), Gell vai, de alguma maneira, propor que essa agência do objeto seria um reflexo da agência humana. O objeto de arte é o mediador da agência do seu produtor, que é o artista. Nesse sentido, ele não está autonomizando o objeto, pois a agência não é do objeto. Para Gell, o objeto é um condutor da agência do artista. O avanço em sua teoria refere-se à autonomia do objeto em termos de já não

refletir a dimensão social. Na sua obra mais emblemática, "art & agency", o objeto passa a ser um agente secundário. O agente primário é o artista.

Na sua teoria da arte, Gell (1992) não está interessado na produção de arte das sociedades coloniais ou pós-coloniais que os antropólogos estudam. E não vê sentido numa teoria da arte para a nossa arte e outra distinta teoria, para a arte das culturas que foram alvo do colonialismo. Ou seja, para o autor, se a estética da teoria da arte é aplicada à nossa arte, logo deveria ser aplicada a qualquer arte.

Gell (1998) corrobora com a premissa de outros antropólogos e sociólogos, de que a produção de arte de um período particular da história do ocidente está vinculada à maneira como a arte era vista na ocasião, ou seja, também há um sentido histórico na maneira como a arte é vista.

O autor observa que, a característica que a nossa sociedade possui de ver a arte das outras culturas esteticamente, reflete nossa própria ideologia e veneração, mais uma vez, quase religiosa dos objetos de arte como talismãs estéticos. Nesse sentido, o uso da noção de "estética" se torna vedada como parâmetro universal de comparação e descrição cultural. Assim, para o desenvolvimento de uma teoria antropológica da arte, é insuficiente pegar emprestado uma teoria existente da arte e aplicar a um novo objeto, de um diferente contexto. O que Gell (1998) propõe é usar o arcabouço da teoria antropológica e aplicá-la à arte. O autor diz estar interessado numa teoria sobre as relações sociais, em que os agentes sociais são, em certo sentido, substituídos pelos objetos de arte. Em outros termos, essa é uma teoria antropológica na qual, em certas situações, os objetos ocupam o lugar de pessoas ou de "agentes (operadores) sociais".

Através da sua teoria, "art nexus", Gell produz uma reflexão de como o objeto passa a ser agente. Agente secundário, visto ser um agente na vizinhança das relações sociais nas quais ele está inserido. Em contrapartida, na teoria do ator-rede Bruno Latour vai além, ao partir de um pressuposto no qual as fronteiras de humanos e não-humanos foram desmanteladas, atores humanos e atores não-humanos têm o mesmo estatuto ontológico e ambos são capazes de agir. Torna-se mais claro a capacidade dos atores não-humanos de agir, quando identifica-se que interferem na ação dos atores humanos. Assim, pode-se pensar na montagem de uma obra de arte, em que é condicionada também por uma variedade de atores não-humanos – ANH, a saber: materiais, técnicas e ferramentas necessários para sua

execução, além da edificação que a comportará, entre outros. Em compensação, Gell está preocupado com a questão da criação do artista, o que não seria menos genuíno. O mesmo se propõe a refletir sobre a criação artística, pensar o fazer, pensar o que distingue o objeto de arte do não objeto de arte. Ainda que diga que todo objeto pode ser pensado como objeto de arte, alguns objetos são mais artísticos do que outros. Tal aspecto se vê no texto do "*The technology of enchantment and the enchantment of technology*" (1992). Através dessa preponderância do fazer e do artista, Gell permite pensar a questão da individualidade do trabalho do artista.

Para Strathern (2014, p. 361), a teoria da arte de Gell tinha como premissa ser como as outras teorias antropológicas; qual seja, refletir sobre "o funcionamento das relações sociais". Para a antropóloga, a intenção de Gell não era operar uma descrição da arte como representação, mas pensar a arte como "algo que opera no interior de um nexos de agência" (STRATHERN, *op. Cit.*, p.361). Acrescenta ainda que, para o teórico, a arte pode ser ator, mas também pode sofrer ação. Assim, em termos de efeito, o objeto pode ser agente e paciente. O objeto de arte corporifica capacidades. De acordo com Strathern, a dificuldade que temos em pensar a agência dos objetos, entidades inanimadas, dá-se pela conformação do pensamento inapropriado dos euros-americanos ao ligar a agência à vontade e intenção. A saída encontrada por Gell foi pela chave da análise relacional, através da qual dota coisas e pessoas coapresentadas como atores com propriedades de efeito (STRATHERN, *op. Cit.*, p.362).

Outro aspecto ressaltado por Strathern é a introdução dos termos introduzidos por Gell, tais como, índice, agente, paciente. Dessa forma, mesmo que o que seja relevante se refira aos conceitos, a vantagem dos termos foi se abster de trabalhar com os constructos de coisa e pessoa, os quais vincula a apreensão à linguagem cotidiana (STRATHERN, *op. Cit.*, p.362).

No texto "Os recém-chegados ao mundo dos bens" Gell (2010) trata do consumo, mas vai pensar o consumo numa chave da antropologia da arte. Nesse sentido, arte é defendida como uma incorporação dos objetos consumidos que continuam a existir sob outra forma. Assim, quando um bem é consumido deixa de ser neutro, e ganha os atributos de alguma personalidade individual ou

demarcadores de relacionamentos e compromissos interpessoais específicos. A arte está envolvida com os objetos do cotidiano do grupo social, posição contrária ao modo tradicional de conceber arte nos contextos modernos. A arte, portanto, é definida de acordo com a sua intencionalidade e agência, bem como, pela sua capacidade de transformação.

Ainda nesse artigo, Gell vai abordar o artista como alguém que distribui agência pelo mundo, seja através da dissolução espaço-temporal do seu corpo físico, em forma de exúvias, películas e rastros que se deixa pelo mundo, seja através do fazer artístico. Assim, Gell (1998) pensa o artista como distribuindo sua agência, o seu eu. Quer dizer, essa agência é parte do eu do artista, não o seu todo. Partes da “pessoa distribuída” agem sobre o mundo e sobre aqueles que entram em contato e, ao mesmo tempo, são pacientes da agência de outros índices. Esses que sofrem a agência são testemunhas dos efeitos que esse artista causa no mundo.

No "art & agency", Gell já se descolou da conexão entre arte e sociedade, enquanto que no “Wrapping in images”, ele ainda está bastante preso a essa conexão. Na obra de Gell, pode-se acompanhar o percurso de um autor e identificar como o pensamento foi se constituindo, ainda que girando sobre as mesmas questões, tendo como ponto forte referencial, pensar o objeto de arte em termos distintos da lógica institucional, pois a arte afeta outras esferas da vida social; ao contrário do que ocorre quando se pensa um objeto como exclusivamente de arte.

Alguns críticos de Gell apontam como fragilidade do seu argumento a falta de consistência de “base teórica para a compreensão de como a arte pode ser uma forma de ação – um meio de intervir no mundo”, afinal são objetos e objetos não se modificam e, portanto, não possuiriam agência (MORPHY, 2012, p. 226). Contudo, na análise da *volt sorcery* (GELL, 1998) os objetos possuem um estatuto de pessoas e agem com a intencionalidade das pessoas. Ao defender seu argumento o autor invoca as feitiçarias que se operam utilizando imagens das vítimas ou exúvias, que não representam metonimicamente as vítimas, mas são fragmentos destacados da “pessoalidade distribuída” das vítimas (GELL, *op. Cit.*, p. 102 – 104). É por essa perspectiva que Gell defende a intencionalidade dos objetos.

2.3 Antropologia Simétrica

A outra chave que fundamenta a pesquisa é a antropologia simétrica, a qual surgiu no âmbito dos estudos de ciência e tecnologia (ECT). Para compreender a argumentação proposta pela antropologia simétrica, se faz necessário um pequeno recuo na história da constituição dessa área. Ressalta-se, contudo, que a intenção não é partir para uma genealogia dos ECTs, porém apenas contextualizar a discussão da qual Bruno Latour partiu.

Robert Merton funda a sociologia da ciência a partir da publicação de um artigo em 1938, “Ciencia, tecnologia y sociedad en la Inglaterra del siglo XVII”, na qual considera “a ciência como uma instituição autônoma, com suas próprias condutas ou imperativos de conduta – o *ethos* da ciência – que regulam a prática científica” (DÍAZ, 2007, p. 320). Um dos grandes problemas identificado na abordagem de Merton foi usar dois critérios para avaliar os erros e acertos da ciência; assim, quando é gerado conhecimento verossímil, foi porque se adotou corretamente o método científico. Por outro lado, quando o conhecimento é falho e mostrou inconsistências, o motivo foi não ter sido aplicado corretamente o método científico (DÍAZ, 2007). Portanto, para Merton, o êxito é explicado com o método científico, e o fracasso com a ideologia. Merton não se interessou pelos aspectos cognitivos e metodológicos da ciência; antes, ocupou-se em ressaltar a estrutura cultural da ciência, como as normas que a protegem, a crítica, a universalidade, etc. O objetivo era estudar a ciência como uma instituição sociocultural.

A designação de antropologia simétrica surgiu para fazer um contraponto com a sociologia desenvolvida por Merton, modelo de argumentação que adotam critérios e justificativas distintas para dar conta de erros e acertos na ciência, por isso, é conhecida por sociologia assimétrica da ciência (DÍAZ, 2007). A partir da década de 1970, surgiram outros estudos sociológicos que romperam com a tradição mertoniana, nos quais propuseram abrir as “caixas negras” da ciência e tecnologia. O termo caixa negra ou caixanegrizar e descaixanegrizar faz referência “ao modo com que o trabalho científico e técnico aparece visível como consequência do seu próprio êxito” (LATOUR, 2001 *apud* DÍAZ, 2007, p. 321). Um exemplo fácil para compreender o termo “caixa negra” é pensar nas análises laboratoriais onde se avalia teor de açúcar ou gordura no sangue. Nesses exames são adotadas taxas de

referências sem questionamentos e o que se leva em consideração são os dados de entrada e saída; quer dizer, não se atenta para o processo que levou a se adotar tal procedimento e parâmetros. Assim, esses estudos passaram a se contrapor à sociologia assimétrica da ciência, vindo a constituir-se na sociologia do conhecimento científico.

Estudos como os de Barry Barnes e David Bloor, protagonizaram a crítica ao modelo mertoniano, embora não tenham sido os únicos a se contraporem à Merton, foram os mais beligerantes e emblemáticos. Os autores autodesignaram seus estudos como “programa forte”. Nele se propuseram a “questionar e relativizar as ideias de racionalidade, verdade, objetividade, realismo que a concepção herdada da ciência assumia como próprias e às vezes exclusivas” (DÍAZ, 2007, p. 322). Deixaram de pensar a ciência como uma instituição autônoma. Introduziram o social em tudo, inclusive nas pipetas dos laboratórios e nas fórmulas matemáticas dos astrônomos.

Mais tarde, o “programa forte” também foi alvo de crítica, tendo sido apontado como profundamente relativista, por ter acrescentado ao seu objeto de estudo um cunho sociocentrista; converteu a epistemologia em teoria social do conhecimento e, desse modo, as causas que provocam as crenças verdadeiras ou falsas na produção do conhecimento científico passaram a ser vistas como simetricamente sociais.

Diáz (2007) sugere que foi a partir do reconhecimento dessas deficiências que surgiram outras rotas de investigações, com novas populações e políticas conceituais, as quais direcionaram a atenção desses estudos para as práticas científicas. Esses diferentes caminhos, nos quais se inclui a teoria do ator-rede – TAR – de Bruno Latour, possui em comum pensar a interação ciência-tecnologia-sociedade como um tecido sem costura. Uma rede em que as várias instâncias estão intimamente interligadas.

A teoria do ator-rede adota a perspectiva da sociologia simétrica do “Programa Forte”, mas radicaliza os questionamentos, pois para a TAR esta sociologia não é de todo simétrica. Latour vai adiante à busca de combater a dicotomia entre natureza e sociedade. Há um monopólio da sociedade para explicar tudo, enquanto que para ser simétrico tem que ser aplicado à natureza: “os

fenômenos sociais e naturais devem ser aplicados com a mesma série de argumentos” (DÍAZ, 2007, p. 324). Para Latour, o que é exercido duradouramente não pode depender de vínculos sociais, pois nesse caso não duraria muito. Se referir a forças sociais sem “explicar de onde vem a ‘consistência’ que reforça as conexões frágeis das habilidades sociais” é uma resposta conveniente, porém frágil (LATOURE, 2012, p. 102).

Sua suposição é a de que os sociólogos empregam a explicação do social um tanto livremente, quando na prática seriam as coisas que dotam de consistência a ‘sociedade’. Portanto, a TAR, busca desmontar “a ilusão moderna de que é possível isolar o domínio da natureza (o inato) do domínio da política (a ação humana)” (LATOURE, 2004, p. 397), o mundo para Latour é formado “pelas coisas ao mesmo tempo naturais e domesticadas, os quase-sujeitos e quase-objetos dotados simultaneamente de objetividade e paixão”.

Seriam os sociólogos do social ingênuos a ponto de não perceber uma tautologia tão óbvia em seu raciocínio? Estariam mesmo apegados à crença mítica num outro mundo por trás do real? Acreditariam realmente nesse estranho *tour de force* de uma sociedade nascida de si mesma? Claro que não, pois nunca transferem isso para a prática e, portanto, nunca enfrentam a contradição inerente ao conceito de uma sociedade ‘autoproduzida’ (LATOURE, 2004, p. 103).

Díaz (2007) destaca como premissa central da TAR, a proposta de uma nova política conceitual, a recusa de exilar os objetos das práticas humanas em geral e das tecnocientíficas em particular. “Eles são tão constitutivos da vida humana como os próprios atores e ações humanas” (DÍAZ, 2007, p. 325). Apesar da proliferação dos laços sociais entre atores humanos e não-humanos em sociedades pré-modernas e modernas, parece ser mais evidente nas sociedades pré-modernas. Daí a relevância de indagar as práticas nos laboratórios tecnocientíficos como se o investigador fosse um antropólogo em visita a uma cultura pré-moderna. Nesse sentido, Latour propõe o método etnográfico nos ECTs; assim, o pesquisador descreveria os eventos e daria voz aos atores.

A diferença entre as sociedades pré-modernas e modernas é que nesta última as redes ou coletivos “traduzem, entrecruzam, enrolam e mobilizam mais elementos e esses elementos se acham mais intimamente conectados na trama social que na primeira” (LATOURE, 2012, p. 328). A rede de atores humanos e não humanos estão

associados a um programa de ações e cada ator tem um grau de associação com seu programa. O desenvolvimento humano está relacionado com as redes ou coletivos. O grau de união dos atores com seus programas variam com o tempo. Díaz cita Latour para ressaltar que as inovações nos mostram que não trabalhamos em um mundo cheio de atores que se possa atribuir contornos fixos, de um lado objetos e de outro relações sociais; antes, nos deparamos com redes ou associações humanas e não-humanas, onde devemos estudar associações e suas transformações.

Nessa perspectiva, a ideia central defendida por Latour (2012) para se contrapor ao que ele chama de sociologia do social, é a de que não há grupos, mas apenas a formação deles, se opondo à ideia do social como o domínio da realidade, e portanto, se contrapondo a teoria crítica de Bourdieu. Evita adotar o termo social, preferindo, antes, os termos associação, agrupamento, rede ou coletivo para se referir à reunião entre AH e ANH. O social é abordado como um ente que se constitui apenas na ação; portanto, os atores não estão prontos, esperando a ação. A ação é pensada como um evento e não como ato – “localizando sujeitos e objetos”. Nesse mesmo sentido, Strathern (2014) faz coro à crítica elaborada por Latour. A antropóloga combate, o que ela chama de reificações estabelecidas na antropologia, ao usar os conceitos de cultura e sociedade como coisas; por mais que essas coisas demonstrem não serem coisas, aparece nos escritos dos estudiosos como categorias, que por sua vez são utilizadas para explicar outras categorias. Todavia, esse modelo antropológico, que é alvo da crítica tanto da Strathern (2014), quanto de Latour (2012), determinam a organização do conhecimento sobre os assuntos humanos, pois vai definir “os contornos do que pode ser reconhecido como relacional⁹ nas condutas das pessoas umas com as outras” (STRATHERN, 2014, p. 359).

Na busca em definir e distinguir o termo “social”, Latour (2012) afirma tratar-se de uma associação entre elementos heterogêneos, que não precisam necessariamente ser sociais e não se restringem aos seres humanos. Após fazer uma breve genealogia da palavra social, Latour diz que adota a seguinte definição para o social: seria “um movimento peculiar de reassociação e reagregação”

⁹ O que Strathern entende por relacional são as condutas nos sistemas de troca entre as pessoas, em que não implica necessariamente numa entrega; mas, refere-se aos valores que são destacados de uma pessoa para serem ligados a outra pessoa.

(LATOUR, 2012, p. 25). Portanto, Latour sugere que deixemos de usar o termo “sociedade” e passemos a usar “coletivo”. A vida social é um conjunto de coletivos com a associação de AH e ANH que não devem estar à margem de avaliação e discussão.

De acordo com Latour, a TAR explica melhor o que ainda está se constituindo: “o mais importante é descobrir novas instituições, procedimentos e conceitos capazes de coletar e reagrupar o social” (LATOUR, 2012, p. 30). Nesse sentido, pensa-se ser possível falar de reassociação do social através da joia e dos coletivos formados entre AH e ANH no universo da joalheria. Ao contrário da sociologia do social, que não funciona para o que ainda não é um tipo de esfera social, a TAR, ao seguir os atores, auxilia no entendimento do que ainda não está consolidado.

[...] cumpre seguir os próprios atores para tentar entender suas inovações frequentes e bizarras, a fim de descobrir o que a existência coletiva se tornou em suas mãos, que métodos elaboraram para a sua adequação, quais definições esclareceriam melhor as novas associações que eles se viram forçados a estabelecer (LATOUR, 2012, p. 30).

Portanto, a primeira fonte de incerteza com a qual o sociólogo das associações terá que lidar, segundo Latour (2012), é não haver grupos relevantes ao qual possa ser atribuído o poder de compor agregados sociais e tampouco há ponto de partida inquestionável. Nesse sentido, vai-se privilegiar “o empenho de algumas pessoas em desenhar fronteiras que as separam de outras; enquanto que, os sociólogos do social consideram que a principal característica [...] consiste em reconhecer a existência inquestionável das fronteiras” (LATOUR, 2012, p. 52). O ponto de vista dos sociólogos das associações reside justamente nas controvérsias acerca do agrupamento a qual alguém pertence; do mesmo modo, os conceitos dos atores figurariam como mais fortes que o do analista. Com relação às incertezas ou dissenso entre os teóricos sobre o que seria o componente básico da própria sociedade, Latour (2012) afirma que as próprias controvérsias oferecem recursos para o analista rastrear as conexões sociais. Seria através das mudanças que se poderia compreender como o social é engendrado.

Assim, os agrupamentos ao serem refeitos deixam traços que podem ser usados como dados pelo informante. Como os agrupamentos não possuem a

definição de um objeto, o que eles possuem é uma definição performativa. Os grupos existem na medida em que são feitos e refeitos; à vista disso, o recurso principal que os pesquisadores podem usar para compreender como o social é gerado seria o rastreamento das conexões sociais. Ao contrário dos sociólogos do social, para a TAR a regra é a performance. Os grupos usam porta-vozes, para que elaborem sobre a existência do grupo e para a criação de fronteiras entre eles e os outros; há um esforço também em se distinguirem dos que não fazem parte do grupo, os quais Latour (2012) denomina de antigrupos, a fim de demarcarem as diferenças. Entre as ações performativas, fica evidente o papel dos porta-vozes, que podem contar com a colaboração de estudiosos para a formação dos grupos. Para mapear a ação dos atores, o autor chama atenção para os relatos que acompanham as ações; para as figurações, não apenas humanas; para as características dos relatos, em que são acrescentadas e retiradas entidades, como também, para o fato de que os atores possuem suas próprias teorias sobre o desenvolvimento da ação. Mais uma vez, o enfoque é na voz dos atores e na descrição dos eventos.

Uma das questões centrais na argumentação de Latour se refere à ação dos objetos – ANH: embora não seja uma ação intencional, os objetos são dotados de alguma subjetividade. A ação está relacionada à surpresa, mediação e acontecimento. Latour (2012, p. 75) esclarece que “ator” não é fonte de ato, mas sim “alvo móvel de um amplo conjunto de entidades que enxameiam em sua direção”. Nesse sentido, observou-se que a joia, através de sua agência, pode alterar o estado de quem a usa ou ser usada para instaurar comunicação com outros atores, sendo essas algumas das formas de ação dos ANH nos coletivos.

Por fim, outro aspecto importante a ser destacado são as políticas conceituais que são adotadas na ciência. Os conceitos possuem sua própria história, estruturas e formas de se vincularem com outros conceitos (DÍAZ, 2007). Dito isso, identifica-se na rede um campo de forças, uma estrutura de poder e fonte de desigualdade, sendo o controle dos recursos escassos habitualmente assimétricos. A crítica que Díaz (2007) faz à teoria do ator-rede, especificamente nos estudos da tecnociência, refere-se à ausência de uma teoria do poder para compreensão da natureza política de toda rede. Richards Adams, a partir de uma argumentação muito distinta da TAR, afirma que “a tecnologia constitui uma base de poder social” (ADAMS, 1983 *apud* DÍAZ, 2007, p. 335). Daí o autor inferir que os laboratórios e os ANH de um coletivo

conformam uma das bases de poder social que também precisa ser posta em discussão. Com o intuito de ilustrar as políticas conceituais, pode-se pensar nas introduções de tecnologias que impactaram na nossa forma de viver, particularmente certos contextos nos quais para atender à aplicação da tecnologia foram desenvolvidos materiais que passaram a ser produzidos em escala, como no caso de filamento elétrico para a luz elétrica, por exemplo. São decisões que determinam serviços ou produtos massivamente consumidos. Latour, dessa forma, chama atenção para as decisões que são adotadas nos laboratórios, no fazer ciência, que impactam a nossa maneira de viver.

Assim, no intuito de pensar as redes que se formam entre a joia e seu usuário ou entre o universo da joalheria e seu produtor e, por conseguinte, refletindo na constituição do corpo do joalheiro, decidiu-se partir da teoria do ator-rede. Considera-se, assim, que para fazer ciência das associações, conforme proposto por Bruno Latour, é seguir os coletivos, e seus modos de construir agência e dirimir conflitos.

Seguir a los actores en red no es optar por el punto de vista de los individuos en vez de las estructuras, sino tomar en serio la relativa libertad de movimiento de quienes pueden ser actores en la medida en que los vínculos con los otros los hacen actuar en una u otra dirección (CANCLINI, 2012, p. 7).

A sugestão em utilizar Canclini despontou a partir do conhecimento de um dos seus artigos, o qual poderia contribuir para a reflexão do material empírico levantado. No seu artigo, Canclini (2012) aborda as condições dos jovens que trabalham na indústria cultural, sobretudo, música e editoração, porém não conseguem viver do próprio trabalho, nas áreas que escolheram atuar, levando-os a serem financiados por suas famílias, algumas vezes retardando a saída da casa dos pais, assim como, a intercalarem essa atuação com trabalhos precários ou sazonais. Como em sua análise utiliza os pressupostos da TAR, a partir da atuação dos atores em rede, os quais se aproximavam do perfil dos jovens informantes que atuam em joalheria contemporânea, essa reflexão auxiliou na compreensão dos aspectos político-sociais que se operam na joalheria de arte. A proposta que Canclini apresenta do trabalho é de compreender os novos comportamentos dos jovens e estudar as táticas e estratégias criadas pelas novas gerações, distintas das que são diagnosticadas pelas pesquisas de opinião e balanço de vendas das indústrias culturais. Nesse contexto, o autor se questiona até que ponto um mercado laboral

precário induz a acomodação em trabalhos instáveis, produz uma dependência familiar e, se não bastasse isso, articula essa dependência familiar com a independência pessoal, em táticas de agrupamento inovadores de trabalhar e lidar com a incerteza.

A introdução da tecnologia e as várias facilidades alcançadas com os novos procedimentos não evitaram que o trabalho do músico permaneça precário, sem garantias conquistadas pelos trabalhadores assalariados. O condicionamento digital marcou a ruptura na forma de produzir cultura, mas cada segmento possui suas peculiaridades; entretanto, o que Canclini demarca como aspecto comum em todos esses contextos é que a criação é formulada como programação, ou seja, manejo criativo de materiais preexistentes e das suas mudanças de circulação. Outra ruptura que ocorreu na atividade dos produtores culturais é a escassez de locais de trabalhos; agora, o que se apresenta são nomeações temporais inseguras. Os projetos independentes não prescindem de apoio público ou privado, os trabalhos se ancoram na liberdade criativa com que fixam seus objetivos, elegem conteúdos e administram suas trajetórias. Em sua abordagem crítica, que Canclini põe em dúvida a sustentabilidade de projetos sem os fundos públicos e as instituições não lucrativas na educação e cultura.

Segundo Canclini (2012) estamos vivendo uma mutação no desenvolvimento dos bens simbólicos e na forma de produção, comunicação e acesso. O estudo dos hábitos, formas de agrupamentos e organização, estilo de trabalho e sobrevivência dos jovens não mostram uma reestruturação geral e homogenia. O autor observa que as formas industriais e pós-industriais de produzir e circular os bens e mensagens convivem com hábitos comunitários antigos, formação de novas comunidades e tipos de negócios; dessa forma, se combinam os gostos por uma cultura massiva com novas formas de trabalho artesanal, local e transnacional. Canclini insiste em afirmar que não houve uma substituição de um modelo por outro. Muitas das atitudes econômicas novas tem como princípio a sustentabilidade, mais que o lucro. As práticas empreendedoras são híbridas combinadas, de tal modo que, para serem compreendidas, elas requerem seguimento etnográfico aberto e flexível. Nesse ponto, o autor volta a se aproximar da TAR, no sentido em que se referem às redes como associações entre atores AH e ANH em um movimento de constante

reassociação, para focar nos aspectos políticos que perpassam a indústria cultural no México.

Uma das críticas que Canclini faz a Bourdieu diz respeito à ideia de que os paradigmas utilizados para analisar a sociedade, as cidades e a cultura, já não seriam suficientes para entender os processos no contexto atual, os quais exigem outra lógica. Para Canclini (2012), observar a distribuição e as desigualdades na economia, ou a distribuição da população em zonas mais centrais ou periféricas do espaço urbano – mas conectadas com equipamentos culturais – tampouco auxilia no entendimento dos novos processos. Assim, com todas as mudanças advindas da introdução de novas tecnologias na indústria cultural, que provocaram reflexos na atividade laboral, a noção de campo já não ajuda na compreensão do que está ocorrendo, tendo ficado evidente a inadequação do conceito no final do século passado. O autor observa que os atores que atuam por projetos, frente às mudanças laborais, enfrentam uma transversalidade em muitos processos, dificultando a permanência no trabalho e o quase desaparecimento da figura do especialista. Desse modo, alguém que tenha formação em arte visual, por vezes atua como designer gráfico ou de superfície, ou ainda na moda, campos transversais nos quais o modelo de trabalho é de projetos pontuais. As características próprias do método etnográfico permitem examinar produtores culturais que transitam em várias disciplinas.

2.3.1 As Redes na Formação do Corpo na Joalheria

Outro aspecto que se buscou explorar foram as associações estabelecidas entre joia e usuário. Na antropologia, a tradição de estudo do corpo remonta a Boas, que explorou máscaras, pinturas e tatuagens de povos do noroeste americano. Explorações que posteriormente foram aprofundadas por Levi-Strauss. Mas foi em Mauss (2003) que pautamos a reflexão sobre o corpo. Em seu estudo das “técnicas corporais”, trabalho seminal, Mauss vai evidenciar o mecanismo que mais tarde vai ser apropriado por Bourdieu como *habitus*, forma de poder incorporado. Para esse autor, a estrutura que permeia a sociedade tem um papel decisivo na construção do *habitus*.

Em contrapartida, Mauss, no intuito de apresentar uma teoria da técnica do corpo, defende ser necessário uma “descrição pura e simples das técnicas do

corpo¹⁰ (MAUSS, 2003, p. 401). Quer dizer, Mauss parte do concreto, do aprendizado que as diferentes sociedades fazem do corpo, através das diferentes técnicas corporais, para chegar ao conceito, ao abstrato. Para o autor, toda atitude do corpo é fruto de uma lenta aprendizagem. Da mesma forma, as distintas técnicas são dotadas de diferentes formas. Nesse sentido, vale atentar para o relato de uma das informantes, Lívia Canuto, a respeito da aprendizagem de ourivesaria na sua experiência como professora. A técnica do recozimento¹¹, que tem por objetivo possibilitar a deformação do metal sem que ele sofra ruptura, é o ato de aquecer o metal até determinada temperatura, para em seguida resfriá-lo, inserindo-o em água fria. A identificação do recozimento é visual, se dá através da observação das nuances na cor avermelhada que o metal atinge. Assim, nas primeiras aulas os alunos não conseguem ver a alteração na coloração avermelhada e distinguir o ponto em que devem interromper o processo com a fonte de calor. Lívia acrescenta, “a mesma coisa acontece em identificar que está mal serrado, limado e lixado. Isso tudo você vai adquirindo”. Para conseguir que os alunos obtenham uma boa performance na execução das técnicas, Canuto demonstra o manuseio das ferramentas e mostra, de forma recorrente, as imperfeições.

*“Eu falo: está cheio de risco;
ele: não tô vendo risco nenhum;
Eu chamo: vem cá, mostro com minha unha os riscos, olha esse risco aqui, olha esse risco ali. Eles sempre falam; que olhar! Mas dessa forma estou treinando.
Eu digo: você vai ter esse olhar. E tem, e passa a ter.
Eu observo uma mudança; no início eles não enxergam aquilo e depois eles passam a ser rigorosos. [...] de tanto falar, eles dizem; você vê coisas que eu não vejo; mas depois eles veem, ficam detalhistas” (Entrevistada).¹²*

No seu estudo sobre as técnicas do corpo, Mauss (2003) recupera a noção de *habitus* de Aristóteles por sua intenção de se referir ao “adquirido” e à “faculdade”. Nessa perspectiva, o sentido que Mauss adota para a palavra hábito,

¹⁰ Grifo no texto do próprio autor.

¹¹ À temperatura ambiente o metal é formado por uma série de estruturas regulares, dispostas numa ordem, chamadas cristais. Alguns metais possuem forma cúbica, enquanto outros possuem formas hexagonais. Todos os metais utilizados na joalheria possuem uma estrutura cúbica. Ao ser fundido eles perdem sua estrutura geométrica e ordenada. Quando arrefece, começam a recuperá-la; mas, de modo desordenado. É neste intervalo, quando suas moléculas estão desordenadas, que se torna possível trabalhá-lo. A este processo chama-se recozimento. Idealmente, o recozimento deve ser feito em forno, para que atinja a temperatura exigida de maneira uniforme. Entretanto, devido à praticidade do trabalho na banca de ourives, o recozimento é quase sempre feito com o maçarico, daí a importância da visualização da cor do metal na identificação da correta aplicação da técnica.

¹² Entrevista concedida por Lívia Canuto em 1º Outubro 2015.

está articulado com o efeito que as “técnicas e a obra da razão prática coletiva e individual, as quais se imprimem no corpo” (MAUSS, *Op. cit.*, p. 404). O autor adota uma perspectiva mais ampla, que envolve os pontos de vista biológico e sociológico, sempre destacando a posição da educação na arte de utilizar o corpo, o que pode ser observado no seu cotejamento sobre a formação dos conceitos a partir da experiência sobre a educação, e, portanto, do corpo.

Ela [a palavra] não designa os hábitos metafísicos, a “memória” misteriosa [...]. Esses “hábitos” variam não simplesmente com os indivíduos e suas imitações, variam, sobretudo com as sociedades, as educações, as conveniências e as modas, os prestígios (MAUSS, 2013, p.404).

Em suma, para Mauss os aspectos psicológicos funcionam como engrenagem, em que geralmente são comandados pela educação, assim como, em menor escala, pelas circunstâncias da vida em grupo. Muito embora, o autor não descarte os aspectos psicológicos, “da capacidade individual, da orientação técnica, e a da característica, da biotipologia”, os quais impactam na incorporação da técnica. Contudo, não são as causas de um determinado rendimento do corpo. As técnicas visam adaptar o corpo a certos interesses de uso, os quais podem ser orientados para a corrida, para dormir numa determinada posição, enfim, as técnicas adaptam o corpo visando atender aos mais variados interesses de aplicação.

Da leitura desse autor, infere-se que, em Latour, o termo hábito no sentido de se adquirir um corpo que atenda às necessidades dos agrupamentos se aproxima mais dos ensinamentos de Mauss. De modo que, para Latour o corpo é pensado como “aquilo que deixa uma trajetória dinâmica através da qual aprendemos a registrar e a ser sensíveis àquilo de que é feito o mundo” (LATOUR, 2004c, p. 39). O autor afirma ainda que, a fim de evitar a obrigação de falar da essência ou natureza do corpo, ele vai definir o corpo não diretamente, mas através de elementos que o sensibilizam e o tornam consciente. A saída que o autor encontra para driblar a dificuldade do tema vai ser teorizar sobre “as conversas do corpo” – *body talks*, ou seja, a forma como o corpo expressa os relatos daquilo que faz. Quer dizer, o autor aborda o corpo que é treinado e incorpora hábitos a partir dos “equipamentos materiais que o tornam sensível às diferenças” (LATOUR, *Op. cit.*, p. 40). O autor fala do corpo a partir do momento em que ele passa a ser afetado pelos objetos. Assim, serão os objetos que permitem ao corpo adquirir consciência.

Latour mostra através do treino de “narizes” para a indústria de perfumes, em que a participação de ANH, como uma maleta de odores, é de fundamental importância para o corpo vir a ser afetado. O treino transforma, o que o autor chama de um nariz “mudo”, em um “nariz com voz”, possuidor de características que foram desenvolvidas através de treino com ANH, “capaz de discriminar um número crescente de diferenças subtis, e de as distinguir entre si, mesmo quando estão disfarçadas ou misturadas com outras”. Nesse sentido, é pela prática que o corpo adquire capacidade para experimentar um mundo de sensações. “Adquirir um corpo é um empreendimento progressivo que produz simultaneamente um meio sensorial e um mundo sensível” (LATOURE, 2004c, p. 40). De novo, Latour apresenta a maleta de odores como parte do corpo no treino para ser afetado. Afinal, a maleta é fundamental para se obter um corpo necessário para atuar na indústria de perfumes. Dessa forma, uma rede de atores, tais como: o professor, o kit e o treino, possibilitam que as diferenças nos odores sejam, finalmente, percebidas e, ao mesmo tempo, transforme o que era antes um comportamento imperfeito, em possibilidade de se criar coisas diferentes.

Parece-me apropriado afirmar que o kit de odores «articula» percepções das pupilas, fragrâncias da indústria e demonstrações do professor. Se a diferença é o que produz sentido, então engarrafar odores puros em frasquinhos, abri-los numa determinada ordem, começando com contrastes mais marcados até chegar, depois de muitos ensaios, a contrastes mais suaves, é uma forma de dar voz - isto é, um sentido - às condições que geram a prova de cheiro. O contexto local, material e artificial não pode ser construído como mero intermediário; nem, sobretudo, como simbolização arbitrária de um mundo «indiferente» realizada por um sujeito. Será antes construído como aquilo que, por causa da artificialidade do instrumento, possibilita que as diferenças do mundo sejam acumuladas naquilo que, a princípio, pareciam ser conjuntos arbitrários de contrastes (LATOURE, 2004c, p. 43 – 44).

Outro termo que o autor introduz é de articulação, o qual se refere ao sujeito quando ele é afetado, pondo-o em movimento por novas entidades. A vantagem que o autor vê na adoção desse termo é fazer referência aos componentes artificiais e materiais que permitem progressivamente adquirir ou alcançar um determinado corpo. Quer dizer, a materialidade da mala de odores vai articular o surgimento de um novo corpo. A vantagem de usar a noção de articulação é que ela anuncia uma ocorrência que não termina, “pois aqui não se espera que os relatos convirjam numa versão única que feche a discussão com uma afirmação, mera réplica do original”.

As discussões e controvérsias não terão fim, ficarão cada vez mais interessantes. Latour avança um pouco mais, ao argumentar que “quanto mais controvérsias articularmos, mais vasto se torna o mundo” (LATOURE, 2004c, p. 45). Dessa forma, quanto mais articulações incidir sobre o corpo, mais sensível ele se tonará aos diferentes instrumentos e contextos artificiais.

A partir desta perspectiva, da importância da materialidade para a compreensão da maneira como vivemos e nos organizamos, temos também a abordagem da cultura material. Segundo o antropólogo Daniel Miller (2002), é através do consumo que construímos as nossas relações sociais. O mesmo universo material que serve para reprodução física e social serve para medir nossas relações sociais, construir identidade, criar fronteiras entre grupos e pessoas.

Ao buscar confrontar a oposição estabelecida pelo senso comum entre pessoas e coisas, Miller defende que a nossa relação com as coisas revela a nossa humanidade. A fim de defender a íntima relação que constituímos com as coisas, o autor mostra uma característica facilmente identificável da sociedade moderna: a tendência à particularização e, ao mesmo tempo, à universalização. Essa ideia que está presente no mundo moderno é apontada como a noção de dialética da filosofia de Hegel, a qual fundamenta o trabalho de Miller.

Em *Material Consumption*, Daniel Miller (1987) nos apresenta o termo objetificação, “violentamente abstraído de Hegel”, segundo o próprio autor, para tratar da relação dos produtos de massa na cultura contemporânea. À luz dessa abordagem, os artefatos, para além de nos constituir como sociedade industrial através das nossas identidades, nossas organizações em grupos, participam do processo social de autocriação em que eles são partes constitutivas da compreensão de nós mesmos e dos outros. Assim, sujeitos e objetos só podem ser entendidos juntos, ou seja, o sujeito é sempre compreendido através do processo de absorção dos seus próprios objetos. Dito de outra maneira, sujeito e objeto só podem ser entendidos através de uma matriz relacional.

Secundariamente, outras abordagens antropológicas também enriqueceram a pesquisa; assim, tem-se a perspectiva de Marilyn Strathern (2014), em que o corpo como superfície pública vai dar a imagética para a própria noção de vida social, ou de Els Lagrou (2007, 2009, 2012) que chama atenção para o entrelaçamento entre o corpo e artefato em sociedades ameríndias. Novamente, o interesse nessas

abordagens diz respeito a um dos aspectos que se discute nesta tese, qual seja: as redes que se formam entre sujeito e seus objetos.

2.4 Filosofia do Design

Do ponto de vista do design, optou-se por uma teoria formulada pelo filósofo alemão, Peter Sloterdijk, o qual partilha de algumas das premissas defendidas por Latour (2008), sobretudo, ao pensar o espaço habitado. Foi, inclusive, através de um dos artigos de Latour (2008), *A cautious Prometheus? A few steps toward a philosophy of design (with special attention to Peter Sloterdijk)*, que nos deparamos com alguns aspectos do pensamento de Sloterdijk, os quais abordam a análise do design. Ao mesmo tempo, este autor introduz no pensamento filosófico contemporâneo um conjunto de novos termos ao se referir ao mundo como cheio de bolhas, espumas, esferas, tensões verticais e sistemas imunológicos (BRUSEKE, 2014). Para Sloterdijk (2003), sociedade é uma espuma, no sentido em que não pode ser entendida de fora, formada por um conjunto de redes, de grupos; o seu conhecimento só pode ser alcançado de dentro. Assim, a sociedade, que é composta de unidades de comunidades, as quais são conectadas midiaticamente. O sentido de mídia, para Sloterdijk, diz respeito ao mundo material.

Portanto, a dimensão espacial, para o filósofo, deve fazer parte da análise da teoria social. O que desperta o interesse do pensamento de Sloterdijk para a disciplina do design é a compreensão da técnica na sua argumentação. “A técnica é vista, neste contexto, como parte integrante do homem, não podendo fugir dela. A única opção é melhorar a técnica e sistemas imunológicos que nos protegem contra técnicas nocivas”. (SLOTERDIJK, 2003, p. 4). Assim, da mesma forma que Strathern (2014) e Latour (1994, 2001, 2009, 2012), para Sloterdijk a natureza é técnica, no sentido de que há uma técnica para o cultivo, a irrigação, etc., de modo a problematizar as categorias de Natureza e Cultura.

De acordo com Sloterdijk, a vida na esfera global é um espaço vivido, habitado, não é espaço abstrato. Esferas são modos de habitar o mundo, não têm uma unidade prévia, são diádicas, unidade de dois, unidade que tem início já no útero da mãe, em que a mídia é o líquido amniótico. Da mesma forma, um indivíduo andando no deserto forma uma esfera com o deserto, daí estar sempre formando

relações diádicas. Devido ao seu estilo muito original, cheio de alusões poéticas e conclusões surpreendentes, o autor é reconhecido como um pensador “capaz de sacudir o mundo do politicamente correto, sem cair nas armadilhas moralistas colocadas pelos ‘bons homens’” (BRUSEKE, 2014, p. 53).

Pode-se dizer que, para Sloterdijk (2003) a história das civilizações foi à conquista do exterior, do fora. Os espaços exteriores habitados constituem uma tentativa de formar uma díade com esse exterior estranho. A chave para formar díades é criar sistemas de imunização; assim a narrativa da espécie humana é a tentativa de domesticação do espaço externo. É nesse sentido que nos parece tão interessante a argumentação de Sloterdijk, pois a partir do século XVIII a tecnologia adquire uma preeminência e é usada para traduzir o exterior que nos é hostil.

Oosterling (2009), estudioso de Sloterdijk, cujo foco de interesse é o design desenvolvido na atualidade, no século XXI, destaca que a forma como nos relacionamos com o mundo atual, aponta para transformações geradas pelas “mídias”, termo que o autor utiliza para se referir aos objetos que nos constituem ou o mundo material que nos envolve. Esses objetos estão tão intimamente relacionados com os atores, que afetam a maneira como atuamos no mundo. Em outros termos, para Oosterling (2009), a forma como estamos no mundo é afetada pelas “mídias”, as quais mudam a nossa maneira de agir e atuar, a ponto de termos que desenvolver habilidades para participar do mundo. Não só as nossas ações, mas também o pensamento é intermediado pelo mundo material que nos cerca. Com a crise ecológica, fruto da utilização massiva das riquezas naturais para a produção de bens industrializados, outras propostas são pensadas para o design. Em suma, apenas com o intuito de introduzir brevemente as reflexões de Oosterling sobre o design, que serão discutidos no capítulo 4, conclui-se essa seção com a seguinte reflexão: se concordamos que o design contribui para entender a maneira na qual estamos e pensamos o mundo, o design também seria dotado de atributos para mudar a vida em grupo?

“Authentic Dasein¹³ is an unceasing attempt to give a decisive turn to our state of thrownness in the world by moving together to design a society. Design, then, equates to making decisions about form in order to liberate ourselves from the arbitrariness of life¹⁴” (OOSTERLING, 2009).

¹³ Dasein é uma palavra alemã que tem o sentido de existência.

¹⁴ Dasein (Existência) autêntica é uma tentativa continua de dar uma reviravolta decisiva no nosso estado de ser-lançado no mundo, movendo juntos para projetar uma sociedade. Design, então,

A melhor maneira de entender *Dasein* foi através do trocadilho feito por Henk Oosterling, "*design Dasein ist*". Ou "a existência é design". Segundo Latour, o que Sloterdijk trata por *Dasein* é o que torna sua filosofia tão interessante para nós que somos bombardeadas com ofertas para redesign para tudo, de cadeiras a clima (LATOURE, 2009. p. 7).

Latour, ao apresentar Sloterdijk, diz que "definir humanos é definir os envelopes"; isso porque não encontramos humanos nus, sem o sistema de suporte de vida, o envelope que os possibilita respirar (LATOURE, 2004, p. 8). Da mesma maneira que um traje espacial ou uma estação espacial é inteiramente artificial e cuidadosamente concebido para proteger a vida, todos os envelopes se constituem como suportes da frágil vida dos humanos. Nesse sentido, os humanos precisam ser tratados com extremo cuidado durante toda vida, desde o ventre, natural ou artificial, no qual eles são cultivados, até o lugar onde sobrevivem e morrem. Nesse contexto, Latour faz referência à filosofia de Sloterdijk como um tipo de obstetrícia, visto os termos adotados na sua argumentação.

Dessa forma, ao contrário dos humanistas que se ocupam apenas de humanos, Sloterdijk trata ambos, humanos e não humanos, como "questões de grande preocupação e cuidado" (2003, p. 10). Conforme Latour indicou, projetar algo implica não só em aumentar as questões semióticas de significado do que vai ser produzido, como também envolve as questões normativas de bom e mau design. A insistência em voltar à questão do design ser inteiramente normativo se deve à necessidade de acompanhar a pergunta: é um bom ou mau design? Esta seria uma boa maneira para trazer a questão da política. Se todo o tecido da nossa existência tem que ser redesenhado em detalhes excruciantes; se para cada detalhe a questão do bom e do mau tem de ser levantado; se cada aspecto tornou-se uma questão de preocupação e contestação, já não se pode ser estabilizado como uma indiscutível matéria de fato¹⁵. Então se estaria entrando em um território político completamente novo.

equivale a tomar decisões sobre a forma, a fim de nos libertar da arbitrariedade da vida (Tradução nossa).

¹⁵ Os termos 'matéria de fato' – *the matter of fact*, se refere ao fato da natureza ou Natureza. De acordo com Latour, trata-se de uma invenção que gerou o estilo empírico que usamos até hoje. A esse termo ele opõe o termo *the matter of concern*, ou matéria de preocupação, ao se referir ao mundo das coisas.

No artigo “A cautious Prometheus?”, Latour (2009) discute a transformação pelo qual o design passou. Nesse artigo, dois termos são usados de forma recorrente a fim de apontar a direção tomada pela disciplina, quais sejam: *matters of fact* e *matters of concern*, de forma que as “questões de fato” ou materialidade se diluíram e se transformaram em “matérias de preocupação” ou objetos de design. De novo, Latour combate a lógica de divisão tipicamente modernista entre a materialidade, de um lado, e do outro, as questões humanas. Latour, na sua forma provocativa e muitas vezes irônica de argumentar, compara a transformação pelo qual o sentido da palavra design passou a partir de duas narrativas desconexas, que são as mesmas narrativas associadas ao modernismo e também discutidas em outros trabalhos. Uma das narrativas é voltada para a ideia de emancipação, desapego, modernização, progresso e domínio e, a outra, completamente diferente, defende os princípios de apego, precaução, complicação, dependência e cuidados; de forma que, a palavra “design” poderia funcionar como uma pedra de toque importante para identificar o caminho que estamos tomando e como o modernismo (e também o pós-modernismo) foi perdendo o domínio do conhecimento.

2.5 Hipóteses da pesquisa

A partir da fundamentação teórica, em conjunto com um trabalho de campo preliminar, chegou-se as hipóteses que aqui se apresentam.

Trabalhou-se com a hipótese de que esses dois campos geram duas formas distintas de conceber o objeto joia. Melhor dizendo, as diferentes atuações na joalheria apresentam particularidades das estruturas e processos que condicionam as atuações dos sujeitos. Com o surgimento da joalheria contemporânea, outro aspecto presumido foi a do surgimento de um produto mais democrático, tanto em termos de expandir o acesso do público consumidor, quanto facilitar o ingresso dos produtores no ofício, visto não ser necessário investimentos vultuosos em matéria-prima. Sendo o intuito desta investigação apontar para as circunstâncias que engendram as distintas formas de operar no campo da joalheria. De acordo com a hipótese deste estudo, a partir da identificação das joias produzidas por joalheiros num determinado contexto, e joias produzidas por artistas e seu respectivo contexto,

permitiria evidenciar que as diferentes atuações na joalheria apresentam uma apreciação das estruturas e processos que condicionam as atuações dos sujeitos.

Partiu-se, ainda, do princípio que a arte e o design geravam duas formas distintas de conceber o objeto joia; de um lado, teriam joias produzidas por artistas, cujas características seriam o pouco apuro técnico na execução, resultando em peças com baixo investimento em acabamento. Alguns artistas não se preocupariam em esconder as marcas geradas na própria fabricação, por exemplo. Os sistemas de fechos e articulação seriam de baixa complexidade, ou seja, o acabamento e a perícia técnica não estariam em jogo, já que o interesse dos artistas está em outro campo de ação. Em contrapartida, as peças dos designers de joias primariam pela execução, já que tendem a ver a joia como um objeto autônomo e altamente complexo, acarretando em diferenças formais entre os produtos desses dois profissionais. Ou seja, o resultado da análise das diferentes formas de produzir joias mostraria que o joalheiro tenderia a valorizar a maestria, enquanto que o artista se sentiria livre para fazer uma joia que não primasse pelo acabamento ou para os problemas de uso, porque a questão objetiva seria usar o objeto para veicular suas proposições. Assim, o artista atuaria num campo mais expandido, no qual a joia pode ser apresentada em outros suportes; trata-se da joia mais o seu contexto. O trabalho do joalheiro, por sua vez, seria fazer a joia autônoma em relação a todo o resto. O artista pode suprimir qualidades e complexidade formal para que o espectador olhe para joia e olhe para o que está em volta da joia; ao contrário do joalheiro, cuja premissa se baseia em que tudo esteja na joia. Contudo, o ponto seminal para identificar a expressão artística no trabalho joalheiro é possuir uma proposta que deflagre a noção de intencionalidade do trabalho. Acrescenta-se a isso, as circunstâncias que permeiam os produtores dessa categoria, nas quais a atuação se aproxima, antes, ao de um ativismo social, conforme veremos no decorrer do trabalho.

Em suma, além da hipótese acima mencionada, de que as diferentes atuações revelam as estruturas e processos que condicionam a forma de atuar na joalheria, a concepção da joalheria é construída a partir da experiência com novas formas de organização econômica e tecnológica, bem como com as dificuldades advindas de comportamentos anteriores.

2 FACETAS DA JOALHERIA

“I think there is no difference between art and jewellery, because in jewellery and sculpture [...] we are usually faced with the same problems such as form, proportions, theme and concept”.

(Peter Skubic)

A joalheria, como tantas outras atividades profissionais, pode ser produzida de diversas maneiras, sob diferentes perspectivas. Como nesta pesquisa comparam-se, sobretudo, duas distintas maneiras de operar na joalheria, em uma via com uma perspectiva mais artística e outra mais comercial, buscar-se-á verificar os processos que condicionam a atuação dos produtores. De modo que, a proposta neste capítulo é apresentar as diferentes categorias que compõem a Joalheria, levando em consideração tendências que vem do mercado e tendências que vem do campo da arte para, dessa forma, compreender a maneira como essas diferentes influências se articulam, tendo em vista o conceito bourdiesiano de campo.

Embora a noção de campo seja alvo de muitas críticas (ALEXANDER, 1995; CANCLINI, 2012), pois a organização social, assim como o mercado laboral, já não apresentam a estabilidade e organização em campos claramente delimitados, como podia ser observado no período em que Bourdieu realizou sua pesquisa, entre os anos 1970, se estendendo até quase o final do século XX, ainda assim, pode-se notar que a flexibilização laboral não foi absorvida uniformemente em todos os setores da economia. Isto é, alguns setores produtivos foram mais impermeáveis à flexibilização das condições de trabalho, escapando das transformações implementadas no mundo laboral apontada pela crítica. Para Canclini (2012), a incorporação de novas tecnologias, novos recursos comunicacionais, novas lógicas de atuação no mercado laboral, de um lado, e do outro lado, a flexibilização desse mercado e das formas de sua ocupação, como também da atuação social, foram responsáveis por gerar a instabilidade dos empregos e a conseqüente dissolução de carreira mais duradoura, conduzindo os atores a atuarem em distintas áreas

profissionais, como é frequente nos profissionais que possuem formação em arte e trabalham com design gráfico, iluminação ou estamperia para produtos de moda, por exemplo. Todavia, essas mudanças foram diagnosticadas em campos onde ocorre a transversalidade em muitos processos, no sentido de compartilhar áreas comuns a outras disciplinas. Na joalheria em particular, ofício que requer investimento de muito tempo na formação profissional e que exige uma especialização a fim de dominar a técnica, ao mesmo tempo em que resiste a adotar tecnologia de forma massiva, as práticas de atuação no mercado não sofreram modificações tão radicais como em outros setores da economia. Dessa forma, entende-se que a noção de campo pode sim auxiliar na compreensão dos segmentos que compõem a joalheria.

Portanto, a atividade joalheira, na perspectiva dos produtores, conta com especificidades que a faz formar especialistas, oferecendo uma direção contrária da tendência que outros setores econômicos enfrentam da flexibilização do trabalho. Em vez disso, observa-se na joalheria uma atividade profissional de muita tradição, identificável mais fortemente em algumas regiões. Com o intuito de ilustrar em que consiste a especificidade da formação joalheira, passa-se ao relato da joalheira Tissa Berwanger e de sua experiência na Alemanha, país com vasto lastro na joalheria. Tissa, após um primeiro contato com as técnicas de joalheria na Escola de Ourivesaria do SENAI-RJ, optou por complementar sua formação em joalheria na *Zeichenakademie* Hanau, Alemanha, escola conhecida pela excelência na formação técnica. A sua escolha por essa escola foi motivada pela orientação que a escola possui em formar ourives como produtor e criador de joia. Tissa enfatiza que não se trata de uma escola de design de joias e ainda esclarece que, *“há uma diferença entre design de joias e gestaltung de joias, o design é orientado para a indústria, enquanto a gestaltung é focada na configuração da joia, na joalheria de autor”* (Entrevistada). Segundo Tissa, a cidade de Hanau, na Alemanha, conta com várias instituições que reforçam a importância da joalheria para a comunidade local. Além disso, contam com tecnologia para a produção dos materiais utilizados na fabricação de joias, que não encontramos no Brasil. Para isso, é fundamental contar com equipamentos como laminadores grandes, que permitem a elaboração de chapas de espessura calibrada e de grande dimensão. Ou seja, contam com facilidades que auxiliam no desenvolvimento profissional.

Na cidade de Hanau, não só tem a escola, eles tem o museu que é o *Goldschmeidhaus*, todas as exposições que passam por Munique, elas vão parar em *Goldschmeidhaus*. Eles têm várias empresas de metal, eles têm a *Heraeus* que vende 'os metais', então os alunos encomendam... os alunos que fazem objetos, tem uma turma só de objetos de prata, eles encomendam uma chapa grande de prata, lisinha, da espessura que eles queiram. Pra fazer o desenho é muito fácil, virava o metal aqui, virava o metal ali, você fazia um objeto porque você tem essa possibilidade de ter chapas grandes, muda a sua forma de pensar no projeto. E eram muitos incentivos, no projeto final, a gente pedia o metal e podia devolver o resto. Então a gente só pagava aquilo que se usava. Tudo, soldas, metais, todos perfeitos e maravilhosos. Tinha uma empresa de ferramentas, que vende pra Alemanha inteira, na própria cidade, então era muito fácil você comprar e ter o material. E se no meio da aula você via que tinha que ter uma broca, na hora da pausa você corria com a bicicleta e comprava a broca e voltava. Então dava pra desenvolver. (Informação verbal)¹⁶

Embora o exemplo da formação alemã esteja muito distante do que ocorre na realidade brasileira, a intenção de mostrar uma formação de excelência é poder identificar a construção de um especialista, cujo início do desenvolvimento ocorre desde a seleção dos alunos, que é constituída por provas, uma de desenho, outra que avalia a habilidade em construções com papel, ou seja, a escolha dos alunos para a escola técnica de joalheria está condicionada a que eles possuam habilidades manuais. Uma vez identificado os candidatos possuidores dessas habilidades, os alunos serão introduzidos aos saberes¹⁷ relacionados à atividade e treinamento em técnicas finas e precisas, em um curso com duração de três anos e meio e com 35 horas de carga horária semanal. Para além dessa formação, para a condução da profissão os joalheiros contam com facilidades como o acesso de toda cadeia produtiva, de materiais, metais, ligas especiais e ferramentas de qualidade¹⁸, a eventos relacionados ao segmento, espaços expositivos e de comercialização. Esse contexto favorece o desenvolvimento dos profissionais, uma vez que possuem acesso às tecnologias que facilitam a materialização dos projetos, além de contarem com a permanente circulação do trabalho de outros produtores, estimulando a reflexão do universo no qual estão envolvidos.

¹⁶ Entrevista com um grupo de joalheiros realizada em 14 junho de 2014.

¹⁷ Tissa comentou que a formação contava com aulas práticas de ourivesaria e teóricas de química, história da arte, economia, política, matemática e gemologia.

¹⁸ A qualidade a que se refere é da precisão e ajustes das ferramentas suíças e alemãs.

3.1 O Campo da Joalheria

Feita essas considerações, passa-se para uma concisa apresentação da joalheria. Para isso, faz-se necessário mapear as diferentes categorias que compõem o campo da joalheria, a fim de identificar-se a disposição das categorias no conjunto do campo. Embora a Joalheria, ou mais precisamente, a ornamentação corporal, seja uma das atividades mais antigas já praticadas pelo homem, e esteja presente em todas as formas de organização social, a joalheria que analisaremos aqui é a ocupação profissional desenvolvida nos dias atuais. Em outros termos, a atividade que aqui discutiremos é a composição do campo da joalheria e sua relação de profissionalização hoje, no qual pode prevalecer uma compreensão mais artística ou mais comercial da atividade a depender do contexto ou da segmentação abordada.

3.1.1 Joalheria de Autor

Conforme já mencionado, a joalheria é uma atividade com uma série de denominações, algumas dessas denominações estão mais relacionadas à função de ornamentação corporal, como a alta joalheria, a joalheria industrial, joalheria ligada à moda ou ao design, de um lado, e, no outro extremo, encontramos as categorias que problematizam a joia como ornamentação, como é o caso da arte joalheria. A historiadora da arte e estudiosa da joalheria, Liesbeth den Besten (2011), define uma série de categorias da Joalheria, tais como: joalheria contemporânea, joalheria de estúdio, arte joalheria, joalheria de pesquisa, design joalheria e joalheria de autor. Alguns desses termos têm origem específica em um país, como é o caso da “joalheria de autor”, que é uma derivação do “Cinema de Autor”, que surgiu na França, na década de 1950, através das ideias de François Truffaut e André Bazin, de que o diretor de filmes era o autor/criador e, portanto, artista do processo. Em seguida, esse termo se expandiu para uma experiência nova com a Joalheria, também mais relacionada à arte, até ganhar outras regiões.

Para Ramón Puig Cuyás¹⁹ (ROJAS, 2016), “a joia de autor é um termo confuso que só nos indica a vontade de autoria, mas não nos dá informação se é um produto artístico, de artesanía, de design ou de joalheria convencional²⁰”. Conforme dito anteriormente, há pouca precisão em algumas denominações de categorias que compõem a joalheria, nesse caso específico, joalheria de autor não é uma denominação adotada atualmente pelos informantes para se referirem à joalheria com expressão artística, pois identificam no termo uma carecia de rigor e referência a um período. Contudo, esse termo foi muito utilizado pelos joalheiros brasileiros nas décadas de 1980 e 1990. De acordo com a informante Elizabeth Franco, joalheria de autor era a designação adotada, aqui no Brasil, pelos produtores que buscavam uma criação própria, tanto na forma como no material, em oposição às joias comerciais. Entretanto, o termo após esse período, foi paulatinamente caindo em desuso.

3.1.2 Alta Joalheria

A seguir, passa-se para a apresentação da alta joalheria, cujo propósito é produzir peças de luxo. Isso significa que para produzir peças dessa categoria se enfatiza, sobretudo, dois elementos, matéria-prima rara e mão-de-obra altamente qualificada e extremamente habilidosa. As matérias-primas utilizadas nestas peças são, sobretudo, as ligas, que é a combinação de dois ou mais metais, e as gemas²¹ com características naturais especiais. As gemas precisam possuir vários aspectos para alcançar valor no mercado joalheiro, tais como; elevado teor de pureza, intensidade na cor (quando se trata de gema corada), não apresentar clivagem, nem incrustação. A lapidação é um beneficiamento pelo qual a gema passa antes da montagem na joia, cujo objetivo é realçar a beleza dos minerais, amplificando suas

¹⁹ Ramón Puig Cuyas é professor de joalheria na Escola Massana, em Barcelona. A escola faz parte do centro municipal de arte e design, tendo sido fundada em 1929. Ramon possui uma carreira exitosa na joalheria contemporânea e de reconhecimento internacional, desde 1974, seu trabalho tem sido exposto em várias cidades da Europa, Estados Unidos e Canada.

VER: <http://www.escolamassana.es/es/page.asp?id=21>

²⁰ La joya de autor es un término confuso que solo nos indica la voluntad de autoría, pero no nos da información de si es un producto artístico, de artesanía, de diseño o de joyería convencional (ROJAS, 2016, Tradução nossa). Depoimento de Ramón Puig Cuyás

VER: <http://www.goldandtime.org/noticia/80898/Goldtime/La-armonia-matematica-del-joyero-Ramon-Puig-Cuyas.html>

²¹ O sentido de gemas é derivado da gemologia, significa pedras preciosas.

propriedades físicas, como o brilho (reflexão), o fogo (dispersão), o jogo de cores das gemas, entre outros aspectos, de acordo com a estrutura cristalina de cada material. Inclusive, em termos de valorização das gemas, a gemologia é um aliado importante na associação de conhecimento para a indústria joalheira.

Com relação à mão-de-obra, o outro aspecto destacado da produção da alta joalheria, implica em uma formação longa e, por isso, cara, na qual o pretendente deve ser iniciado ainda jovem, por volta dos 15 ou 16 anos, pois quanto mais jovem iniciar no ofício, mais facilidade terá em incorporar habilidades mais finas²². A produção de uma peça de alta joalheria exige um alto grau de perfeição, evidentemente que outras características são importantes, como o design e as inovações tecnológicas, no entanto, os dois itens destacados são os mais emblemáticos para essa categoria. Mais uma vez, ressaltaríamos na produção da peça de luxo esses dois itens, a dobradinha dos aspectos naturais/tecnológicos, da preparação das gemas e ligas e os recursos humanos da execução precisa da joia. Como é exigido um alto grau de perfeição nos produtos desta categoria, a produção não pode prescindir da maestria do artesão, combinado com matérias-primas especiais e raras. Esse aspecto acaba por não permitir muita escala, pois a ênfase recai na qualidade da execução. O resultado da produção são peças muito sofisticadas e, talvez por isso mesmo, a sua fabricação permaneça ainda artesanal, pois exige excelência em todas as etapas do processo. É preciso contar com extraordinários especialistas da ourivesaria, tanto o cravador, como o polidor, ou o ourives; todos precisam ser excelentes artesãos, mesmo que parte da peça seja fundida. Virgílio Bahde, um dos nossos informantes, compara a fabricação de peças de alta joalheria com a fabricação de produtos de marcas de luxo. Assim, ele diz, “é um sistema de indústria, mas uma indústria que passa por um processo artesanal. É como a fabricação de bolsas da Hermès, que conta com o melhor couro, [...] é industrial? É, mas é feito com os padrões do artífice. Tem que ter um artífice ali, que conhece muito, a vida dele é aquilo [...]”. Ainda para ilustrar e distinguir a categoria da alta joalheria das outras categorias recorre-se a outro exemplo do consumo de luxo, trata-se de um modelo de bolsa da marca Hermès, que foi expresso por uma consumidora da marca, “Gosto da Birkin pela sua história e qualidade. Dura. Não

²² Essas informações fazem parte da minha própria trajetória profissional. Fiz formação em joalheria e uma curta extensão em joalheria industrial, em Portugal e, anos depois, trabalhei como técnica de educação na formação de mão-de-obra para a H.Stern, de 2004 – 2009, através do SENAI –RJ.

tem igual. Vem numerada e é confeccionada por um único artesão”²³. Ou seja, em ambos os relatos é ressaltado a artesanaria de excelência para caracterizar um produto de luxo, mas também, conforme mencionado por Virgílio, a qualidade da matéria-prima.

Se pensarmos o conceito bourdiesiano de campo para essa categoria da joalheria, artefatos produzidos por marcas como a Chanel, Bvlgari, Christian Dior, podemos observar que funciona como um demarcador de classe ainda mais predisposto a exprimir as diferenças sociais. O consumidor de uma peça de luxo é portador de um capital simbólico altamente distintivo. Quer dizer, esse consumidor possui um bem que o distingue por pertencer a uma fração dominante da classe dominante. O consumo de uma peça de alta joalheria exige não só possuir um alto capital econômico, como um conhecimento especial em gemas e conhecimento técnico, os quais implicam numa competência cultural específica necessária para que a apropriação destes objetos. Isto é, ao consumir uma peça desta categoria é preciso possuir tanto capital econômico, como capital cultural, daí se poder afirmar que o consumidor da joalheria de luxo pertence à fração dominante da classe dominante. Essa joia tem todos os atributos de um bem distintivo, ou seja, a peça é confeccionada com material tão exclusivo e raro e, ao mesmo tempo, é elaborado por especialistas treinados nesse ofício de quase tradição familiar²⁴, que é exclusividade de poucos, visto que o consumo de bens de luxo implica em altos custos e conhecimento específico. Para Bourdieu, as frações com alto capital econômico, ao consumir bens de luxo, como as que são compostas por matérias-primas especiais e a mão-de-obra com alto grau de especialização, estão se distinguindo através dos instrumentos econômicos e culturais, simultaneamente, a joia não se distingue apenas por ser cara ou por ser especial, mas por ambos. O estilo de vida do consumidor de peças de luxo está em consonância com o consumo

²³ VER: <http://oglobo.globo.com/ela/moda/duas-it-girls-falam-da-relacao-com-bolsa-birkin-um-vestimento-seguro-18522678>

²⁴ A formação na ourivesaria não é muito divulgada, aqui no Brasil, o SENAI, que oferece aprendizagem industrial, só capacita alunos em cinco cidades: Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo e Guaporé-RS. Há algumas formas para obter formação em joalheria, algumas são mais estruturadas outras ocorrem através de uma experiência mais livre. Uma das formas de aprendizagem é diretamente nas empresas, onde o jovem inicia o aprendizado através da observação, enquanto exerce as mais diversas atividades do funcionamento de uma oficina, para, em seguida, passar a ser um auxiliar das atividades dos ourives, até ter mais autonomia de executar peças de elaboração mais simples. Outra forma de adquirir o conhecimento nas técnicas de ourivesaria é através de cursos livres em ateliês de joalheiros. Esse último recurso é mais adotado por artistas/joalheiros que querem experimentar a linguagem da joalheria.

de outros produtos de capitais culturais consagrado pela classe ao qual pertencem. Embora o consumidor de joias de luxo necessite possuir, sobretudo um alto capital econômico, suas opções culturais correspondem a sua posição social, ou seja, o consumo se realiza em produtos ou serviços raros, que os permitam se distinguir do comum, pois como membro da classe dominante, esse sujeito transita num mundo fechado, exclusivo e limitado. Mais ainda, a arte de viver dominante está de acordo em relação às mesmas distinções fundamentais que é: oposição entre necessidade bruta e brutal que se impõe ao comum, de um lado, e, de outro, o luxo como a confirmação da distância da necessidade ou a ascese como obrigação deliberadamente assumida, que significa modos de negar a natureza, o apetite e o desejo.

Nesse sentido, é com a intenção de compreender a atuação das diferentes categorias que compõem a joalheria e as disputa que tem origem nesta atividade, que o conceito de campo pode ajudar a analisar o espaço estruturado onde se produz joalheria. Vai ser através do espaço de disputa que se determina as lutas e o que elas visam manter ou redefinir. Assim, é a lógica do campo que vai estabelecer as propriedades da relação entre classe e prática. Outra questão reiterada por Bourdieu, a qual será abordada mais adiante, diz respeito à relação entre “gostos com as condições econômicas e sociais, por um lado, e, por outro, os produtos que, por intermédio desses gostos, recebem suas diferentes identidades sociais”. No entanto, é importante esclarecer que este aspecto, a relação entre produção e consumo, implica em outro nível de análise, que não é o foco dessa pesquisa, pois como se enfatizou os produtores, só eventualmente fez-se referência ao consumo.

3.1.3 Joalheria Industrial e de Estúdio

A joalheria industrial, por sua vez, se distingue das outras categorias que compõem o universo da joalheria por adotar as práticas do design com intuito de obter escala. Neste aspecto, a contribuição do design é no sentido de desenvolver projetos que permitam agilizar a produção. Desse modo, ao otimizar os recursos a fim de atingir escala, essa categoria opera a diferença mais marcante com a alta joalheria. Aqui a tecnologia tem um papel relevante na obtenção de um produto de qualidade, tanto no acabamento, quanto no design, tendo em vista proporcionar o desenvolvimento de peças inovadoras. Assim, a indústria faz uso de várias

tecnologias, como a prototipagem rápida, e algumas ferramentas de modelagem que possibilitam a criação de peças que não poderiam ser executadas na bancada do ourives. A solda a laser é outra tecnologia que permite soldar distintos materiais, que não poderiam ser unidos através dos processos tradicionais da ourivesaria e, dessa forma, permite a inovação na união com distintos materiais. Ou seja, ao alterar o processo de fabricação da joia, o uso da tecnologia possibilita uma nova configuração da joia e, com isso, mantêm-se a competitividade do negócio.

Uma classificação da joalheria fornecida por outra informante, a designer de joia Lívia Canuto, nos auxilia a compreender a dimensão internalista do segmento. Sua trajetória ilustra bem a distinção das categorias, pois neste momento Lívia opera a mudança de designer de joias de atelier para uma produção industrial. Lívia iniciou sua formação no curso de escultura das Belas Artes, UFRJ e, pouco tempo depois, ingressou no curso de desenho industrial da UniverCidade, também no Rio de Janeiro. Durante um período, chegou a frequentar os dois cursos, até fazer a opção pelo design. Para Lívia, designer de formação, o campo da joalheria pode ser compreendido da forma relatada a seguir.

“Eu vejo a alta joalheria, que é Tiffany, Cartier, [...] vejo uma joalheria mais industrial, [...] mais ligada ao design. Para mim o Antonio Bernardo é industrial, tem fábrica, tem muitas lojas, tem produção, mas tem a preocupação de designer. Tem o industrial H.Stern, que cada vez mais tem uma preocupação com o design. Uns são mais bem sucedidos que outros em relação a isso, mas é industrial. Vejo pequenos produtores, designers no mercado, com seus ateliês, com suas oficinas, com suas produções mais reduzidas. Que também estão comercializando. E tem os artistas joalheiros, que infelizmente eu não vejo mercado para eles se mostrarem. Não vejo galerias que estejam abertas para receber esses joalheiros. Não vejo exposições aqui. Mas eu sei que tem uma minoria que tem outra proposta dentro do ramo todo da joia.” (Entrevistada)²⁵.

Lívia, ao ser indagada sobre a forma em que atua no campo da joalheria, diz que se vê “como um pequeno atelier, uma pequena oficina, como designer de joias, porque tenho preocupações que fazem parte do design, da comercialização, da estética, da funcionalidade.” Mas em breve Lívia vai abrir uma loja no Shopping da Gávea, local que se destaca na área da joalheria, pois conta com várias marcas do segmento. Assim, ela diz que vai “deixar de ter a cara de atelier, pra ter um negócio

²⁵ Entrevista concedida por Lívia Canuto em 20 Maio 2014.

mais industrial, mas sempre com a preocupação do design”. A distinção que Livia faz entre a joalheria de atelier para a joalheria industrial é a escala.

“Eu acho que ainda é uma coisa muito artesanal. Eu faço uso de processos da indústria, da fundição, da prototipagem, da produção em serie. Não são peças únicas, não é uma coisa tão artística, tão artesanal, tem esse uso, mas não tem esse uso tão exacerbado, tão dominante. Ainda tenho peças que são feitas à mão, que não são utilizadas o processo de fundição, como o anel laço [...] ele eu não consigo fazer na fundição, não consigo fazer na prototipagem, eu não consigo fazer em nada. Não consigo fazer nenhuma parte dele em nenhum desses processos. É todo feito na bancada. Mas são poucas peças assim. Eu acho que é industrial quando você está fazendo uso das tecnologias para agilizar a produção, para tornar sua produção mais econômica, viabilizar ela em menos tempo. Essas são questões da indústria.” (Entrevistada)²⁶.

Outra definição, desta feita, fornecida por um representante da joalheria artística, Ramón Puig Cuyas, sobre o produto da joalheria industrial, diz tratar-se de “una joyería anacrónica formalmente hablando, pues sus criterios y valores son más propios del siglo XIX que del XXI. El valor de los materiales, especialmente el oro y las piedras preciosas están muy por encima de los valores de nuestra época”²⁷. Para Ramón, o que é produzido pela joalheria, por ele denominada de convencional, “en general refleja un mundo muy conservador y vacío de propuestas formales renovadoras”²⁸. De acordo com essa perspectiva, a joalheria não possui uma originalidade formal da sua produção, mesmo dispondo de tecnologias e recursos, os materiais se sobrepõem ao projeto formal das peças.

Portanto, a depender do nicho que a empresa escolhe atuar, é possível agilizar e otimizar boa parte da produção, no sentido de eliminar ao máximo as etapas artesanais de montagem das peças e os processos de acabamentos manuais, os quais passam da bancada do ourives para procedimentos automatizados da produção. A fabricação continua a ter uma predominância de materiais nobres, mas a joalheria industrial pode adotar combinações com outros materiais, como madeira, couro, esmaltes, aço e titânio, etc. Para essa categoria de joalheria, tanto o design, como o processo produtivo visam agilizar a produção.

²⁶ Entrevista concedida por Livia Canuto em 20 Maio 2014.

²⁷ É uma joalheria anacrônica formalmente falando, pois seus critérios e valores são mais próximos do séc. XIX que do XXI. O valor dos materiais, especialmente o ouro e as pedras preciosas estão muito acima dos valores de nossa época. (ROJAS, 2016, Tradução nossa).

VER: <<https://www.google.com.br/search?q=%3Chttp%3A%2F%2Fwww.goldandtime.org%2Fpdf%2FRPC.pdf%3E&oq=%3Chttp%3A%2F%2Fwww.goldandtime.org%2Fpdf%2FRPC.pdf%3E&aqs=chrome..69j57.1431j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8>>

²⁸ Em geral reflete um mundo muito conservador e vazio de propostas formais renovadoras (Tradução nossa)

Nesse sentido, é importante destacar que ao se pensar em design e processo produtivo, está-se incluindo duas etapas de um mesmo processo.

“É a questão da quantidade e do pensamento. Quando você pensa na indústria, você tem que adaptar o seu design para aquilo, para produção. Então vai ter uma interferência no design, na criação. Quando você tá muito no atelier, dominando aquilo dali, você tem o controle daquela produção. Aquilo acaba tendo mais liberdade”.
(Entrevistada)²⁹

Por conseguinte, pode-se definir a joalheria de estúdio como sendo executada por produtores individuais em seus próprios ateliês, em que podem contar com um ou dois assistentes, mas o que vale destacar nessa forma de produção é o controle que o produtor tem de todas as etapas de fabricação da peça, da ideia à comercialização, cabendo aos assistentes às etapas de preparação do metal ou materiais a serem adotados na produção, assim como do acabamento das peças.

3.1.4 Joalheria Contemporânea ou Arte Joalheria

Joalheria contemporânea e arte joalheria são denominações adotadas de maneira intercambiável, sem distinção, assim, para designar a categoria da joalheria pautada pela arte encontram-se essas denominações. Desse modo, pode-se afirmar que são categorias que se contrapõem à joalheria industrial ou ao modelo que é praticado com intuito de obter escala. Em termos do pouco rigor empregado nas denominações e da influência dos fatores e critérios de avaliação externos, segundo Wacquant (2005) e a abordagem bourdieusiana, configuraria uma fragilidade na autonomia do campo. Em particular, a joalheria de expressão artística, ainda que careça do acúmulo de história, devido ao pouco tempo de existência, capaz de criar motivos e atos estéticos que se auto referenciem, é o conhecimento específico ou o capital joalheiro que faz a mediação do conhecimento exógeno.

Portanto, a arte joalheria é uma categoria muito recente, cuja disposição propriamente estética, se opera através da experiência com a arte que a subsome na função corporal. Ou seja, a arte joalheria toma por base os pressupostos do campo da arte, por um lado, e, por outro, a arte a concebe associada na função corporal. No entanto, é precisamente essa característica, a função, que para o campo da arte afasta qualquer possibilidade da joalheria ser considerada uma atividade artística. A fim de ilustrar o surgimento da categoria da joalheria

²⁹ Entrevista concedida por Livia Canuto em 20 Maio 2014.

contemporânea, cito o depoimento de Rudolf Ruthner³⁰, para quem essa categoria surgiu para se contrapor à alta joalheria e os altos custos envolvidos nos materiais empregados nas peças. Rudolf explica que na década de 1960 os produtores mais jovens, formados pelas melhores escolas europeias, dominavam com maestria a técnica da ourivesaria. Para se contraporem a alta joalheria, passaram a desenvolver um trabalho de cunho mais pessoal, cuja proposta foi misturar materiais nobres com materiais alternativos.

“De novo, a joia contemporânea começou nos anos 70, não? Eu conheci pessoas que começaram com isso. Meu amigo fez a primeira exposição quando abriu a Electrum Gallery, em Londres, ele foi o primeiro. Como aconteceu? Veio da ourivesaria tradicional, não da ourivesaria, mas de certa forma da ourivesaria tradicional, cada um, esses artesãos, procuraram uma linguagem própria, cada um desenvolveu um determinado estilo e se afastaram da alta joalheria. Eles foram contra essa forma de fazer joalheria porque era muito caro, as pedras eram caras e coisas assim. Mas os primeiros contemporâneos em 1960 e 1970, eles usaram materiais tradicionais e não tradicionais cada um, Hermann Jünger, meu amigo Fritz Maierhofer, de Viena, criaram uma coisa, quando você via a peça sabia de quem era e eles tinham clientela, eles vendiam.” (Entrevistado)³¹.

Entre os meus informantes, tanto do Brasil, como os mexicanos, argentinos e chilenos, que atuam na joalheria de arte, eles usam a denominação de joalheria contemporânea ou arte joalheria, indiscriminadamente. Inclusive será dessa forma que nos referiremos aos produtores dessa categoria, conforme eles se autodenominam.

As categorias com expressão artística, como a arte joalheria, joalheria experimental, joalheria contemporânea sofrem influência do campo da arte e surgiram no final da década de 1960. A primeira geração de criadores dessa categoria de joalheria nasceu durante, ou logo após a segunda guerra mundial, e cresceu num período de reconstrução dos países afetados pela guerra. Den Besten (2011) relata alguns eventos e exposições que foram importantes para a difusão de uma nova tendência na joalheria, entretanto, desde o início, o campo da arte joalheria se confrontou com dificuldades em se auto normatizar e se unificar sob uma única denominação, se diferenciando da joalheria relacionada a bens de luxo.

³⁰ Rudolf Ruthner é natural de Viena, Áustria, de 1941. Em 1966, se formou em mestre de ourivesaria e prataria e complementou sua formação através da trabalho desenvolvido em vários ateliês, tanto em Viena, como em Munique. Mora no Brasil desde 1974.

³¹ Rudolf Ruthner, encontro com joalheiros em 14 Junho 2014.

No entanto, é esse entrelugar da joalheria ou espaço liminar, como é conhecido na antropologia, ao se referir a um espaço ambíguo entre o design e a arte, que pode dificultar a unificação da *doxa*, cujo significado é estabelecer uma concepção dominante e hegemônica da atividade. Por conseguinte, a ausência da *doxa* na joalheria revelaria os limites do conceito de campo para análise do objeto em questão. A não ser que o conhecimento específico da joalheria, ou para utilizar os termos bourdieusianos, o capital joalheiro opere a mediação entre o campo e o conhecimento exógeno. Se for correto afirmar que há o capital joalheiro, pois é ele que faz a intermediação entre a joalheria e os outros segmentos profissionais, pode-se conceber a ideia da constituição de um campo da joalheria. Por capital joalheiro entende-se o conhecimento específico da joalheria, os materiais, técnicas, tipologias, formas de comercialização e produção acumuladas através da história adquirida pela antiguidade da posição.

Portanto, o conceito de campo pode auxiliar na análise mais internalista da joalheria, na medida em que permite a compreensão da atuação das diferentes categorias que compõem a joalheria, o surgimento de categorias e as disputas que aí são engendradas. Vai ser através do espaço de disputa que se determina as lutas e o que elas visam manter ou redefinir. Para Bourdieu, é a lógica do campo que vai estabelecer as propriedades da relação entre classe e prática, ou classe e preferências de gosto. Nesta perspectiva, a correlação se dá entre “gostos com as condições econômicas e sociais, por um lado, e, por outro, os produtos que por intermédio desses gostos, recebem suas diferentes identidades sociais” (BOURDIEU, 2013, p. 95).

A produção do campo da joalheria possui indicadores que nos chamam atenção, assim, de um lado, temos os limites tecnológicos, visto que no campo joalheiro as empresas não possuem estrutura para financiar as suas próprias atividades de pesquisa – veremos esse aspecto mais adiante, quando abordarmos o design na joalheria, que por se tratar, na maioria dos casos, de micro e pequenas empresas, não apresentam as características necessárias para investir em atividade de pesquisa e desenvolvimento—o que ocorre é a transferência de tecnologia de outros campos. Para ilustrar, cito a tecnologia a laser (corte e solda a laser), a alta e baixa fusão, a sinterização, que foram tecnologias desenvolvidas por outros campos, para depois serem adaptadas para a Joalheria. Nesse sentido, pode-se afirmar que

o campo possui uma autonomia relativa para determinar seus avanços tecnológicos, uma vez que depende do conhecimento que é gerado fora da Joalheria para produzir o novo. Ou seja, quando as empresas joalheiras têm intenção de inovar, se associam aos Centros de Pesquisas ou Universidades a fim de produzir tecnologia para fugir do banal e gerar novas práticas e bens. O campo precisa da pesquisa externa para operar as adaptações para a joalheria, a fim de poder empreender a sua própria busca em direção ao novo. Por outro lado, temos os detentores dos instrumentos de apropriação simbólicos, que no caso do campo joalheiro, pode-se pensar, por exemplo, em empresas como a De Beers³², que controla a entrada dos diamantes no mercado para manter o preço elevado e, dessa forma, dificultar a possibilidade de vulgarização dos bens de luxo, no sentido de manter restrito o público consumidor de joia. Poderíamos citar outras empresas de joias, que atuam da mineração à comercialização e, a depender da ocorrência dos materiais gemológicos das minas que estão na posse dessas empresas, elas regulam o fluxo da entrada do material no mercado. Em outros termos, no campo joalheiro, pode-se trabalhar com dois demarcadores, de um lado, encontramos os limites e avanços da tecnologia na busca de inovação e de competitividade, de outro, nos deparamos com a orquestração feita pelos possuidores dos meios e recursos para a produção de bens de um campo específico, aqui nomeado de aparelhos simbólicos do campo, que ditam o que e quanto de matéria-prima vai ser liberado para ser adotado na produção dos bens de luxo.

A joalheria, conforme pudemos observar pela sua atuação e também pela incorporação da tecnologia, embora possa parecer um exemplo de campo com uma autonomia relativa, possui uma dimensão histórica que não pode ser desconsiderada, tem suas próprias leis e permanece irreduzível ao que cada agente pode se apropriar. Neste aspecto, o fato da tecnologia ser importada ou sofrer adaptação para o campo da joalheria é menos determinante para indicar se é possível falar de um campo da joalheria, do que o conhecimento específico gerado pela joalheria. A noção de campo artístico mostra um “espaço estruturado de posições e tomadas de posição, onde os indivíduos e instituições competem pelo

³² De Beers é um conglomerado de empresas envolvido na mineração e comércio de diamantes. A empresa está ativa nas diversas categorias da indústria de mineração de diamantes, ao mesmo tempo em que, construiu e consolidou o monopólio global sobre a indústria de diamantes. Durante muito tempo ocorreu uma série de controvérsias, incluindo a fixação de preços e defesa de concorrência.

monopólio sobre a autoridade artística à medida que esta se autonomiza dos poderes econômicas, políticos e burocráticos” (WACQUANT 2005, p.117). O que o autor quer dizer com a autonomia do campo para além das outras dimensões, é que o critério estético se sobrepõe de acordo com o princípio predominante da percepção artística. Ao transpor a noção de campo para a joalheria, poderíamos nos referir ao conhecimento específico da joalheria, pelo o qual os membros desse campo lutam para obter o monopólio de engendrar um arbitrário cultural que lhes interessa. “Esses conflitos são o motor da história específica do campo: a luta é o “princípio generativo e unificador” através do qual “este se temporaliza e se abstrai, em certa medida, de determinações envolventes” Bourdieu (apud Wacquant, 1992, p. 199)”. Quer dizer, a unificação do campo se dá por meio das disputas em que predomina a defesa de interesses. Em termos de introdução de tecnologias exógenas à Joalheria, o que vai importar é conhecimento específico da Joalheria ou o “capital joalheiro” na adoção e adaptação da tecnologia e a conseguinte competitividade no processo produtivo refletirá no posicionamento da empresa no campo.

Como campo, a joalheria é perpassada por influências externas, neste ponto, ressalta-se uma influência de outra ordem, desta feita, quando o assunto diz respeito aos aspectos estéticos/formais, a disputa tem, outra vez, origem externa, nos campos do design e da arte, muito embora, seja importante ressaltar que a influência é sempre mediada pelo conhecimento específico da joalheria, o capital joalheiro. Ou seja, mesmo sob influências externas, é o capital joalheiro que fica entre o campo e a interferência externa. Infere-se deste raciocínio, a ideia da constituição de um campo da joalheria. Portanto, o campo é o tempo todo crivado por questões e concepções que tem uma procedência exterior, o que implica numa luta de poder a fim de consagrar um arbitrário, pois de acordo com a compreensão da noção bourdiesiano de campo, não é possível conceber nichos relativamente independentes, cada um dos quais movidos por concepções diferentes do que seja joalheria, assim, de acordo com a correta terminologia utilizada pelo o autor, teríamos que conceber cada um desses nichos como campos autônomos. Segundo Bourdieu, teríamos que pensar, antes, o campo da Joalheria enredado em uma luta pelo monopólio da consolidação, em cada momento, por uma concepção de joalheria. Em outros termos, seria os efeitos dos outros campos, ou *entrelugar* da

Joalheria, os quais repercutem do ponto de vista das lutas internas do campo, das lutas pelo monopólio da capacidade de dizer o que é joia.

3.2 Articulações Liminares

Neste ponto, propõe-se refletir sobre a ideia de *entrelugar*, que na Antropologia é conhecido pelo termo liminar, conceito desenvolvido por Turner (1974), em que tem como característica um espaço de ambiguidade, “uma vez que esta condição e estas pessoas furtam-se ou escapam à rede de classificações que normalmente determinam a localização de estados e posições num espaço cultural” (TURNER, 1974, p. 117). Nesse sentido, o espaço liminar não pertence nem a um campo, nem ao outro, ao mesmo tempo em que tem alguns aspectos de um campo e de outro, como se estivessem num limbo, sem pertencer ou poder ser classificados em uma posição ou outra. Em geral, a liminaridade é definida como espaços que se localizam nos interstícios da estrutura social, pois fogem das classificações dos campos que a influenciam. A Joalheria estaria na zona cinzenta, termo cujo significado se aproxima ao de liminaridade, tendo sido usado no Simpósio de joalheria contemporânea, que aconteceu em 2010, na Cidade do México, “Walking in the gray area”, com a intenção de denominar uma área indefinida, conforme o site³³ do evento esclarece, é um segmento de difícil demarcação. Todavia, aqui, a discussão se centrará mais especificamente na ambiguidade gerada pela influência que dois distintos campos, pois conforme os relatos dos produtores, mesmo sob a influência externa, a joalheria possui características que não podem ser definidas exclusivamente pela arte, nem pelo design, está entre um campo e outro, uma vez que conta com atributos tanto de uma disciplina, como da outra.

Embora possa parecer frágil o espaço que as pessoas ou fenômenos liminares ocupam, observa-se uma dialética nessas posições. Para Turner (1974), esta condição pode revelar a estrutura social, pois são lugares em que é possível observar os elementos mais velados das relações sociais. “Nos momentos ou em

³³ O termo foi escolhido por representar a indefinição do segmento, assim, a definição de grey area é a seguinte: [grey air-ee-uh] an intermediate area; a topic that is not clearly one thing or the other. A grey area is a term for a border in-between two or more things that is unclearly defined, a border that is hard to define or even impossible to define, or a definition where the distinction border tends to move; something that is open to interpretation... Wordnet Princeton Online.

VER: <http://www.grayareasymposium.org/en/>

posições onde são suprimidas relações cotidianas, revela-se os laços que unem as pessoas” (DAWSEY, 2005 p. 165 - 166). Nesse sentido, pode-se pensar nas situações mais intensas, como nos momentos de crise ou nas revoluções, em que se passa por momentos de liminaridade, até que essas disposições se transformem em uma nova posição na estrutura social. Ou ainda, pode-se pensar nos grandes revolucionários do pensamento ou da arte que passaram por experiências liminares, no sentido que ao romperem com concepções prévias, estiveram à margem da norma até adquirirem uma nova posição social. Além disso, as posições liminares podem, mesmo na fragilidade ou na ausência das classificações da norma ou de status operado nas relações sociais, permitir a mediação da estrutura social e, dessa forma, voltar, revitalizado, para outra posição dessa estrutura. É do movimento de negação da estrutura, entendido como instantes transgressores, que reside o potencial transformador da liminaridade. O que antes estava em uma posição liminar, hoje é estrutura.

Como as categorias que compõem a joalheria se distinguem por se aproximarem de formas distintas dos dois campos, em que algumas se aproximam mais da arte e outras do design, possuem características de um e outro campo, embora não sejam nem arte, nem design exclusivamente, dessa forma, o campo da Joalheria ocuparia esse espaço liminar por estar entre os dois campos. Para ilustrar essa posição, reproduzo uma entrevista que ocorreu entre os joalheiros contemporâneos mexicanos.

Cristina: entonces estas como moviéndote en hilo y no sabes bien donde “tlin”, allí es donde tienes que quedar en el medio, o al mejor, mas allá hacia el arte, o al mejor allá hacia el diseño, donde vas llegar. Estamos así todos, tratando de encontrar nuestro lugar.

Alberto: Si, porque además en diseño la joyería es como: ah, joyería es donde diseño. Y el arte, ah, joyería ... hahahah

Fernanda: Allí tampoco tenemos un lugar³⁴. (Entrevista)³⁵

Mas nesse caso, em que cada categoria se posiciona de forma distinta no espaço entre os campos que as influenciam, em algumas dessas categorias o espaço liminar está menos evidenciado. Conforme veremos no capítulo dedicado à

³⁴ Cristina: Então estás como te movendo em um fio e não sabes bem onde o “clic”, ali é onde tens que ficar no meio, ou melhor mais pra lá em direção à arte, ou melhor ali em direção ao design, onde vais chegar. Alberto: Sim, porque além disso no design a joalheria é como: ah, aonde que joalheria é design. E a arte, ah, joalheria....Fernanda: ali tampouco temos um lugar. (Tradução nossa)

³⁵ (Entrevista com o coletivo “Sin Título” em 8 Abril 2015)

análise do design na Joalheria, que gradualmente vê-se consolidada a adoção do processo de design pelo setor joalheiro, podendo-se até questionar a intensidade da utilização do design ou a segmentação de suas praticas, mas não deixa de ser incontestável a introdução do design pelos os empresários joalheiros e o entendimento de que essa prática profissional pode auxiliar na competitividade dos negócios. Por outro lado, no segmento da joalheria que se aproxima mais dos paradigmas da arte, fica mais pronunciada a ocupação do espaço liminar.

Nesse contexto, os joalheiros que se auto denominam artistas joalheiros parecem se encontrar em um espaço à margem das convenções. De um lado, afirmam que o que os diferenciam das outras formas de produzir joalheria é a exploração ou experimentação³⁶ da joia, em que a própria concepção de joalheria sofreu uma expansão, podendo ser um objeto, um vídeo ou imagem, cujo intuito pode ser problematizar os efeitos de adornar, ou de refletir sobre o sentido de tomar emprestado as qualidades aparentes das coisas, ou mesmo questionar a própria linguagem da joalheria, como o luxo, a preciosidade, a ornamentação ou a tipologia. Por outro lado, a distinção que esses produtores ressaltam entre as suas atividades e as outras expressões artísticas é a interação com o corpo. Para defenderem a formulação da joia como objetos de arte argumentam que possuem o mesmo espaço exploratório que a arte. A diferença é ter como suporte o corpo, o qual gera um modo mais direto de experimentar o objeto, tanto através da interação entre os expectadores, como individualmente, tendo o corpo como plataforma de exibição.

“Para mí, el campo de la Joyería Contemporánea es un espacio exploratorio en que al arte ha buscado, a través de un nuevo soporte, una clase de interacción mucho más directa con los espectadores y con el modo de experimentar las obras y exhibirlas. Considero que su interacción con el cuerpo humano es básica, pues es ahí donde la diferencia entre “Joyería de arte” y “escultura” tiene lugar. Creo que una pieza de Joyería Contemporánea debe tener ante todo un discurso implícito; una intención o un concepto, que al instante de ser

³⁶O sentido que se adota para o termo “experimentação” se refere a uma atuação que rompe com as convenções e desafia as tradições da joalheria.

*portada, sea reforzado o incluso completado por el cuerpo mismo.*³⁷
(Entrevistado)³⁸

Em vários depoimentos dos joalheiros é recorrente a definição da joalheria contemporânea como uma atividade de expressão artística, que se diferencia de outras linguagens por usar o corpo como suporte. A interação do objeto-joia e corpo ou o corpo sendo afetado pelo objeto e vice versa, em que o trabalho muitas vezes se completa no uso, seria a diferença seminal entre a joalheria e outros segmentos da arte. De acordo com outros depoimentos, como Francisca Kweitel³⁹, pensa que muitos trabalhos saem do espaço físico do corpo e defende que nem todo resultado da produção de arte joalheria precisa ser portado ao corpo. Para exemplificar, Francisca cita o trabalho de Liesbet Bussche, “Urban Jewellery⁴⁰”, em que o trabalho é um colar de bolas de areia no meio de uma obra, em uma cidade. Outro exemplo que Francisca recorreu foi o trabalho que Gemma Draper⁴¹ realizou durante seu período de residência em Middlesbrough, na Inglaterra, que consiste em fotografias de sinalização das ruas da cidade, mais especificamente no bairro que morou, onde as ruas tinham nomes como, Rua Pérola, Rua Diamante, Rua Esmeralda, Rua Coral e assim por diante. Para a comunidade local, Gemma explica, a localização se chama de *Jewellery Streets*. A coincidência de morar nessa localidade a fez realizar uma série de fotos com as sinalizações, pois como ela mesma comentou, era a primeira vez que usava pedras preciosas no seu trabalho de joalheria.

³⁷ Para mim, o campo da joalheria contemporânea é um espaço exploratório em que a arte tem buscado, através de um outro suporte, uma tipo de interação muito direta com o espectador e a forma de experimentar as obras e de exibi-las. Considero que é básica a interação com o corpo humano, pois é aí que ocorre a diferença entre arte joalheria e escultura. Acho que uma peça de joalheria contemporânea tem que ter antes de qualquer coisa um discurso implícito, uma interação ou um conceito, em que no momento de ser portada seja ressaltado ou completado pelo corpo. (Tradução nossa)

³⁸ Alberto D’Avila, participante do coletivo “Sin Título”, entrevista concedida em 23 Fev 2015, na Cidade do México.

³⁹ Francisca Kweitel é joalheira contemporânea e fez formação de joalheria na Escola Massana, em Barcelona. Se reconhece como gestora e já realizou vários eventos de joalheria, o mais recente foi o Simpósio “En Construcción II”, que ocorreu entre 1 a 5 de Setembro de 2015, em Valparaíso, Chile.

⁴⁰ Imagem em anexo. VER: https://www.google.com.br/search?q=%3Chttp%3A%2F%2Fwww.liesbetbussche.com%2Furban_jitc.html%3E&oq=%3Chttp%3A%2F%2Fwww.liesbetbussche.com%2Furban_jitc.html%3E&aqs=chrome..69i57.472j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8

⁴¹ Conheci Gemma Draper devido a sua participação no Simpósio “En Construcción II”, em setembro de 2015. Foi nesse evento que assisti sua palestra, na qual apresentou o trabalho que desenvolveu na residência artística na Inglaterra, além de ter aproveitado para conhecer seu posicionamento sobre a joalheria contemporânea.

Figura 1- Urban Jewellery.



Fonte: Bussche, Liesbet (2009).⁴²

Portanto, mesmo que os trabalhos citados por Francisca escapem do espaço físico do corpo, todos eles fazem referência à linguagem da joalheria, ora usam uma tipologia da joalheria, como o colar, mesmo que em espaços urbanos e em grande escala, ora usam equipamentos ou sinalizações da cidade por adotarem termos recorrentes ou materiais adotados na tradição joalheira, tendo como produto ou resultado final as imagens. De modo que, observa-se que vários trabalhos não necessariamente usam o corpo como suporte, mas fazem referência ao universo da joalheria. Ainda de acordo com Francisca, a aproximação com a arte, ou melhor, dizendo, os que fazem arte a partir da atuação na joalheria, buscam romper com os limites impostos pelas convenções da joalheria. Então passam a experimentar em outras disciplinas e mesmo que continuem fazendo joalheria, passam a se denominar como criadores ou artistas.

⁴² VER: http://www.liesbetbussche.com/urban_jitc.html

“[...] quizás en algunos trabajos como en las fotos intervenidas que tenía Célio⁴³ en la exposición, ¿son joyería? Son fotos, papeles, plastificadas, puestas en la pared, no se llevan en el cuerpo, ahora las piezas que estaban dentro de la caja de Célio, ¿Son joyería? Tienen pin, se pueden poner de alguna forma. Bueno, es un artista, el lo decía, yo soy un creador. El mismo lo decía también que el tenía problemas con sus piezas, porque dentro da joyería eran un poco difíciles de serien llevadas, pesadas, grandes y dentro de la escultura son muy pequeñas. Entonces es como ni una, ni la otra. Ahí es donde los límites empiezan a volver confuso. Y con Gemma me parece que pasa lo mismo, no sé. Cuando te pones a sacar fotos de las calles porque se llaman piedras preciosas o porque lo que sea, o cuando se pone a hacer esos dibujos monoprint, grabados, cual es el límite? Entonces, a mi, el simposio sí me importa mucho, me importa que eso sea cada vez más. Sí, es un encuentro de joyeros, pero hasta donde podemos empujar en esos límites⁴⁴. (Entrevista)⁴⁵”

Outro aspecto muito enunciado, sobretudo pelos integrantes do coletivo “Sin Título”, aponta para a função de comunicação das joias. Nesse sentido, como expressou Fernanda Barba, artista joalheira mexicana, “desde luego este tipo de joyería es arte, ya que expresa y tiene el interés de comunicar y hacer sentir”⁴⁶, ou ainda, em outro momento da mesma conversa, quando reforça a aproximação entre a joalheria contemporânea e a arte, “desde el momento en el que no es diseño de joyería, sino una pieza que es emocional⁴⁷”. Para Cristina Celis, a joalheria contemporânea pode ser definida como, “piezas únicas, con manufactura precisa, impecable que transmiten un significado, un mensaje y vuelcan el interior de quien

⁴³ Célio Braga foi um dos joalheiros que ofereceu oficinas no Simpósio “En Construcción II”. Sua formação foi na Gerrit Rietveld Academie, Amsterdam, Holanda. Atualmente mora entre Amsterdam e São Paulo. Define o seu trabalho como um registro da fragilidade do corpo humano em relação à passagem do tempo. Trabalha com várias técnicas e faz uso de fotografia, vídeos e performance, além dos objetos que podem ser portados ao corpo.

VER: <http://www.celiobraga.net/search/label/00.Celio%20Braga>

⁴⁴[...] talvez em alguns trabalhos, como nas fotos com intervenções de Célio, que foram apresentadas na exposição, são joias? São fotos, papéis plastificados, postos na parede, não se usa no corpo, agora as peças que estavam dentro da caixa de Célio, são joalheria? Têm pin, se pode por de alguma maneira. Bom, é um artista, é o que dizia, ‘eu sou um criador’. Ele mesmo o dizia também que tinha problema com suas peças, porque dentro da joalheria eram um pouco difíceis de serem portadas, pesadas, grandes e dentro da escultura são muito pequenas. Então é como nem uma, nem outra. Aí é onde os limites começam a ficar confusos. Quando te pões a tirar fotos das ruas porque se chamam pedras preciosas ou o que seja, ou quando se põe a fazer desenhos monoprint, gravuras, qual é o limite? Então, para mim, o simpósio me importa muito, me importa que isso seja cada vez mais. Sim, é um encontro de joalheiros, mas até onde se pode empurrar estes limites. (Tradução nossa).

⁴⁵ Francisca Kweitel, entrevista concedida em 9 Setembro 2015, em Buenos Aires.

⁴⁶ Sem dúvida que este tipo de joalheria é arte, já que expressa e tem o interesse de comunicar e fazer sentir (Tradução nossa).

⁴⁷ Desde que não é joia de design, senão uma peça que é emocional (Tradução nossa).

las creó”⁴⁸. No mesmo sentido, Alberto D’Avila, diferencia as duas disciplinas, por observar que quando a joalheria é arte sua intenção é comunicar inquietudes do artista.

“La definición que tengo tiene mucho que ver con la educación que recibí como diseñador. Inmediatamente pensando en Diseño voy para soluciones en donde se engloba tanto la estética del objeto, con un objetivo, como su producción, su función, su ergonomía. Me Voy por “parámetros mensurables”, de la pieza, portándome en diferentes cantidades, dependiendo de lo que tu diseñas, pero me voy a producción que sea factible de hacer mas de una vez, o a tener soluciones que beneficie al momento de producir la pieza, o a tener modificaciones que beneficie el momento de portar la pieza y siempre con una intención estética. O sea, yo estoy pensando en quien va dirigir esa pieza, quien va usarlo, o cuanto tiene que pesar para costar tanto. Como que ya tengo todo un parámetro relacionado a que cosas tiene que solucionar a pieza que voy a proponer. Cuando considero una pieza de joyería mas posicionado por lado del arte, considero que solamente se va hacer una, no digo que sea así, pero case por default, pienso que va ser una. No me importa mucho la comodidad o la practicidad de producción, siempre cuando el resultado que yo obtenga sea el elegido, o sea, al mejor el proceso que realizo es tedioso, muy cansado, muy caro, lo que sea, o lento, pero si va haber el resultado que quiero, lo hago. Cosa que como diseñador no consideré varias veces y personalmente y de mayor importancia es la intención. En el diseño tengo la intención de resolver ciertos problemas o de proponer ciertas innovaciones y el arte tengo la intención prioritaria de comunicar inquietudes propias. [...]en el arte pienso en lo que quiero, pienso en mi. En arte la pieza tiene que responder a minecesidades de expresividades y en diseño tiene que responder las necesidades del usuario”⁴⁹. (Entrevistado)⁵⁰

⁴⁸ Peças únicas, com manufatura precisa, impecável, que transmitem um significado, uma mensagem e derrame o interior de quem as criou. (Tradução nossa).

⁴⁹ A minha definição tem a ver com a educação que recebi como designer. Imediatamente pensando como designer vou para soluções que engloba tanto a estética do objeto, como sua produção, sua função, sua ergonomia. Vou por “parâmetros mensuráveis” da peça, me reportando a diferentes quantidades, a depender do que se projeta, mas me oriento pela produção que seja factível de fazer mais de uma vez, ou a ter soluções que beneficie o momento de produzir a peça, ou a ter modificações que beneficie o momento de portar a peça, tendo sempre uma intenção estética. Ou seja, estou pensando a quem vai se dirigir essa peça, quem vai usá-la, ou quanto tem que pesar para custar tanto. Como que tenho todo um parâmetro relacionado às coisas que tenho que solucionar para a peça que vou propor. Quando considero uma peça de joalheria mais posicionada para o lado da arte, considero que só se vai fazer uma, não digo que seja assim, mas quase que por default, penso que vai ser uma. Não me importo com a comodidade ou a praticidade de produção, sempre que o resultado que eu obtenha seja o escolhido, ou seja, mesmo que o processo realizado seja tedioso, cansativo, caro, o que seja, ou lento, mas se vai ter o resultado que quero, o faço. Coisa que como designer não considere várias vezes, pessoalmente e de maior importância é a intenção. No design tenho a intenção de resolver certos problemas ou de propor certas inovações, e na arte tenho a intenção prioritária de comunicar inquietudes próprias. [...] na arte penso o que quero, penso em mim. Na arte a peça tem que responder as minhas necessidades de expressividade e no design tem que responder as necessidades do usuário. (Tradução nossa)

A partir dos depoimentos acima proferidos, pode-se identificar duas formulações usadas na definição da arte joalheria e do seu espaço de liminaridade, de um lado, observa-se que os enunciados dos joalheiros contemporâneos que passaram por escolas e que fizeram formação neste segmento da joalheria, exploram e experimentam com mais rigor as fronteiras que demarcam o espaço de um campo, até ao ponto de alguns produtores se incomodarem em manter a denominação de joalheiros. Nesse sentido, os relatos de Célio Braga, Gemma ou de Francisca, após alguns trabalhos mais transgressores, como performance, vídeos, fotografias, apontaram para as dúvidas em relação à atividade de atuação, chegando a se questionar se estavam fazendo joalheria. Por trabalho transgressor entende-se trabalhos em que as fronteiras entre as disciplinas ficam mais difusas. Para Francisca, as classificações apenas facilitam as conversações, mas não fazem sentido, concluindo que “voy ser siempre joyera, porque lo fue de una forma muy intensa y ya está dentro de mi cuerpo. Entonces eso no se va ir más⁵¹”.

Do outro lado, nas formulações dos joalheiros autodidatas prevalece a reinterpretção que dão para o trabalho realizado no interstício das diferentes disciplinas. Assim, a diferenciação que os joalheiros fazem entre a joalheria de design e a arte joalheria está relacionada a quem o trabalho está direcionada, se precisa atender às necessidades do usuário ou do artista. A definição mais recorrente da joalheria contemporânea é a de comunicar intenções e inquietações do criador ou conceitos, mesmo que essa comunicação seja para uma audiência pequena. Outro aspecto salientado está relacionado à escala, em geral, identificam a joalheria contemporânea à fabricação de peças únicas. Em suma, como a joalheria contemporânea realizada na América Latina é mais recente, onde não se pode contar com uma formação especializada pelas instituições culturais - escolas, galerias, museus – prevalece o autodidatismo e a reinterpretção da ambiguidade da arte joalheria. Portanto, o que predomina no entendimento de um trabalho de arte é a de comunicar e expressar questões pessoais do artista.

⁵⁰ Alberto D’Avila, entrevista concedida em 8 Abril 2015, na Cidade do México.

⁵¹ Vou ser sempre joalheira, porque o fui de uma forma muito intensa e já está dentro do meu corpo. Então isso não vai mais embora. (Tradução nossa)

3.3 O Princípio da Homologia na Joalheria Industrial

Outro nível de análise que pode ser adotado para o estudo do campo da joalheria é a relação entre a produção e consumo. Conforme esclarecido anteriormente, apesar da ênfase da presente pesquisa recair no espaço de produção da joalheria, o conceito de homologia em Bourdieu (2013), o qual trata da correspondência entre a produção e os gostos, ou entre demanda e oferta, como o resultado da orquestração objetiva de duas lógicas relativamente independentes, a do campo de produção e a do campo de consumo, quando transposto para a Joalheria, pode levar o potencial do instrumental teórico ao extremo.

A luta entre a concorrência e o surgimento de novos produtos, uma forma de imposição simbólica, é responsável pela mudança de gosto do consumidor. “O campo da produção [...] é que permite o gosto de se realizar ao oferecer-lhe a cada instante, o universo de bens como sistema de possibilidades [...]” (BOURDIEU, 2013, p. 216). Em termos gerais, os gostos vão se estabelecendo através da identificação com os produtos ou serviços adequados à sua posição social, e condicionados com o que é ofertado. Além disso, nos campos mais autônomos, como moda, arte, entre outros, os grupos de especialistas ajudam na formação do gosto dos indivíduos.

Assim, contam com as formulações dos críticos, consultores, jornalistas, escolhidos de acordo com a mesma lógica da homologia dos campos especializados. Isto é, esses especialistas, como membros do campo, reforçam e defendem em suas opiniões as suas posições sociais. Para Bourdieu (2013), esses diferentes campos atuam de acordo com a mesma lógica, ou seja, uma luta entre os dominantes, os quais possuem mais volume de capital específico e antiguidade do seu posicionamento, e os que querem se estabelecer no campo. Dessa forma, Bourdieu fala de uma homologia entre bens e grupos, onde há uma transferência de capitais simbólicos entre indivíduos situados em posições homólogas nos diferentes campos; de modo que, são as homologias que geram essas cumplicidades entre os produtores e seus clientes. Vale ressaltar, que no âmbito da produção, foco deste estudo, a luta que se estabelece já é entre grupos que compõem o campo, por assim dizer, entre joalheiros artesanais, designers das empresas maiores, designers autônomos, artistas joalheiros, etc. A fim de analisar o conceito de homologia na

Joalheria, elegeu-se duas empresas emblemáticas para se observar a transferência de capital simbólico entre bens e grupos e entre grupos e, ao mesmo tempo, identificar a formação do gosto por joia.

Portanto, elegemos duas empresas consagradas no campo joalheiro, ambas com origem e sedes na cidade do Rio de Janeiro e com atuações na mesma categoria, na joalheria industrial. Começaremos pela H.Stern, cujo fundador, Hans Stern⁵², judeu de origem alemã, chegou com a família ao Brasil, em 1939, para fugir do nazismo. No ano seguinte à sua chegada, após ter passado por dois empregos, o primeiro em um armazém e o segundo em uma casa filatélica, então com 17 anos, trabalhou em uma empresa de exportação de cristais de rocha e pedras de cor, emprego que foi a sua entrada para o universo das pedras preciosas. Prestes há completar 23 anos, abriu sua primeira empresa, um escritório de comercialização de pedras em uma sala comercial no centro da cidade. Dessa forma, foi fornecedor de muitos joalheiros, cujos estabelecimentos se localizavam nas imediações do seu escritório.

Com 27 anos, Hans passou a atuar no varejo, tendo instalado o seu primeiro ponto de venda no píer Mauá, porto do Rio de Janeiro, uma vez que seu público alvo era os turistas estrangeiros. Em 1950, Hans passou a atuar também na produção de joias. Como a sua empresa já era reconhecido pela qualidade das gemas, ao aplicá-las nas joias, ele apostou no aumento do valor do seu produto, assim passou a competir com os seus clientes, para quem ele era fornecedor de pedras. A empresa viveu e prosperou durante muitos anos, sem sofrer grandes inquietações nos negócios, apesar das crises econômicas e dos sobressaltos do contexto político brasileiro, tais como, Estado Novo, suicídio de Getúlio Vargas, ditadura militar, entre outros. Nesse início, o processo de criação visava realçar a composição das gemas brasileiras nas joias, eram elas que deveriam sobressair na peça. A empresa se destacou em desenvolver um produto novo, pois as joias da H.Stern eram confeccionadas exclusivamente com pedras coloridas, nadas de rubis, safiras e esmeraldas, só eventualmente usavam diamantes. Portanto, o carro chefe eram as gemas coradas brasileiras, era isso que encantava os turistas. Vale destacar que, nesse momento, o design não fazia parte do negócio, nem era uma preocupação,

⁵² Dieguez (2015). VER: http://www.hstern.com.br/institucional/hs_timeline.aspx

pois como já foi dito anteriormente, a produção de joias não era considerada como resultado de atividade de design.

Como o tipo de negócio foi orientado, primordialmente, para o turista estrangeiro, tanto as técnicas de venda, como as lojas, as quais estavam localizadas em pontos turísticos estratégicos, foram desenvolvidas a fim de atender esse público específico. Ainda hoje, mesmo com a inclusão do público brasileiro, permanece o sistema de agendamentos nos hotéis para as visitas guiadas às oficinas da empresa, assim, os ônibus da empresa passam nos hotéis para levar os turistas interessados no *tour* pelas oficinas e loja. Em seguida às visitas, se realizam as vendas, a partir de estratégia minuciosamente desenvolvida. Enfim, esse foi o nicho inicial que a empresa escolheu para investir.

No final dos anos 1990, a identidade das lojas foi alvo de atenção, Roberto Stern, o primogênito de Hans, já como vice-presidente, resolveu adotar um modelo único de empresa. Já haviam unificado o produto, o marketing, a gestão, faltava o ponto de venda, aspecto que seria percebido pelo consumidor. Como o briefing Roberto destacou que queria “dar à loja uma cara sofisticada, mas, ao mesmo tempo, despojada, característica do brasileiro”. De acordo com a biografia de Hans Stern, a inauguração da primeira loja a adotar a nova identidade foi a das 5ª avenida, em Nova York, naquele momento, a empresa se empunha como marca ao apresentar para o mundo um novo conceito de joias, que não existia em nenhuma outra joalheria.

Em 2004, foi à vez da marca, outro elemento que acompanhou as mudanças pelas quais a empresa passou. Durante o longo período de hegemonia nos negócios de produção e comercialização de joias, a H.Stern permaneceu com o logotipo gótico, adequado ao produto que era mais centrado no turista ou voltado para um público mais velho – o qual era identificado como público consumidor de joias. Assim, a identidade da empresa não foi alterada durante esta época, só acontecendo após a entrada de um novo pretendente. Para utilizar os termos bourdiesiano, na lógica do campo, a H.Stern estaria na posição dominante, tanto pela antiguidade na posição que ocupava, como pelo volume de capital específico adquirido, ou seja, ao capital relativo ao conhecimento específico da joalheria.

A partir dos anos 80, entra no mercado um novo pretendente, o joalheiro e empresário Antonio Bernardo⁵³. A sua trajetória profissional passa por formação em empresas relojoeiras na Suíça e pelo curso de engenharia não concluído, mas vai ser o contato com os ourives que frequentavam a empresa de relógio do pai, a centelha para a entrada no mundo da joalheria. Em depoimentos, Antonio Bernardo aborda a satisfação que sentiu ao realizar, com o auxílio de um ourives, seu primeiro projeto de joia. Em 1981, abriu sua primeira loja no Shopping da Gávea, Rio de Janeiro. Em seguida, abriu mais três lojas no Rio, outra em São Paulo e Brasília (GRUNOW, 2006, p. 11).

Embora, Antonio Bernardo seja um designer autodidata, talvez de forma intuitiva, não descuidou da gestão do design da empresa. Ou seja, todos os aspectos do negócio são cuidadosamente tratados com intuito de destacar o conceito de cada joia e, ao mesmo tempo, consolidar a empresa. Essa atenção se reflete desde a montagem das vitrines, passando pelas embalagens, bem como pelo atendimento pós-venda, pela sua participação nos concursos internacionais, na obtenção dos prêmios, além da produção. Cito o exemplo do serviço que a empresa oferece para substituir os elementos de peças confeccionadas com material perecível como o couro, que com o uso sofrem deterioração, assim, o consumidor pode solicitar a substituição desses elementos desgastados, proporcionando ao cliente ter sempre uma peça recondicionada e com o aspecto de nova. O investimento nos prêmios em concursos internacionais foi outra estratégia para ser reconhecido internacionalmente. O negócio foi tão bem sucedido, que desde a década de 90 a empresa vem, progressivamente, se destacando no segmento de joalheria industrial. Os produtos da marca AB – Antonio Bernardo – tiveram como característica inicial o fato de apresentar coleções com estilo mais jovem. Embora a produção das peças seja em ouro, metal nobre – só mais recentemente a empresa passou a produzir as mesmas peças na versão em prata – a empresa alterou o tratamento da superfície do metal, passando a adotar a textura fosca em grande parte das joias, característica que o diferenciou do que era ofertado pela concorrência. Isto é, ao evitar o acabamento polido e brilhante, dotou suas peças com um estilo mais discreto e mais fácil de usar no dia a dia, mais coadunado com o

⁵³ Grunow (2006). VER: <http://www.antoniobernardo.com.br/biografia/>

comportamento de um público, cujo perfil é mais despojado. Quer dizer, criou um produto que se integrou com o estilo de vida mais jovem e casual e, apesar de se tratar de uma joia, não tem as características tradicionais da joia. Algumas dessas peças não possuem sequer gemas, de maneira que, muitas joias são fabricadas só no metal, ao contrário do concorrente, a ênfase na produção da marca AB é no conceito da peça, não nas gemas ou material.

Portanto, no início da constituição da empresa Antonio Bernardo, identifica-se a luta entre joalheria industrial dominante e joalheria industrial pretendente. Mas como essa luta foi travada? Para fazer um contraponto com o que era oferecido pela joalheria consagrada e dominante, Antonio Bernardo deu destaque a joia com conceito, ou seja, as peças passaram a contar histórias. Vê-se essa mudança ser operada com mais clareza no caso da pulseira “*wish*”, Figura 2, peça com bastante êxito comercial, em que é composta de couro, com ponteiros nas terminações do couro e componentes em ouro. O consumidor pode customizar sua joia e escolher os diversos berloques de acordo com a profissão, religião, superstição ou gosto, entre o conjunto que era oferecido, encontram-se pendentos em forma de colher, infinito, coração, anjinho, pombinha, taça, figa, bola, tesoura, a combinar com as chapinhas, que vem com inscrições de palavras, como: *peace*, *hot*, *cool*, *love*, *sex*, humor, tesão, ou desenhos, como o desenho de coração, trevo com quatro folhas, cujo significado é trazer sorte. Além disso, caso o cliente queira outra forma ainda inexistente no mostruário, a marca também personaliza as plaquinhas. Como o próprio Antonio Bernardo diz, na pulseira *wish* ele adotou o princípio do amuleto da fita popular, “é uma interpretação da fita do senhor do Bonfim”⁵⁴. Enfim, o sucesso comercial da pulseira ocorreu, sobretudo, pela inovação na sua forma de comercialização, como a peça podia ser comprada aos poucos, por itens, não pesava no bolso. Neste produto Antonio Bernardo atingiu um público distinto da joalheria industrial dominante, pois a aposta era alcançar um público até então inédito para o comércio joalheiro, o público jovem. Ou seja, ao contrário da H.Stern que ao longo do tempo se manteve fiel ao mesmo público, Antonio Bernardo percebeu e atingiu um novo nicho para a indústria joalheira. O sucesso foi tão retumbante, que por ocasião do lançamento do produto, jovens faziam fila em frente

⁵⁴ VER: <http://loja.antoniobernardo.com.br/>

da joalheria, no shopping da Gávea, no Rio de Janeiro, para adquirir a sua joia. Quando se poderia imaginar que fossemos ver fila na porta de uma joalheria? Na figura 2, podemos ver várias pulseiras *Wish* em uso, já com os berloques e as chapinhas viradas sobre o fio de couro e, ao lado, em detalhe, as chapinhas com as inscrições.

Diante do sucesso comercial da joalheria Antonio Bernardo, a H.Stern que já estava há muito tempo no mercado, fez vários movimentos com o intuito de operar um reposicionamento da marca e criar uma identidade para empresa. Esse aspecto envolveu algumas dimensões, conforme veremos no próximo capítulo, ao mesmo tempo em que passaram a introduzir o design na produção, a gestão foi alvo de revisão, que refletiu na unificação de todos os pontos de venda. O ponto de venda também passou a refletir esse movimento, assim como a logomarca adotou uma forma mais leve e moderna, reflexo da ampliação do público alvo da empresa, pois o foco agora não era apenas os turistas estrangeiros.

De acordo com a informação disponibilizada no site da H.Stern, vemos que o logotipo com inspiração gótica foi substituído pelo design moderno do artista gráfico inglês Neville Brody, em 2001 (Figura 3). As mudanças aconteceram também na produção, assim, houve investimento em coleções e a empresa passou a trabalhar com temas nas coleções, a saber, a arquitetura do Oscar Niemeyer, Balé Corpo, ao mesmo tempo em que fizeram parcerias com a consultora de moda Constança Pascolato, Carlinhos Brown, Irmãos Campana e artistas visuais, sem abrir mão do nicho que já haviam consolidado em vários anos de atuação no mercado, a venda para os turistas. Em suma, apesar da história exitosa da empresa, de ter expandido e construído lojas e representação em vários países do mundo, das suas joias serem usadas por estrelas de Hollywood em tapetes vermelhos e participar das mais prestigiosas feiras internacionais de joias, a empresa está mais atenta aos novos comportamentos e sabem que o “grande desafio é enfrentar essa concorrência” (DIEGUEZ, 2015, p. 263).

O desafio da empresa é a renovação da clientela. Na década de 1990, a H.Stern atraiu novos clientes com as colaborações, que resultaram em joias impactantes, que chamaram atenção de um novo público, em busca de joias menos tradicionais. As colaborações continuarão, mas Roberto está preocupado em como fazer para atrair novos e jovens consumidores para a H.Stern. Desde 2014, o marketing trabalhava a mil em busca de novas ideias para alcançar

esse público. Começaram com as mídias sociais. Depois, radicalizaram. Participaram de festivais de música com DJs na Croácia e na Bélgica. (DIEGUEZ, 2015, p. 267).

Figura 2- Pulseira, Wish. Couro e Ouro 750, 1993.



Fonte: Bernardo, Antonio.⁵⁵

Figura 3- Os dois logotipos da H.Stern.



H. Stern

Fonte: H. Stern.⁵⁶

⁵⁵ VER: <http://www.antoniobernardo.com.br/catalogo>

⁵⁶ VER: http://www.hstern.com.br/institucional/hs_timeline.aspx

A partir desse breve relato, no qual envolve o lançamento de um produto da nova empresa joalheira, de um lado, e do outro, a conseqüente reação da empresa dominante, vê-se a luta do pretendente contra a força do concorrente, bem sucedido, que tem a seu favor a tradição, constituída com o tempo que a empresa teve para se consolidar. Em termos bourdieusianos, essa posição resulta em maior volume de capital específico, como o capital é uma relação social, cada campo dita os valores e suas leis específicas, de modo que, as propriedades associadas ao capital só são eficientes em relação a um campo particular. Em termos de capital joalheiro, a H.Stern tinha o domínio da criação de objetos consagrados, cuja qualidade foi reconhecida publicamente. A estratégia utilizada por Antonio Bernardo para entrar no mercado e ganhar espaço, foi enfatizar o valor da joia mais pelo conceito, inovar no uso das pedras ao introduzir novas lapidações, explorar as características do metal, tanto na forma como no acabamento, explorar o minimalismo e as peças com movimento, ao fazer uso de uma técnica da ourivesaria, as articulações invisíveis. Dessa forma, vê-se surgir o capital joalheiro. Esse capital é o conhecimento especializado da joia, mais o capital simbólico adquirido no campo de criação de objetos consagrados.

Em 1993, quando Roberto Stern, filho de Hans Stern, assume a área de criação da empresa, a orientação era romper com a prática anterior, na qual a criação priorizava essencialmente a composição das pedras preciosas, e adotar o processo de design para projetar joias. A partir deste momento, o conceito passa a ser o ponto de partida para as novas criações da marca, e as pedras surgem para complementá-las, de acordo com a determinação dos designers⁵⁷. Da mesma forma, são adotados novos acabamentos e texturas para o tratamento da superfície do metal, o acabamento da joia passou a ter outras opções além do polido, logo o metal texturizado viria a fazer parte das características da H.Stern. Conforme podemos ver na Figura 4, primeira coleção resultado da nova orientação da área criativa e fruto da parceria com a consultora de moda Constança Pascolato, foi adotado o acabamento que se integrasse e representasse as formas orgânicas das pedras de rios.

Assim, o aspecto da noção de campo responsável pelo surgimento do gosto, é identificável no campo joalheiro, de acordo com Bourdieu (2013), as empresas, na

⁵⁷ VER: http://www.hstern.com.br/institucional/hs_timeline.aspx

luta pela concorrência, criam bens que estão na origem da criação dos gostos. De fato, dessa concorrência, fazendo uso da inovação tanto do processo de criação, como da tecnologia, surgiram coleções que marcaram o design de joias brasileiro. Para ilustrar, cito mais duas coleções, uma de cada marca, a coleção Campana, parceria da H. Stern com os designers Fernando e Humberto Campana, para a qual foram desenvolvidas 65 peças⁵⁸, algumas mais comerciais e outras peças únicas. A inspiração da coleção foi no mundo cotidiano das ruas de São Paulo e da sua mistura de culturas, as linhas da coleção tiveram temas diversos, como, mandalas, ralos, cestarias ou em portas pantográficas, como as portas dos elevadores antigos, mistura aço com brilhantes em brincos e anéis. Essa é a maneira como os Campanas gostam de trabalhar, ou seja, na mistura do mundo ordinário com o precioso. A peça mais original dessa coleção é uma estola feita com fios finíssimos de ouro fixados a um retalho de seda, Figura 5.

Figura 4 - Anéis: Coleção Pedras Roladas, Constança Pascolato para H.Stern. Diamante, Cristal e ouro 750.



Fonte: H. Stern.⁵⁹

⁵⁸ VER: <http://veja.abril.com.br/complemento/acervodigital/index-novo-acervo.html>

⁵⁹ VER: <http://www.hstern.com.br/joias/colecao/506/pedras-roladas>

Figura 5- Estola: Coleção Campana para H.Stern. Estola de ouro. Seda e Au 750.



Fonte: H, Stern.⁶⁰

Outra coleção que vale lembrar é a coleção Puzzle, Figuras 6 e 7, da marca Antonio Bernardo, onde o encaixe perfeito foi resultado do emprego da tecnologia da prototipagem rápida, cuja precisão foi fundamental para a obtenção do tipo de articulação almejada, segura e ao mesmo tempo sofisticada, no qual todo o anel é preso por um único elemento, ou seja, uma das peças funciona como trave em que todas as outras estão presas. Este anel, o retangular, recebeu prêmio do IF Design, em 2006, e, em 2010, a versão arredondada recebeu o prêmio *Red Dot Design*. Enfim, houve, sem dúvida, uma aposta em projetos coadunados com temas culturais em voga, sem perder de vista, no entanto, a tradição do campo, pois é dessa forma que o campo se consolida. No caso dos anéis Puzzle, as formas adotadas para fazer os puzzles, foram as mais tradicionais da joalheria, o anel caixa e o bombê.

⁶⁰ VER: <http://www.hstern.com.br/exposicaoouro/Compartilhar/18>

Figura 6- Anel Puzzle. Au 750, 2006.

Fonte: Bernardo, Antonio.

Figura 7- Anel Puzzle Curvo. Au 750,2010

Fonte: Bernardo, Antonio.⁶¹

Apesar de se identificar algumas diferenças no público consumidor dos produtos mencionados acima, no caso da produção de luxo ou de joia, a questão que se coloca é até que ponto pode-se pensar no campo da joalheria, sobretudo quando se fala de joalheria industrial ou alta joalheria, como tendo a mesma lógica dos campos especializados, uma vez que a produção da joalheria de ambas as empresas é bem mais ampla do que os exemplos pinçados. Ou seja, o leque de produtos das duas empresas não atende apenas a um público. O que pode ser identificado como inovador na atuação do Antonio Bernardo, quando recém-chegado, foi à forma de comercializar alguns de seus produtos, foi explorar um nicho de mercado ainda pouco explorado, foi dar mais uma opção para o tratamento da superfície do ouro, aspectos que não podem ser considerados como vanguardistas ou que tenham representado revoluções simbólicas no campo joalheiro. Mesmo porque, nos mostruários das duas marcas, peças mais clássicas e tradicionais sempre estiveram presentes, afinal uma joalheria não prescinde da venda de alianças, argolas ou solitários. Em outros termos, será que podemos falar de uma heresia ou uma ruptura crítica com a *doxa* do campo da Joalheria? Com isso, a reflexão referente à joalheria industrial é que essa propriedade do campo, a correspondência entre produção e público consumidor, talvez não funcione com

⁶¹ VER: <http://loja.antoniobernardo.com.br/categorias/aneis.html>

tanta clareza como em outros campos especializados. Pode-se até considerar que essa ruptura ocorra entre as diferentes categorias, entre grupos, mas não entre os membros da mesma categoria.

Quando se reflete sobre o princípio da homologia, cuja premissa é a correspondência entre o campo da produção e o campo do consumo, para analisar a joalheria industrial – através de duas empresas, uma consagrada e outra recém-chegada – a dificuldade que se coloca é em identificar a organização do campo segundo a mesma lógica dos campos especializados, quer dizer, com a mesma intensidade de outros campos culturais, onde, segundo essa abordagem, haveria uma nítida cumplicidade entre os diversos públicos e produtores correspondentes, permitindo aos atores a identificação dos bens objetivamente adequados à sua posição. Será que se pode falar da homologia das posições ocupadas pelos produtores e seus clientes na joalheria comercial? De acordo com Bourdieu (2013), alguns produtores trabalham visando os seus competidores, como exemplos ele cita os grandes jornais, os quais não visam seu público, mas os seus oponentes a fim de demarcar posições e operar uma diferenciação. Por outro lado, a propriedade que o campo especializado possui de engendrar o gosto, os quais dependem do sistema de bens oferecidos e as mudanças nesse sistema provocam e refletem mudanças nos gostos, é possível identificar essa associação no campo da joalheria. A partir do contínuo lançamento de coleções, tendo em vista a concorrência entre as marcas, com atenção na qualidade técnica e design arrojado e inovador, foi sendo forjado um público apreciador dessa categoria de objetos de luxo. Afinal, a oferta aumentou, e através dos lançamentos periódicos, as marcas buscam atrair a atenção do consumidor e da mídia especializada com temas que tenham um forte apelo comercial e, ao mesmo tempo, estejam coadunadas com os novos comportamentos, para as quais novas soluções técnicas precisam ser encontradas para a consecução da produção. Entretanto, uma das dificuldades que aqui se coloca é em identificar se esses produtores estão regidos na sua produção pela posição que ocupam no espaço de produção, uma vez que todos trabalham com produtos de luxo, os quais são bens da cultura legítima, emblemas da classe dominante⁶². De modo que, nesse

⁶² Para confirmar essa perspectiva, vai ser preciso continuar e aprofundar a investigação com os produtores dessa categoria da joalheria, pois é importante conhecer a percepção que os produtores têm uns dos outros. Qual é a opinião que os pares têm uns dos outros? Com a ampliação do

exemplo específico, não temos um pólo dominante e outro dominado, uma vez que ambos fazem parte do pólo dominante.

Em suma, é possível identificar alguma preferência do consumidor pelos produtos das empresas citadas, ou por uma determinada coleção, mas o consumo de uma marca não exclui o da outra. O consumo de joia, conforme as marcas foram se consolidando, através dos seus lançamentos, têm suas coleções aguardadas e festejadas. O consumidor de joias tem peças de ambos os fabricantes, assim como de suas coleções de predileção. Na década de 80, quando Antonio Bernardo entrou no mercado, poderíamos afirmar que a joia da H.Stern era uma joia para mulheres mais velhas ou para um público mais tradicional, mas hoje, com o reposicionamento da marca e com a expansão do Antonio Bernardo, as várias gerações do pólo dominante consomem as joias das duas marcas.

3.4 A Concepção da Joalheria De Arte

É importante observar que a compreensão da joalheria como uma expressão artística é uma elaboração exclusivamente de quem atua nesse campo, ou seja, essa abordagem não é partilhada fora do campo da joalheria. Os pressupostos de autonormatividade das artes visuais criam barreiras para que atividades como as da joalheria, cerâmica, mobiliário ou moda, denominadas de artes aplicadas ou artes decorativas, sejam consideradas como uma atuação no campo da *fine art* ou belas artes. Ao contrário da joalheria, o campo da arte possui autonomia, e é o terreno por excelência para a delimitação dos espaços (BOURDIEU, 2013, p. 168). Ou seja, para Bourdieu, o campo da arte reivindica o controle exclusivo da forma, sendo o domínio que dita o que é de bom ou mau gosto. A maneira dos especialistas classificar e distinguir as obras de arte são os instrumentos indispensáveis para a criação do campo. Por outro lado, de acordo com o autor, o objeto de arte é a materialização de uma relação de distinção e ela está predisposta a manter essa relação nos mais variados contextos. Os detentores da cultura legítima ignoram que a apropriação de uma obra de arte implica, também, numa relação social, ao contrário, reiteram que a apropriação simbólica das obras de arte é a única forma de apropriação legítima, “como uma espécie de participação mística de um bem comum

mercado, algumas joias serão mais joias do que outras. Para esclarecer essa questão vai ser necessário conhecer o julgamento dos pares.

[...]” (BOURDIEU, 2013, p. 213). Para combater essa ideia de autonomia do mundo das ideias, Bourdieu argumenta que o capital cultural objetivado só existe e subsiste atuante como capital cultural, do ponto de vista material e simbólico, nas e pelas lutas travadas nos campos da produção cultural e acima disso, no campo das lutas das classes sociais. (BOURDIEU, 2013, p. 213-214).

Nesta perspectiva, pode-se identificar a luta travada pela Joalheria em fazer parte das atividades artísticas nas várias dimensões do campo, desde as questões relacionadas à formação profissional, pois alguns cursos de joalheria estão associados à área da arte e outros à área do design⁶³, passando por disputas dos espaços expositivos, publicações, produção e atuação acadêmica, até a comercialização e o consumo.

Ao mesmo tempo, o interesse em usar o conceito de campo foi também no intuito de procurar entender o fazer artístico sob a perspectiva das relações sociais, pois para Bourdieu a compreensão do objeto de arte passa pelo entendimento do espaço dos produtos e do espaço dos produtores, de maneira indissociável. Nos termos bourdieusiano, não faz sentido o estudo da própria obra, por ele denominado autonomização das obras, pois isso vedaria a revelação dos traços temáticos ou estilísticos da obra, por onde se denuncia a posição social do produtor. Ou seja, ao propor uma análise que supere a oposição entre análise interna e análise externa, é que Bourdieu afirma poder compreender completamente as propriedades mais especificamente internas das obras (BOURDIEU, 2011).

Uma característica da joalheria que surgiu nesse período foi à procura por alternativas aos materiais preciosos e tradicionais da ornamentação. Vale lembrar que, para a categoria da joalheria vinculada à produção de bens de luxo, os elementos nobres que compõem a peça, também a definem. Isto é, para ser joia tem que ser produzido com metais nobres e pedras preciosas, podendo ser aceito a mistura com materiais alternativos, sem nunca implicar na exclusão do material nobre e raro. Nesse período, vemos os primeiros trabalhos de problematização da joia como adorno corporal e com o emprego de outros materiais, o que de certa

⁶³ Aqui no Brasil tivemos dois exemplos de pós-graduação de Joalheria vinculada à formação em Design, a especialização de Design de Joias da PUC-Rio e a pós-graduação em Design de Gemas e Jóias da UEMG. Por outro lado, na Europa e nos Estados Unidos a formação da Joalheria ocorre nas escolas de arte, tais como: EUA (Rhode Island College, Providence), (Universidade do Oregon, Eugene), Inglaterra (Birmingham City University, em Birmingham) Espanha (Escola Massana, em Barcelona), Portugal (Ar.Co, em Lisboa, ESAD, em Matosinho), França (ESAD, em Estrasburgo).

maneira, questiona a linguagem do campo ao seu extremo. Essa forma de questionamento também foi vivenciada pela própria arte quando se autonomiza como campo. A arte tomou o problema da representação do mundo e o deslocou como problema da linguagem, do que é o dizer artístico, desse trabalho técnico sobre a linguagem. Pode-se ver algo parecido ocorrendo no campo da joalheria. Portanto, neste momento, na categoria da arte joalheria, a forma ganha predomínio sobre a função. Nesse sentido, a joalheria está operando a mesma reivindicação feita pelo estatuto da arte. A partir da problematização da linguagem, pode-se identificar certo amadurecimento do campo, na medida em que seus especialistas se acham donos de um conhecimento simbólico específico, que os habilita como artistas.

Para Wacquant (2005), o conceito de campo artístico funciona como uma ferramenta sociológica da estética, e o grande mérito desse conceito foi ultrapassar oposições que fragmentam a compreensão do fazer artístico, como as posições entre inovação individual e constrangimento coletivo, texto e contexto, de modo a revelar os aspectos sociais que as obras possuem. De acordo com o autor, com o conceito de campo ou campo artístico, Bourdieu resolve o problema da dicotomia entre a necessidade social que as obras incorporam e o potencial que possuem para expressar verdades e valores que estão para além da história. Mais uma vez, para Bourdieu não faz sentido falar da autonomização das obras de arte, assim, a condição para conhecer a obra de arte, é através do conceito de campo, que é, simultaneamente, o conjunto dos espaços dos produtos e o espaço dos produtores. Ao transpor o conceito para a Joalheria, identifica-se que algumas de suas categorias estão mais próximas do mercado do que outras, visto que cada categoria tem uma proximidade particular em relação ao mercado, das mais experimentais e artísticas, até a produção industrial, a análise proposta deste campo é a de um espaço estruturado de posições e tomadas de posição, onde os indivíduos e instituições competem pelo monopólio da concepção do que é joia em um determinado momento.

De acordo com Wacquant (2005), para compreender as obras dentro do campo artístico é necessário proceder a três operações. Primeiro, localizar o microcosmo artístico dentro do campo de poder, em seguida, identificar a localização das diversas categorias que compõem a estrutura interna do campo, que

vigoram em um determinado momento, entre os agentes e as instituições, e, por último, envolve a construção de trajetórias sociais dos indivíduos que entram em concorrência no interior do campo, de modo a tornar visível o sistema de disposições socialmente constituído (*habitus*) que guia a conduta na esfera artística.

Em termos da segunda operação, que trata de identificar a localização das diversas categorias que compõem a estrutura interna do campo, considera-se que a breve apresentação das categorias que compõem o campo da Joalheria no decorrer deste trabalho, cumpre o objetivo de mapear a composição do campo. A fim de investigar o microcosmo artístico ao qual o artista pertence e o princípio gerador ou trajetórias sociais, analiso o trabalho de um joalheiro consagrado na categoria da arte joalheria. Em seguida, invertendo a ordem proposta por Wacquant, analisou-se a constituição da categoria da arte joalheria brasileira e, eventualmente, o caso internacional será mencionado, na medida em que permite a observação do estágio de autonomização do campo da joalheria no Brasil, por contraste. No entanto, a joalheria contemporânea será discutida com mais detalhe no capítulo 4.

Para apresentar a trajetória de um artista joalheiro, escolhi analisar o percurso e algumas obras de Otto Künzli, sobretudo por dois motivos, primeiro pelo reconhecimento que ele obteve no campo da arte joalheria e, depois, por seu influente papel na recém-criada categoria da Joalheria, na qual marcou o campo por suas estratégias heterodoxas, responsáveis por revolucionar o modo de fazer e conceber joias. De acordo com o escritor Ralph Turner (1996)⁶⁴, Künzli é considerado “um dos mais inteligentes joalheiros e também um dos mais céticos”, nasceu em Zurich, Suíça, em 1948. Entre os anos de 1980 e 1990, foi, internacionalmente, uma das maiores influências, com o trabalho conceitual, no qual subverte os valores tradicionais e convencionais da Joalheria, priorizando a comunicação de ideias às questões estéticas. O seu trabalho está presente em vários museus da Europa.

Portanto, Künzli fez parte das primeiras gerações de artistas joalheiros, estudou joalheria na Academy of Art de Munique, com o professor alemão, Hermann Jünger (1928), nos anos 1970, época em que a perspectiva do ourives - como um técnico habilidoso - ainda estava sendo desafiada. De modo que, esse foi o período em que os joalheiros começaram a questionar seu próprio campo de ação, pois

⁶⁴ Curador e especialista em arte joalheria

passaram a se sentir desconfortáveis frente às convenções do mundo da joalheria e suas tradicionais conotações de luxo e riqueza.

O próprio Hermann Jünger, que teve um papel importante na formação de Otto Kuzli, no final dos anos 1950, apontou com a seu trabalho uma diferença entre os ourives da sua época. Nesse sentido, as marcas geradas na própria montagem da joia, tanto pelo uso da solda, quanto de uniões e outras técnicas da ourivesaria, normalmente ocultadas, em suas peças são realçadas e se tornam parte integral do trabalho. Em sua obra, Jünger justapõe a tendência do design dos seus contemporâneos europeus, mais pesado e geométrico, com a fabricação de peças em que o metal precioso é trabalhado de maneira delicada e simples, bem como expõe os sistemas de fechos, que em suas peças ficam à mostra e eram elaborados de maneira bastante simples, como podemos observar na Figura 8.

Conforme o depoimento de Rudolf Ruthner, mencionado anteriormente, a formação dos artistas joalheiros da geração de Otto Kunzli foi de ourivesaria tradicional, o que implica em terem adquirido muito domínio técnico. Durante as décadas de 1960 e 1970, diante do contexto político e social, assim como, para enfrentar os altos valores dos materiais nobres, passaram a reagir diante dos preceitos do campo. Ao mesmo tempo, no campo da arte, esse foi um período em que as obras estavam carregadas de mensagens politizadas. Na década de 1960, com a Pop Arte, uma corrente de artistas passou a exaltar a cultura popular e, por conseguinte, se opunham aos que menosprezavam o gosto das pessoas comuns. Na Europa, foi uma época em que a juventude se mobilizou contra os valores mais tradicionais da sociedade, esse período foi marcado pela contracultura, culminando nos movimentos estudantis na França. Além disso, alguns artistas abandonaram as abordagens de movimentos como o Expressionismo ou Cubismo, na busca do ideal do “homem comum”, queriam que a pintura fosse clara e acessível. De forma que, não é de se estranhar, que os aspectos políticos e sociais do trabalho de Kunzli se devam às transformações pelas quais a Europa passava.

De forma mais significativa, Künzli foi contemporâneo ao período de inquietações sociais manifestadas no movimento de contracultura. Artistas anti-establishment usaram as novas mídias como performance e o body arte, reagindo à aparente apatia do mundo. Assim, Künzli pertenceu à geração de joalheiros que criou um trabalho que desafiou as noções de preciosidade e usabilidade, explorando

criticamente a história e tradição da área para poder contestá-la. Muito próximo com o que aconteceu com a própria arte quando se autonomiza como campo, no qual problematizou a representação do mundo, através da própria linguagem, e do seu modo de dizer artístico, desse trabalho técnico sobre a linguagem.

Figura 8- Colar Ouro 750, esmeraldas, safiras, rubis, pedra da lua, esmalte.



Fonte: Jünger, Hermann (1957).⁶⁵

Künzli, em um trabalho emblemático, comunica que deixaria de trabalhar com ouro. O ouro, que para várias culturas foi o 'reflexo do divino' e era embebido em uma aura mítica, tornou-se vazio e sem graça, segundo o artista. Talvez às circunstâncias sociais e políticas, como a extração de ouro na África do Sul, durante o regime do Apartheid, tenha contribuído para sua crítica. Em 1980, ele decidiu fazer o que seria seu “último trabalho em ouro”. O artista anuncia que com esse trabalho ele encontrou uma maneira de devolver o ouro à escuridão de onde veio, permitindo-o a revalorização do ouro, Figura 9, na pulseira, “Gold makes you blind”, uma esfera de ouro é introduzida no interior de um tubo de borracha.

Otto Künzli conquistou uma posição bastante singular no campo da arte joalheria, sua influência atingiu um longo alcance, não apenas como um artista e um

⁶⁵ VER: <https://artjewelryforum.org/articles/all-world-over-global-ambitions->

pioneiro, mas também como um autor e mentor. Seu trabalho faz parte das coleções de muitos museus e em sua carreira docente, deu aulas para nomes que despontam no atual cenário da joalheria.

Figura 9- Pulseira, gold makes you blind, borracha e ouro, 1980. Otto Künzli.



Fonte: Künzli, Otto (1980).⁶⁶

Através da recapitulação da trajetória do joalheiro Otto Künzli, podemos identificar, que embora tenha tido uma formação em joalheria, o que implica em uma formação longa nas técnicas de ourivesaria, uma forte tendência e experiência se constitui na arte, assim, Künzli expõe em galerias de arte/joia, realiza performances, ou seja, procura atuar no campo da arte (Den BESTEN, 2015). Mas nesse ponto chegamos ao paradoxo da função, visto que uma das premissas do campo da arte é que os objetos, fruto da criação artística, não podem ter uma função prática, embora se possa encontrar função para várias categorias da arte, como a pintura, a arquitetura ou a escultura. Em outros termos, servir para ser portado ao corpo seria uma função que descartaria a possibilidade da joia ser arte, conforme já foi apontado por Hannah Arendt. Nessa perspectiva, vale a pena observar o depoimento de Thomas Cohn⁶⁷, para quem os pressupostos de definição do campo servem para defesa de mercado.

⁶⁶ VER: <http://galleryfunaki.com.au/artists/ottokunzli/>

⁶⁷ Thomas Cohn nasceu em 1934, na Alemanha. Em 1982, abriu sua primeira galeria de arte, no Rio de Janeiro. Como houve uma retração no mercado de arte carioca, em 1997, Cohn mudou a galeria para São Paulo. É muito respeitado no mercado da arte, tendo sido responsável por apresentar vários nomes que se tornaram consagrados no mercado de arte contemporânea, como: Lia Menna Barrero,

“[...] a pintura se relaciona com as paredes, a escultura se relaciona com o chão, você tem que apoiar-la no chão, com o espaço. A joalheria se relaciona com o corpo. E daí? Você também pode pendurá-la nas paredes, coisa que estou fazendo de propósito. Mas vale, é um ornamento como é a pintura, ou seja, é uma expressão artística. Pronto. Agora, se foi aceita a vídeo arte como artes plásticas, quando é cinema, por razões puramente de mercado, porque ninguém vai ao cinema para ver um vídeo de 5, 10, 15 min. Então jogou-se isso nas artes plásticas, mas é artificial. A performance é uma coisa que está no meio do caminho entre teatro e ballet. É jogado nas artes plásticas. Então, essa resistência às joias, acho que é um preconceito e acho que basicamente tem um fundamento material. [...] mas eu prefiro que tenha função, não me interessa... tem função, não tem função, não... minha suspeita é que isso tem fundamento puramente de mercado.” (Entrevistado)⁶⁸.

Para finalizar com a apresentação da trajetória de Kunzli, proponho comparar duas obras produzidas em campos distintos a fim de observarmos as diversas formas de atuação entre o campo da arte e joalheria. Ao explorar trabalhos que partilham das mesmas características formais e conceituais podemos refletir e chegar ao limite dos conceitos estabelecidos para manter a autonomia dos campos. Assim, de um lado temos o trabalho do artista visual Cadu, seu projeto Migrações, no qual já realizou desenhos em diversos meios de transportes, como trens, aviões, ônibus, em várias cidades, como Rio de Janeiro, São Paulo, Paris e Londres. Para o registro das trajetórias o artista criou um equipamento⁶⁹. Do outro lado, temos o trabalho de Künzli que também é o registro de trajetórias, os broches das Figuras 10 e 11, foram baseados em rotas aéreas. A palavra alemã Himmel significa tanto céu como paraíso, por isso é, ao mesmo tempo, uma localização física e metafísica. Segundo Künzli, "Em nossa Himmel pode-se encontrar aviões, nuvens e arranha-céus, mas também os anjos, os sonhos e os ancestrais". Os dois trabalhos, tanto de Künzli, como de Cadu, partilham do mesmo conceito, registros de trajetórias, no

Lygia Pape, Adriana Varejão, Edgard de Souza, Caetano de Almeida, Leda Catunda, Walter Goldfarb, Rosana Palazyan, Raquel Garbelotti e Leonilson. Seu mais recente desafio é apresentar a joalheria contemporânea como arte.

⁶⁸ Thomas Cohn, entrevista concedida em 9 Outubro 2014, em São Paulo.

⁶⁹ A estrutura de registro é composta por quatro molas de aproximadamente 12cm de comprimento conectadas perpendicularmente a uma placa de metal quadrada de 33cm de lado presas, pelos vértices, a uma base de madeira fixada, em nível, ao chão de uma caixa. Sobre elas, presa em seu teto, pende uma peça composta por uma pequena base de madeira e uma única mola, de 23 cm de comprimento, prolongada em uma de suas extremidades com um tubo oco em alumínio, que abriga, em seu interior, um lápis em grafite maciço. Esse lápis toca o centro de um papel repousado sobre a primeira estrutura. Eles são responsáveis pelo registro gráfico de todas as irregularidades de terreno e condução, que o veículo está sujeito durante qualquer deslocamento.

Projeto Migrações, Figura 11, o resultado é o desenho sobre papel e, no outro, os resultados são broches.

Figura 10- Broche, Himmel II, aço.



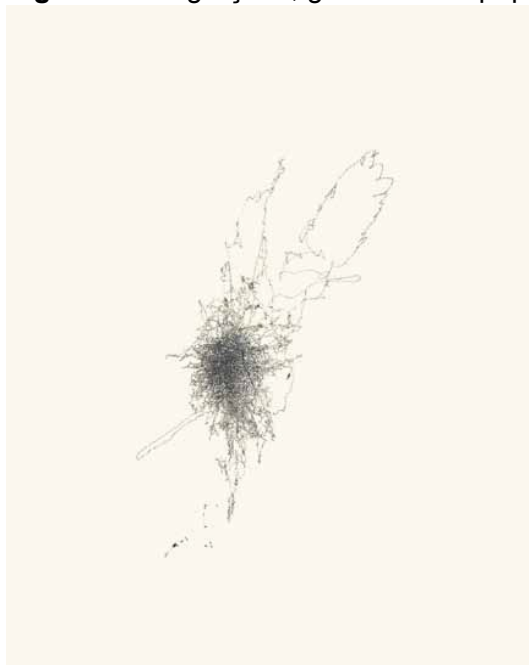
Fonte: Kunzli, Otto (2009).

Figura 11- Himmel III, aço.



Fonte: Kunzli, Otto (2009).⁷⁰

Figura 12- Migrações, grafite sobre papel.



Fonte: Cadu (2000- 2005).⁷¹

⁷⁰ VER: <https://artjewelryforum.org/articles/all-world-over-global-ambitions-contemporary-jewelry-0>

⁷¹ VER: http://www.galeriavermelho.com.br/sites/default/files/artistas/pdf_portfolio/CADU_bx

Portanto, encerra-se essa seção com o intuito de provocar uma reflexão a respeito das similaridades de intencionalidades entre alguns trabalhos de joalheria contemporânea e os de artes visuais, conforme pode-se observar entre os trabalhos de Otto Kunzli (Figura 10 e 11) e Cadu (Figura 12), muito embora sejam demarcados como distintos, culminando na separação dos campos aos quais pertencem.

3.4.1 Filigranas da joalheria contemporânea brasileira

A joalheria contemporânea no Brasil teve alguns precursores, ainda que não se autodenominassem artistas joalheiros, o mais comum era serem chamados de joalheiros de autor. O que os uniam era possuírem um trabalho que se diferenciava do que era produzido pela joalheria industrial, no sentido de privilegiar a forma em detrimento dos materiais utilizados nas joias. Ainda que a intenção da pesquisa seja analisar o estado do campo hoje, a fim de compreender as obras dentro do campo artístico, conforme orientação de Wacquant (2005), vale localizar esse segmento dentro do campo de poder. Para isso, faz-se necessário conhecer alguns aspectos que contribuíram para o momento atual. Ou seja, aqui considera-se a dimensão histórica do campo, para a melhor compreensão do contexto atual.

Portanto, tivemos joalheiros na década de 1950 e 1960, que exerciam a joalheria com mais liberdade, assim tivemos Haroldo Burle Marx⁷², criador de uma nova forma de lapidação para as gemas coloridas, chamada “forma livre”, ao mesmo tempo em que foi pioneiro em utilizar gemas como água-marinha, citrino, turmalina, berilo, amazonita, ametista, enfim, gemas que na época não tinha valor no mercado joalheiro. Mas foi com o seu irmão, Roberto Burle Marx (1909 -1994), que as peças ganharam o estilo modernista, o qual reflete o ambiente artístico em que viveu.

Outro nome também muito recorrente, quando se pensa em precursores da joalheria contemporânea, foi Caio Mourão (1933 - 2005)⁷³. O seu início na joalheria foi no final da década de 50, mas teve formação em pintura e escultura. Na década de 60, foi quem introduziu o termo de joalheria de arte, tendo sido um balizador para o campo. Em 1963, ganhou o 1º Prêmio Internacional de Joalheria na VII Bienal de

⁷²VER: http://www.kimpoor-jewellery.com/about_haroldo_burle_marx.

⁷³ VER: http://www.ateliermourao.com.br/caio_mourao.html

São Paulo e, em 1968, trabalhou como designer de joias em Paris, para a marca Pierre Cardin. De volta ao Brasil, no fim de 1969, começou a abrir caminho para o que veio a se chamar arte joalheria. Nesse sentido, é importante observar que Caio como agente do campo da joalheria atuou em duas instâncias distintas, na indústria, como designer e como artista joalheiro. Vemos isso ocorrer com mais frequência na Europa, onde o joalheiro trabalha, simultaneamente, para a indústria joalheira e no seu projeto pessoal de joia. Outro aspecto da trajetória de Caio que chama atenção foi sua participação e premiação na Bienal de São Paulo. Nessa edição da Bienal, em 1963, além de pintura, gravura, desenho e escultura, teve a inclusão da joalheria de arte com a participação de onze expositores, entre eles, Roberto Burle Marx, Caio Mourão e Carlos Augusto Vergara, este último, mais conhecido como pintor. Ou seja, foi uma seção grande dedicada à joia, aspecto incomum e que depois não voltou a acontecer.

Conforme veremos com mais detalhe no capítulo 5, dedicado à joalheria de arte, não havia instituições de formação do joalheiro. Nesse período, imperava o autodidatismo, e para conhecer as técnicas da ourivesaria havia dois caminhos, ou se trabalha em oficina de ourivesaria, conforme fez Virgílio Bahde, um dos nossos informantes, para aprender o ofício, ou se optava por ter aulas em ateliês de joalheiros, como Caio Mourão, Márcio Mattar e o próprio Virgílio ofereceram.

A comercialização da arte joalheria é outro aspecto com muitos entraves, em geral as experiências com o comércio desses artefatos não são muito bem sucedidos, pois ao que tudo indica, o mercado é insignificante para a manutenção desse negócio. Assim, as duas primeiras galerias de joias no Brasil foram a Simetria⁷⁴ e a Plural⁷⁵. A Simetria, de acordo com Virgílio, foi a primeira galeria de joias do Rio de Janeiro a vender joias de autor, e representava Caio Mourão, Márcio Mattar, Alfredo Grosso, Rub. Yallouz, além do próprio Virgílio. Em 1987, depois da Simetria ter encerrado suas atividades, Caio Mourão abriu a Galeria Plural em Ipanema, Rio de Janeiro, a qual durou apenas dois anos. Em entrevista com uma das sócias da Galeria, Sonia Santa'Anna, ela conta, que nessa época, houve outras tentativas de criar galerias de joias, mas todas acabaram fechando. No início, o seu sócio foi Caio Mourão e mais outra amiga, que também era contadora, mas a

⁷⁴ De acordo com Virgílio Bahde a Simetria teve início de 1982

⁷⁵ Entrevista realizada pela internet com Sonia Sant'Anna em 16 Março 2014.

sociedade não durou muito tempo, eles saíram, e entrou outro, que ficou até o fechamento do negócio. Segue um trecho da entrevista.

“Alguns joalheiros representados pela plural: Caio Mourão, Márcio Mattar, Yvon Piederrière, Alfredo Grosso, Fred Pinheiro, Paula Mourão, Alain Viallon, Ana Luiza Rego, Abner Salustiano, Hilson Cunha, Sonia Sant’Anna. O público achava linda a loja, mas tinha dificuldade em aceitar como joias aquelas peças tão diferentes. Mas havia o grupo que não só aceitava como preferia essas joias, as quais se destacavam mais pela forma do que pelo valor monetário dos materiais. [...]” (Entrevistada)

Desse grupo de joalheiros, quase todos foram alunos de Caio Mourão. Na década de 70 o seu prestígio era tão grande que chegou a representar a si próprio em novela da TV Globo, “O Rebu”. Alguns de seus ex-alunos também tiveram ateliês com o intuito de fornecer formação na prática profissional, como foi o caso de Marcio Matar, outros se afastaram da joalheria e tempos depois retomaram a atividade, como Alfredo Grosso, em atividade até hoje.

Em termos de profissionalização, de acordo com Rudolf Ruthner, a primeira escola foi em 1969 e partiu da iniciativa da H. Stern, cuja intenção era a formação de mão-de-obra para a indústria, o curso contava com 18 meses de duração e o público era formado por jovens entre 16 e 18 anos. A escola encerrou as atividades em 1998, ano em que Rudolf, mentor da escola, se aposentou. No Rio de Janeiro, depois dessa iniciativa, a formação passou a se concentrar nos ateliês e oficinas. O SENAI abriu o primeiro curso de ourivesaria em 1999. Em 2001 a PUC-Rio criou a pós-graduação em design de joias e, em 2004, a Veiga de Almeida criou uma graduação tecnológica em design de joias, tendo os dois últimos cursos encerrados as atividades. Porém, nesse mesmo período, final dos anos 1990 e início dos 2000, várias escolas, no formato de cursos livres de joalheria, surgiram em várias cidades do país. De forma que, temos pouca formação tanto no nível de graduação, quanto técnico em Joalheria, isto é, o que se encontra com mais frequência são cursos livres, nos quais as ênfases são nas técnicas de ourivesaria.

Em contraste com o Brasil, há uma série de graduações e ensino técnico de Joalheria no exterior. No que diz respeito à arte joalheria, a formação ofertada em algumas escolas da Europa e dos Estados Unidos, está vinculada ao departamento de arte. Algumas escolas, como a de Rhode Island School of Design, sofreu forte influência da “escola europeia”, Otto Kunzli foi um dos professores residentes dessa escola (TURNER, 1996). Mas, ao mesmo tempo, é curioso observar que a formação

da arte-joalheria associada ao departamento de arte, como por exemplo, na ESAD⁷⁶, em Matosinho, Portugal, o programa possui disciplinas com forte ênfase no Design: (No 1º ano) Fundamentos do Design, (no 2º ano) Metodologias em Design e (no 3º ano) Teoria do Design. O questionamento que se faz não é no sentido de oferecer disciplinas que auxiliem na criação de volumes, na concepção espacial, expertise do design, de fato, mas é, sobretudo, por se ocupar com metodologia de design, instrumento específico da disciplina do design e muito distinta do que é utilizado no processo criativo artístico. Como se as graduações de joalheria estivessem também no mesmo espaço liminar que a joalheria ocupa.

Virgílio Bahde foi outro joalheiro que teve um papel de mentor de muitos joalheiros atuantes hoje no mercado atual. A trajetória de Virgílio foi um pouco diferente, ele foi aluno da Escola de Belas Artes, da UFRJ, e o aprendizado da joalheria se deu diretamente na prática profissional. Ele é conhecido por sua habilidade técnica, e o fato de ter passado pela indústria lhe conferiu essa perícia técnica. No seu caso, a indústria funcionou como uma escola, após ter adquirido o conhecimento técnico, optou por desenvolver o seu trabalho mais autoral. Virgílio produz e comercializa suas joias até hoje, já teve loja própria, mas atualmente comercializa o seu trabalho em lojas de estilistas e em multimarcas.

Portanto, pode-se afirmar que os precursores da categoria foram devidamente reconhecidos pelas instâncias de consagração, pelas quais os aproximaram da arte. Foram as participações em Bienais e as exposições em galerias de arte, por um lado, e por outro lado, a atuação de artistas visuais produzindo e expondo joias. Nesse período, entre as décadas de 1960 e 1980, vemos a joalheria e a arte numa procura de estabelecer um diálogo franco e aberto, no sentido da joalheria ter participado da maior instância de legitimação da arte. Não obstante, de acordo com Bourdieu, os pressupostos de autonormatividade que cada campo estabelece são alvos de lutas, o que significa que estão sempre em tensão e em transformação. Nesse sentido, temos o depoimento do galerista Thomas Cohn que mostra como os pressupostos da arte podem mudar e estão sempre num embate.

“É só um preconceito, como o racismo e o casamento gay, isso também é. Isto não é porque é adorno... Não! Qual é a ideia na criação de joia? É por aí a coisa, se é uma expressão da pessoa, então é que é. Eu quando galerista eu tentei sempre correr atrás em

⁷⁶ VER: <http://www.esad.pt/pt/cursos/licenciatura/joalheria>

expandir os limites do meu trabalho. No ano 73, quando a fotografia, o pessoal da fotografia ainda se perguntava, mas fotografia é arte? Hoje em dia é uma coisa natural, mas em 73, fotografia era dúvida grande se era arte ou não era. Se pertencia à arte contemporânea, afinal as pessoas não fazem com os dedos, tem toda uma série de argumentos contra. Então eu fui à Alemanha falar com o casal Bernd e Hilla Becher, eles faziam fotografias de moinhos ou de casa de operários. Eles moravam em um moinho, eu os visitei em Dusseldorf, estou falando de 40 anos passados. Eu perguntei vocês consideram que estão fazendo arte? Aí ele me respondeu na lata, eu não estou interessado se estou fazendo arte ou não, estou fazendo. Hoje em dia, os grandes expoentes foram alunos dos Becher. Eu trouxe em 85, quando você não via exposições como vê agora, eu trouxe uma exposição de Diane Arbus que deu folha inteira aqui na Folha de São Paulo.” (Entrevista).

Salvo os poucos episódios em que uma galeria abriu espaço para uma exposição de joias, ou alguma publicação do campo da arte se interessou por uma determinada ação da joalheria, de um modo geral, esse caminho é de mão única, só quem está no campo da joalheria se reconhece como pertencente ao campo da arte. Entretanto, alguns trabalhos de arte joalheria elaboram ideias muito próximas da arte contemporânea, se isso é verdade, como diferenciar os trabalhos dos dois campos?

Um dos aspectos mais crítico da categoria da arte joalheria é a exposição e consequente comercialização do trabalho. Segundo Mirla Fernandes, artista joalheira com crescente atuação internacional, nos diz que *“existe um mercado bastante específico e limitado para a arte joalheria, que é predominantemente europeu e se distingue do mercado da joalheria comercial, seja ela industrial ou artesanal. Distingue-se ainda do mercado da moda e do acessório.”* (Entrevistada). Assim, a inexistência desse mercado no Brasil, impossibilita a seu desenvolvimento para muito dos interessados pela atividade. Na medida em que não há instâncias de comercialização da arte joalheria, não dá para viver com os frutos dessa produção. A trajetória que Mirla⁷⁷ optou em atuar foi comercializar e divulgar seu trabalho na Europa, onde, inclusive, realizou parte de sua formação. Ao mesmo tempo, Mirla opera como uma representante local do campo, ao promover eventos e criar diálogos com artistas de outros países, e dessa forma, aproxima os artistas locais das questões mais atuais do campo e cria uma ponte com o que ocorre nas regiões onde a arte joalheria é mais consagrada e berço desse microcosmo. Portanto, é na

⁷⁷ Mirla estudou joalheria em Pforzheim, Alemanha, na Hochschule für Gestaltung und Technik, como aluna visitante entre 1999 e 2000. VER: <http://cargocollective.com/mirlafernandes/BIO>

Europa onde há mais tradição, não só na arte joalheria, como na Joalheria de uma forma geral.

Mirla não está apenas preocupada em agenciar sua carreira, mas também em criar um espaço local para a arte joalheria. Assim, ao se unir com outros artistas e joalheiros a fim de planejar a viabilização da vinda de artistas joalheiros consagrados na Europa e Estados Unidos, ela está simultaneamente travando a luta pelo reconhecimento e delimitação de um campo e a consequente atuação e reconhecimento desse campo.

Por fim, pode-se inferir do que foi dito acima, que a categoria da arte joalheria está em vias de constituição aqui no Brasil. Possuímos algumas instâncias do campo, mas não todas, não temos escolas com uma formação mais estruturada, a falta de espaço de comercialização é o reflexo da quase inexistência de um público consumidor desse tipo de artefato. Tentativas de criação de galerias de joias não faltaram, a última no Rio de Janeiro, foi o “Banquete”, cujo funcionamento se deu entre dezembro de 2007 e março de 2011. De acordo com Elizabeth Franco⁷⁸, uma das sócias, as vendas não cobriam as despesas com a loja. Ou seja, ocorreram várias tentativas de comercialização de arte joalheria no decorrer da última década, mas ainda sem o êxito necessário para manter o negócio aberto. Mas esse aspecto não é exclusividade nacional, especialistas de outras regiões do mundo também expressam a preocupação nessa mesma questão. Em uma matéria no Japan Times⁷⁹, Mio Yamada, editora do jornal, informa que como o mercado da arte joalheria é novo, no Japão só há três galerias que comercializam arte-joalheria, todas em Tóquio, mas é interessante observar que todas apresentaram trabalhos na feira de arte de Tóquio, em 2012.

Em termos de crítica especializada e publicações sobre o campo, vê-se que aos poucos a produção está em vias de delineação. Em depoimento⁸⁰, por ocasião do lançamento da coleção que desenvolveu para uma marca Suíça, Caspita, a arquiteta, Zaha Hadid, afirma que "atualmente há mais fluidez entre design de joias,

⁷⁸ Entrevista fornecida por Elizabeth Franco em 18/02/2014.

⁷⁹ VER: <http://www.japantimes.co.jp/culture/2012/03/29/arts/the-precious-qualities-of-todays-art-jewelry-2/#.UyOFGT9dWSq>

⁸⁰ VER: http://tmagazine.blogs.nytimes.com/2013/12/16/by-design-zaha-hadid-jewelry-designer/?_php=true&_type=blogs&emc=edit_tnt_20131216&tntemail0=y&r=1

arquitetura e arte. Muito mais polinização cruzada nas disciplinas". Todavia, o depoimento de uma arquiteta consagrada, ou seja, uma profissional emblemática no seu campo e, por conseguinte, no da arte, funciona como um demarcador favorável ou desfavorável na delimitação do estatuto artístico da arte joalheria? A coleção foi lançada na feira de Basel, em Miami, no entanto, em uma pop-up da Colette, loja de moda, e, simultaneamente, na galeria da própria arquiteta, em Londres. Nesse sentido, vale lembrar que a primeira exposição de Andy Warhol, já como artista, ocorreu na loja de departamento Bonwit Teller, em Manhattan, NY. Inclusive, alguns artistas do período de Warhol, buscavam abertamente romper e fazer uma crítica ao "ambiente de preciosismo dos museus e galerias de arte criados para refletir a preciosidade da arte que exibiam" (DANTO, 2012, p. 56). De forma que, pode-se considerar que o caminho para romper alguns entraves impostos pelo campo da arte, seria questionar esses mesmos estatutos que legitimam a arte e que são problematizados também pela arte contemporânea.

4 O DESIGN

“A vida é forma, o pensamento é forma”.

(Peter Sloterdijk)

Antes de avançar na análise da influência do design na joalheria, propõe-se um pequeno recuo a fim de refletir sobre a constituição do design como um processo social e suas consequências para a forma em que vivemos. Historicamente, foram as transformações operadas a partir da Revolução Industrial que criaram as condições para as mudanças na forma de produção de bens de consumo. Embora a intenção aqui não seja a de traçar a história da industrialização, entende-se que destacar os aspectos mais significativos dessas mudanças nos auxilia a compreender o contexto em que a disciplina se constituiu e sua progressiva transformação, até o entendimento que se tem atualmente. Portanto, uma das características mais marcantes para o surgimento do design foi à fragmentação da tarefa de fabricação de objetos que passou a se operar no processo produtivo. O que antes da industrialização era produzido nas guildas⁸¹, onde a fabricação dos objetos eram elaborados por um único indivíduo, responsável pela concepção e confecção dos objetos, após esse período de transformação dos meios de produção, passa a ser trabalhado parcelado; já que sobreveio a consolidação da separação entre as atividades de conceber e as de fabricar objetos e, dessa forma, vai se estabelecendo o papel do profissional incumbido de preparar as instruções para a produção dos bens fabricados.

Outro aspecto que se sobressaiu nesse período de industrialização foi o aumento da escala atingida por alguns setores produtivos. Ainda assim, a mecanização e a escala foram questões ressaltadas por historiadores (HOBBSAWM, 2005), uma vez que a mudança de um modelo de produção para outro não ocorreu de maneira uniforme nem mesmo na Inglaterra, país que deu início à Revolução Industrial. Apesar do século XVIII ter sido marcado pelo crescimento da economia, essa transformação não foi claramente delimitada no

⁸¹ As guildas eram as organizações de trabalho na Idade Média.

tempo e no espaço, o que significa que diferentes regiões, em distintos períodos, passaram pela mecanização da produção e, portanto, pela produção em escala.

Curiosamente, ainda na antiguidade, a produção da joalheria, através da técnica de fundição por cera perdida⁸², já permitia atingir escala, mas nem por isso poderia ser identificada como uma atividade de design. Já possuía escala, isso é certo, mas não era uma produção na qual se separava a atividade de projeto da fabricação, como tampouco havia outras características e etapas de projeto.

O processo de transformação dos meios de produção se estendeu por um longo período; a depender da orientação do historiador, esse período pode retroceder até o século XI. De acordo com Cardoso (1996), um marco a ser considerado foi à introdução da mecanização na imprensa, a qual ocorreu ainda no século XV. Porém, após essa primeira alteração, a imprensa foi, permanentemente, incorporando outras inovações no decorrer dos séculos XVII ao século XX. No entanto, foram, sobretudo, três grandes processos que deflagraram o surgimento do design: a industrialização, com sua organização dos meios de produção; a urbanização, com a concentração populacional; e, por último, a ampliação das redes de comércio, com uma grande aceleração na propagação dos seus mercados.

A partir da metade do século XVIII, o processo de acumulação de velocidade para partida é tão nítido que historiadores mais velhos tenderam a datar a revolução industrial de 1760. Mas uma investigação cuidadosa levou a maioria dos estudiosos a localizar como decisiva a década de 1780 e não de 1760, pois foi então que, até onde se podem distinguir, todos os índices estatísticos relevantes deram uma guinada repentina, brusca e quase vertical para a “partida”. A economia, por assim dizer, voava. (HOBSEAWM, 2005, p. 51).

Em referência aos resultados da industrialização para a economia, Hobsbawm (2005) usa o termo “partida” para denominar o período de intensas mudanças do poder produtivo das sociedades humanas, conhecida pelos economistas como “partida para o crescimento autossustentável”. Conforme foi dito no capítulo anterior sobre os atributos da liminaridade, as revoluções são

⁸² Ver em “Metalurgia básica para ourives e designers: do metal à joia”, de Andrea Madeira Kliauga e Maurizio Ferrante. A fundição por cera perdida é uma técnica que teve início entre 4000-3000 a.C., sendo utilizada para a reprodução de objetos esculpidos em cera, atualmente se adota cera sintética, mas na antiguidade era usada uma mistura de cera de abelha com resina de árvores e óleo vegetal. Após esculpir a peça na cera, passa-se para a etapa do revestimento dos modelos de cera. Em seguida o revestimento é levado para uma estufa onde a cera é derretida, permanecendo apenas o molde em negativo. A próxima etapa é a fundição da liga metálica que, por fim, será vazada para o molde pré-aquecido.

acontecimentos que não tem princípio e fim definidos; trata-se de um episódio que para romper com concepções prévias passa por um período liminar, momento ambíguo em que conviviam simultaneamente as ideias transgressoras junto com o ideário estabelecido e hegemônico. Nesse caso, a revolução industrial foi um período de transformações tão profundas que se estendeu por uma longa fase, cuja tarefa de precisar o espaço de duração já gerou muita controvérsia entre os seus estudiosos. No entanto, o que merece ser destacado é que como um fenômeno liminar, o que foi alterado depois se tornou estrutura, se transformou em norma. Ou seja, as transformações dos meios de produção foram, paulatinamente, sendo adotadas por outros setores e, dessa forma, foram vencendo os posicionamentos de resistência, como o do movimento *Arts & Crafts*, que viam na introdução de mecanização e na produção em série a miséria do novo modelo de sociedade.

Portanto, a Revolução Industrial foi um dos acontecimentos mais marcantes para a história da humanidade, nele destacando-se a mudança nos meios de produção, aumento da escala, concentração da população em áreas urbanas e a expansão do mercado de bens de consumo. Como o design despontou a partir desses acontecimentos, seu surgimento está, portanto, relacionado a um determinado estágio da história do capitalismo e teve um papel fundamental na criação da riqueza industrial.

Mas isso não é tudo. O design além de está relacionado ao lucro, tem se mostrado uma grande influência na nossa forma de pensar. De acordo com Forty (2007) é como se os “bens encarnassem os mitos”. Com tal objetivo, é utilizado nos produtos um invólucro ou uma exterioridade que tenha o potencial de aludir a uma ideia. Todavia, para imprimir nos produtos essas ideias, é preciso está coadunado com os meios de produção disponíveis e com propostas que possuam apelo comercial. Nessa perspectiva, ao optar por uma determinada aparência, o design tem o poder de disfarçar ou “mudar a forma do que supomos ser a realidade”; daí essa capacidade que a atividade tem de encarnar mitos (FORTY, *Op Cit.*, p. 21 – 40). Em cada momento, tem-se um vocabulário visual que domina a imagética de um período ou de um grupo social. Assim, o design se identifica com as escolhas da aparência das coisas, em consonância com as circunstâncias de sua produção e consumo.

A abordagem de Forty (2007) é histórica. Nela o autor se foca na análise do design compreendido no período entre meados do século XVIII até meados do século XX. Mas é, sobretudo, no século XIX quando o autor explora as distintas categorias de objetos, que corresponderiam às diferenças sociais. “Portanto, tomada em seu conjunto, toda a gama de bens manufaturados constituía uma representação da sociedade” (FORTY, *Op. Cit.*, p. 91). Assim, os reflexos dos aspectos formais tem uma forte influência na criação de uma realidade, pois o que o estudo do design confirma, para além da existência das distinções entre grupos sociais, é que as diferenças das categorias dos bens manufaturados ratificam “o que se pensava que eram essas diferenças sociais” (FORTY, *Op. Cit.*, p. 89 – 91). O autor chama atenção para os reflexos que a adoção de certas formas, associadas à ideologia hegemônica de um período, teriam para transformar a realidade. Nessa perspectiva, a chave para entender as mudanças no design é examinar o sistema social na qual eram usados os artefatos. Isso não significa que o design pudesse revelar as minúcias das diferenças entre as classes sociais, até porque durante muito tempo na história da humanidade uma grande parcela da classe trabalhadora não tinha acesso aos bens de consumo; o que Forty destaca é que, na medida em que padrões passaram a comprar roupas e artigos para seus empregados, como os uniformes dos trabalhadores domésticos ou determinados tipos de chapéus, por exemplo, ficaram cada vez mais patentes as diferenças de classes.

Contudo, para compreender as transformações pelas quais o termo design passou, mais atualmente, no sentido da expansão que a palavra design ganhou nos últimos anos, recorre-se às abordagens de dois filósofos contemporâneos, os quais tomam o design como objeto de suas reflexões: Oosterling (2009) e Sloterdijk (2003). De acordo com esse enfoque, também compartilhada por Latour (2009), a ampliação do termo se tornou mais facilmente identificável devido à crise ecológica à qual atravessamos, pois ultimamente a nossa existência precisa ser reelaborada. Em outros termos, tornou-se premente repensar o universo de objetos que nos cercam a forma de construir casas, de produzir comida, eletrodomésticos, a busca pelo uso de energias renováveis, enfim, a forma de se estar no mundo precisa ser reconfigurada, levando o design a ter um papel central na construção dos espaços que habitamos. Destaca-se neste sentido, o surgimento de um novo paradigma para o design, o qual passa a implicar na maneira de olhar e se engajar no mundo. Dessa

forma, esses filósofos contemporâneos argumentam que a ampliação do termo design está associada à própria concepção de criação de espaço para a nossa existência e, é nesse sentido, que a disciplina passa a ser tão crucial para pensar o homem, uma vez que para esses autores, o homem se constitui através da sua associação com objetos e ações. De acordo com Oosterling (2009), Sloterdijk (2003) posiciona a sua noção de 'esfera' na tradição de práticas artísticas, como a escultura social⁸³ de Joseph Beuys, tendo como definição a citação abaixo.

neighbourhood, city, world – together, all these scales of publicness and publicity make up a layered gallery with no exit. The spaces between are not vacuums; they pulse with designed interactions and transactions⁸⁴ (OOSTERLING, 2009, p. 5).

Nessa perspectiva, as coisas nos constituem e viabilizam a nossa existência, [...] we account for ourselves via the media that surround and connect us, from automobiles to mobile phones⁸⁵ (OOSTERLING, 2009, p. 5). Apesar dessa discussão já ter sido apresentada na introdução da pesquisa, vale chamar atenção para a noção de 'coisa' adotada pela tradição da filosofia, da qual Sloterdijk e Gell fazem parte. Assim, o sentido de coisa não é a de um ente que nos é estranho, ou uma alteridade que nos é distante, ao contrário, as coisas parecem sair de nós mesmos e é isso que promove uma espécie de intimidade e familiaridade própria da relação de dois que formamos com essas coisas que afetamos e nos afetam.

Mais uma vez, as noções de sujeito e objeto não estão separadas. De maneira mais radical, o objeto é o ambiente, ou melhor, o espaço em que ocorrem as nossas ações. Segundo essa argumentação, da qual Latour também compartilha, não faz sentido separar sujeito e objeto, pois para os pensadores que romperam com essa gramática, o homem se constitui através da associação com as coisas, sendo esse o processo que possibilita a existência humana. Ou seja, o design foi

⁸³ A teoria da escultura social foi desenvolvida pelo artista alemão Joseph Beuys nos anos de 1970, no qual qualquer aspecto da vida pode ser apropriado como arte. Ele defendia que a vida era uma escultura social em que todos participavam da sua feitura.

VER: <https://www.google.com.br/search?q=%3Chttp%3A%2F%2Fwww.tate.org.uk%2Flearn%2Fonline-resources%2Fglossary%2Fs%2Fsocial-sculpture%3E.&oq=%3Chttp%3A%2F%2Fwww.tate.org.uk%2Flearn%2Fonline-resources%2Fglossary%2Fs%2Fsocial-sculpture%3E.&aqs=chrome..69i57.758j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

⁸⁴ Bairro, cidade, mundo - em conjunto, todas estas escalas de dimensão pública e de publicidade compõem uma galeria em camadas sem saída. Os espaços entre não são vazios; pulsam com as interações e transações projetadas. (Tradução nossa)

⁸⁵ Nós nos avaliamos através da mídia que nos envolve e nos conecta, de automóveis a celulares. (tradução nossa)

tendo sua atuação expandida, à medida que os sistemas de suporte à vida foram se tornando cada vez mais explícitos⁸⁶. Daí a relevância que a crise ecológica teve para revelar a fragilidade da existência e a necessidade humana de equipamentos que dão suporte à vida. Portanto, é neste sentido que a filosofia do design pode auxiliar na compreensão da própria transformação do sentido da palavra design e suas consequências para a vida.

4.1 Ondas do Design

Para o filósofo que tem se dedica à reflexão sobre o design, Henk Oosterling (2009), embora o design tenha uma brevíssima história, este campo de atividade já sofreu algumas mudanças. Ainda assim, a produção crítica da disciplina costuma retornar de forma recorrente para os mesmos temas, principalmente como: o papel do artesanato no design, a ambiguidade em sua relação com a arte ou a responsabilidade social e ética do designer. O autor observa alguns acontecimentos marcantes na trajetória do design, e seus reflexos na ação dos atores, entre as quais está o *Arts & crafts*, movimento que teve uma forte influência nas artes aplicadas, na criação de escolas de design e de arte. Passado esse primeiro momento, no qual as ideias críticas dos fundadores do movimento tiveram muita força, os designers tiveram interesse de desenvolver uma linguagem própria.

After that, designers went in search of their own plastic and flexible language of forms, a kind of 3D visual syntax. Though their search was initially founded on values of craftsmanship, they eventually grudgingly accepted industrial values (OOSTERLING, 2009, p.2)⁸⁷.

Outro momento do design, destacado por Oosterling, surgiu em torno de 1960, quando a ênfase incidiu nos aspectos simbólicos. Ao se associar à linguagem visual dos meios de comunicação, “o design passou a ser uma história”, não precisava “ser útil para ser funcional” (OOSTERLING, 2009, p. 3). Para o filósofo, como o objeto passa a ter um status não importando a sua utilidade, a teoria da distinção de Bourdieu auxilia a entender esse momento, no qual os consumidores de

⁸⁶ Sloterdijk usa uma metáfora do cosmonauta no espaço sideral, que não sobreviveria sem o traje espacial, para demonstrar a necessidade de embalagens para a vida dos seres humanos. Nesse sentido os espaços são equipados com sistemas de suporte à vida.

⁸⁷ Após isso, os designers foram em busca de sua própria linguagem de formas plástica e flexível, uma espécie de sintaxe visual 3D. Embora inicialmente a pesquisa tenha sido fundada nos valores do artesanato, só eventualmente aceitavam a contragosto valores industriais”. (Tradução nossa)

cultura usavam produtos culturais para se distinguirem em seus grupos; mas claro esses grupos precisavam partilhar dos mesmos gostos, caso contrário, não valorizariam as nuances e peculiaridades características dos produtos. Em seguida, foi à fase da revolução digital; aqui a interatividade entre designers e usuários passou a ser a questão central. “Tecnicamente, PCs e Macs tornaram isso possível. Ideologicamente, a demanda por mais democracia e transparência fortaleceu o processo” (OOSTERLING, 2009, p. 2 – 4). Dessa forma, o design que é praticado a partir desse paradigma, fortaleceu a interação. A criatividade, que era um atributo necessário para a atividade do designer, foi deslocada para as relações entre produtores e consumidores e entre disciplinas. Para o autor, essas mudanças podem ser melhores compreendidas ao serem formuladas no formato de pergunta. Assim, o que antes era “Como deve ser sua aparência? passou para O que isso significa pra mim? até Como isso funciona entre nós?”. Entretanto, uma mudança ainda mais atual e por isso mesmo ainda difusa, integraria o que Oosterling chamou de “design relacional” (OOSTERLING, *Op. Cit.*, p. 5).

A abordagem relacional do design é inspirada na filosofia de Sloterdijk, sobretudo, no aspecto o qual o autor apresenta o “design como o cerne de uma maneira diferente de olhar e se engajar com o mundo”, em especial através de sua trilogia, a Esfera (OOSTERLING, *Op. Cit.*, p. 3). Nesta obra, o autor esboça uma teoria de mediação da coexistência, uma vez que os seres humanos não estão sós no mundo, mas estão envolvidos pelo ‘outro’, em uma relação diádica, onde a unidade é formada por dois seres. Nesse sentido, mesmo se pensássemos uma situação extrema, como a de um homem no deserto, homem e o deserto formariam uma unidade. Para ilustrar a relação diádica que formamos com os outros seres, Sloterdijk usou a Figura 13, do pintor inglês, Sir John Everett Millais (1829-1896), para mostrar que o outro seria como a bolha da pintura e, portanto, é produto da ação da criança, não se tratando de uma alteridade que lhe cause uma estranheza; ao contrário, é um outro que saiu dele mesmo, a afeta por suas características de leveza e airocidade e, ao mesmo tempo, é afetado por ele, por sua ação. Neste sentido cada ator é um meio, ou um ser de alta permeabilidade.

Figura 13- Pintura Bubbles.



Fonte: Sir John Everett Millais (1886).⁸⁸

De acordo com Oosterling, Sloterdijk argumenta que nos últimos duzentos anos o conceito moderno de escassez, liberdade e autonomia, sofreram mudanças substanciais. Nas palavras do autor: vai ser o princípio de abundância, introduzido pela intensificação da produção em massa e pelos estímulos ao consumo, que será o ponto de partida para a ação e o pensamento.

Over the last two centuries, the modern concept of scarcity has been turned inside out, as have those of freedom and autonomy. Once, freedom meant independent self-determination; nowadays, it means claiming the right to limitless mobility and the festive wasting of energy. Media are essential in this. We depend on them. Westerners live in a world of too much. Shopping and consuming are our biopolitical duties as citizens, to which we are called in times of emergency such as terror attacks and credit crises. Go forth and buy! [...] In everyday life, the decision to buy an item is driven more by fear and the need for identity than by inter-esse and belonging. Every Dasein is styled through the consumption of design. Without design, Dasein⁸⁹ is meaningless⁹⁰ (SLOTERDIJK, 2009 p. 4).

⁸⁸ VER: <http://www.liverpoolmuseums.org.uk>

⁸⁹ VER: "A cautious Prometheus? A few steps toward a philosophy of design (with special attention to Peter Sloterdijk)". Latour explica que Sloterdijk adota o conceito de *Dasein*, extraído da obra de Heidegger, cujo sentido pode ser traduzido por existência. Mas a diferença central entre as duas argumentações, é que uma adota a gramática sujeito/objeto, e a outra propõe um rompimento desse modelo. Para Sloterdijk, não existe condicionantes materiais, de um lado, e condicionantes humanos e simbólicos, de outro. Ao contrário, criamos os espaços, tanto internos, quanto externos, que sejam equipados com sistemas que nos permitam viver.

A partir dessa perspectiva, destacam-se dois aspectos nos quais a filosofia de Sloterdijk se mostra interessante para pensar o design. O primeiro aspecto é pensar o mundo em sua relação entre os seres humanos e os objetos; nessa chave de pensamento, o homem nunca está só, a unidade é sempre de dois. O outro aspecto é por ele ser um pensador do espaço íntimo, não no sentido de uma interioridade do sujeito, mas da necessidade humana de criar espaço interior habitável, na forma de um receptáculo, que surge da própria intervenção do indivíduo. Melhor dizendo, surge da necessidade humana de imprimir sua feição no mundo, permitindo-o, dessa forma, a possibilidade de ser habitado. Mas para chegar a essa formulação, Sloterdijk⁹¹ precisou romper com a separação entre sujeito e objeto, pois essa abordagem não permitiria descrever o que se passa em uma relação diádica, entre os seres humanos e, portanto, não seria possível formular a fenomenologia do espaço íntimo. Não estamos sós no mundo, ao contrário, somos acompanhados por outros, os quais podem ser compreendidos por comporem uma familiaridade com o espaço habitado. Em outros termos, de acordo com essa argumentação, o outro não é uma alteridade que nos surpreenda; ao contrário, o outro parece sair do próprio indivíduo, reforçando, desse modo, a existência de uma familiaridade e, por conseguinte, da própria noção de espaço interior. Como herdeiro do pensamento de Nietzsche e Heidegger, Sloterdijk toma como uma de suas questões, pensar a transformação operada em um ser selvagem, para se tornar um ser domesticado. Para responder a essa questão, o autor vai se alinhar aos pensadores que se ocupam em pensar que ‘o homem é fundamentalmente aquele que se autoproduz’. A resposta marxista, por exemplo, também vai nessa direção; no entanto, para a

⁹⁰ Ao longo dos últimos dois séculos, o conceito moderno de escassez foi virado ao avesso, assim como, os de liberdade e autonomia. No passado, liberdade significou independente de autodeterminação; hoje em dia, esse termo significa reivindicando do direito ilimitado de mobilidade e de desperdício festivo de energia. Mídia são essenciais neste processo. Nós dependemos delas. Os ocidentais vivem em um mundo de muito. Comprar e consumir são os nossos deveres como cidadãos biopolíticos, para os quais somos chamados em momentos de emergência, tais como: ataques terroristas e as crises de crédito. Vá em frente e compre! [...] Na vida cotidiana, a decisão de comprar um item é impulsionada mais pelo medo e pela necessidade de identidade do que pelo interesse e pertencimento. Todo Dasein é denominado através do consumo de design. Sem design, *Dasein* não tem sentido. (Tradução nossa)

⁹¹ Sloterdijk seria um ontólogo do espaço íntimo. No entanto, isso só foi possível devido ao rompimento com a gramática sujeito – objeto, para que fosse possível entender uma relação diádica ou relação entre os seres, humanos e não humanos.

teoria marxista a resposta é a de que o homem se autoproduz no trabalho. Dessa maneira, trabalho e homem são quase um produto único.

Para Bruno Latour, “Sloterdijk abordou a ampliação da compreensão e da extensão da noção de design desde muito cedo e muito literalmente” (LATOURE, 2009, p. 8).

Human are to be handled with infinite precaution from the womb (natural or artificial) in which they are grown (Sloterdijk defines philosophy as a kind of obstetrics!) all the way to the place where they survive and die⁹² (LATOURE, 2009, p 8).

Nesta perspectiva, Sloterdijk adota a mesma argumentação que Latour usou no livro “Jamais fomos modernos”; qual seja, a de ultrapassar as duas narrativas que, segundo o autor, formariam a modernidade, segundo a qual, de um lado, se encontrava a narrativa, por ele chamada de *attachment* ou anexada, acessória e escondida, na qual há a produção de híbridos e, de outro lado, a história oficial da emancipação, que busca através da purificação⁹³ criar duas ontologias distintas, uma para humanos e outra para não-humanos. Neste ponto, o pensador alemão concorda com Latour e defende que as duas narrativas fazem parte de uma única história. Latour complementa essa ideia ao destacar que a unificação das duas narrativas ocorre quando se modifica profundamente o sentido do que é o ser “no mundo”, ou na relação em que o homem estabelece com o espaço por ele habitado, tal como o cosmonauta que se libertou da dependência da gravidade, sem a qual ele não resistiria uma fração de segundo, através da comunhão com um artefato. Segundo Latour, as duas narrativas engendradas pela modernidade, emancipação e associação, são duas encarnações do mesmo evento, passíveis de observação,

⁹² Humanos devem ser tratados com infinita precaução desde o ventre (natural ou artificial), na qual eles são cultivados (Sloterdijk define como uma filosofia tipo de obstetrícia!) todo o caminho até o lugar onde sobrevivem e morrem. (Tradução nossa)

⁹³ Ver em ‘Jamais fomos modernos’. A purificação faz parte da prática da crítica. Crítica aqui é entendida como o conjunto de conhecimentos nos quais se opera o tratamento de separação dos híbridos. Latour trabalha com a hipótese de que o termo moderno cria dois conjuntos de práticas diferentes: de um lado cria os híbridos, também chamados de redes, nas quais há a mistura de natureza e cultura; por outro, por purificação, cria duas ontologias distintas, uma para os humanos e outra para os não-humanos, a qual é denominada de crítica. Latour chama atenção para a diferenciação dos repertórios que os críticos utilizam para falar do mundo. Nesse sentido, o autor cita Changeux com a naturalização, Bourdieu com a socialização e Derrida com a desconstrução. Embora essas críticas sejam potentes, são de tal forma incompatíveis que não podem ser combinadas. De forma irônica, Latour afirma que os epistemólogos, sociólogos e desconstrutivistas precisam ser mantidos afastados, “alimentando sua crítica com as fraquezas das outras duas abordagens” (Latour, 1994, p. 11)

contanto que se atente para o modo como as atmosferas artificiais são bem ou mal projetadas.

4.2 Expansão do Design

Latour compartilha os pressupostos de Oosterling e Sloterdijk, ao analisar o design. Dessa maneira, argumenta que o sentido da palavra sofreu uma importante ampliação em termos de compreensão e extensão, comparado ao que ele conhecia quando jovem. Para desenvolver essa argumentação, Latour compara o entendimento que tinha do design na sua juventude, com a dimensão que o termo ganhou na atualidade. Assim, para o autor, o design, antes, era visto como uma qualidade a mais agregada aos objetos, não passava de um invólucro para as funcionalidades dos objetos. A ideia central para o autor refere-se à ampliação que o termo design passou a abarcar. Latour recorre ao exemplo do *iPhone*, o qual passou a envolver muitas atividades, tais como: planejar, calcular, organizar, embalar, acondicionar, definir, consertar, escrever em código, e assim por diante. Assim, essa extensão ocorre em referência à ampliação do conjunto de coisas que passaram a ser projetadas. O que antes era concebido como um papel secundário do design visto ser um campo que se ocupava com os acabamentos que os bens deveriam adotar, mesmo que esses bens fossem eficientes; agora, a disciplina ganhava outra dimensão, “passou a adquirir importância para o cerne da produção” (LATOURE, 2009, p. 1 – 2). Em outros termos, o design deixava de se ocupar com a aparência das coisas projetadas por engenheiros e cientistas, passando a operar em outros universos, tais como: cidades, paisagens, nações, corpos, genes, e conforme Latour vai defender, até mesmo na própria natureza.

A tese de Latour é que essa ampliação do design é um reflexo da mudança que se operou na forma como interagimos com os objetos. Em outros termos, a expansão do que passou a ser abarcado pelo design transformou a forma como se lida com objetos e ações de modo geral. Latour (2009) relaciona essa modificação com o argumento que defendeu no seu livro “Jamais fomos modernos”, no qual ele discute, em última instância, a separação entre natureza/matéria e cultura/design como consequência de dois conjuntos de práticas diferentes, características do modernismo (LATOURE, 1994, p. 11 – 17). Latour vai além e diz que a palavra design está substituindo a palavra revolução, na medida em que tudo tem que ser

projetado, inclusive a natureza, implicando em algo como: "ela nem vai ser revolucionada, nem vai ser modernizada". De acordo com Latour (2009), a amplitude da palavra design é mais um indicativo de que já nem acreditamos mais que fomos modernos, na medida em que evidencia que não há separação entre sujeitos e objetos. Portanto, à medida que se pensa que somos designers, na acepção proposta pelo autor, menos nos entendemos como modernos (LATOUR, *Op. Cit.*, p. 1 – 2). De novo, através do termo design vai-se gradualmente dissolvendo a separação entre matéria e objetos de design. A comparação da palavra design com a adoção da palavra revolução em momentos de ruptura de paradigma é sugerida para reforçar a artificialidade e construção do universo que nos cerca a partir do design. É como se tudo passasse a ser construído, evidenciando que formamos híbridos com os objetos.

Para Latour (2009), são cinco as vantagens do conceito de design. Primeiro no design não existe a ideia de fundação, apenas de incrementos, pois funcionaria como acréscimos à materialidade ou às funções dos objetos cotidianos. A segunda, e talvez mais importante implicação do design, refere-se à atenção aos detalhes. Portanto, o autor, destaca que a conotação chave no design, para além da modéstia, é o senso de perícia, artesanato e atenção obsessiva aos detalhes. A terceira conotação da palavra design refere-se ao significado - seja em conotação simbólico, comercial, ou outra – que se emprega ao analisar o projeto de algum artefato. Portanto, o design é feito para ser interpretado na linguagem dos signos.

Latour acrescenta que, em sua definição mais frágil, design adiciona apenas sentido superficial ao que era matéria bruta e eficiência. À medida que se atinge outros níveis do objeto, se traz uma nova atenção ao significado. Sempre que se pensa em algo que foi projetado, aportam-se todas as ferramentas, habilidades e ofícios de interpretação para a análise dessa coisa. Neste sentido, Latour diz que, pensar as coisas em termos de design é se afastar da concepção modernista de objetos, e concebe-los mais como coisas⁹⁴.

O quarto recurso da palavra design ressalta a característica de um processo que nunca começa do zero: projetar é sempre redesign. Parte de uma coisa que

⁹⁴ VER: "The Thing" de Martin Heidegger, in *Poetry, Languages, Thought*, 1971. O sentido que Latour dá para a palavra coisa tem origem na concepção Heideggeriana, em que coisa é uma reunião, ao mesmo tempo, uma coisa em si, com autonomia e, também, é a totalidade de coisas mesmo tempo, uma coisa em si, com autonomia e, também, é a totalidade de coisas que a envolve.

existe como um dado, como uma questão, como um problema. “*To design is never to create ex nihilo*” (LATOURE, 2009, p. 5). Nesse sentido, há um abismo entre criar e design. O que demonstra que para o autor a criação não partiria de uma questão, mas não é o que se observa nas atividades criativas, de modo que, aqui fica uma dúvida, pode-se falar de criação sem um problema ou a partir de uma tabula rasa? De toda forma, o redesign é uma qualidade do processo de design, pois a depender do projeto, uma das etapas é a pesquisa dos similares. Porém, o que merece ser destacado neste recurso é uma atitude reparatória, pois a atividade que se ocupa em alterar algo para que se torne mais sustentável, mais comercial, ou mais intuitivo, sinaliza uma fragilidade e contrasta com outras áreas entendidas como ‘mais sérias’, como a engenharia ou a ciência. “Designing is the antidote to founding, colonizing, establishing, or breaking with the past. It is an antidote to hubris and to the search for absolute certainty, absolute beginnings, and radical departures”⁹⁵ (LATOURE, *Op. Cit.*, p.5).

O quinto e decisivo recurso do conceito design, refere-se, necessariamente, à dimensão ética, a qual está vinculada à questão óbvia do bom versus o mau design. No estilo modernista, essas questões, do bom versus o mau design, referiam-se a qualidades que as “matérias de fato” não poderiam possuir. Sobre a matéria, não há nenhum julgamento possível; é apenas um fato a ser revelado. A propagação do design para o interior da definição das coisas traz consigo, não só significado e hermenêutica, mas também moralidade. Mais exatamente, é como se materialidade e moralidade tivessem finalmente se aglutinado, se unido. As consequências dessa premissa são de grande importância porque ao se começar a redesenhar cidades, paisagens, parques naturais, sociedades, assim como genes, cérebros e chips, nenhum designer poderá se esconder atrás da velha proteção da matéria de fato/natureza. Ou a suportar e afirmar que estariam apenas atestando o que existe. Dessa forma, para Latour (2009), o design, ao se expandir, não vai poder se esconder atrás da materialidade ou sob as “questões de fato”; precisará enfrentar as questões morais. Conforme Latour (2009), defende em outros trabalhos e reitera neste artigo, nos estudos sobre ciência e tecnologia (ECT), os cientistas também transformaram objetos em projetos, trouxeram sentido ao que era definido como

⁹⁵ Fazer design é o antídoto para os atos de fundar, colonizar, estabelecer ou romper com o passado. É o antídoto para a arrogância e para a busca de certezas absolutas, começos absolutos e de desvios radicais. (Tradução nossa)

mera limitação material, assim como também contestaram os argumentos da forma versus a função, além de transformarem “matérias de fato” em associações complexas e contraditórias de seres humanos e não-humanos conflitantes. Mostraram, portanto, que os artefatos têm políticas.

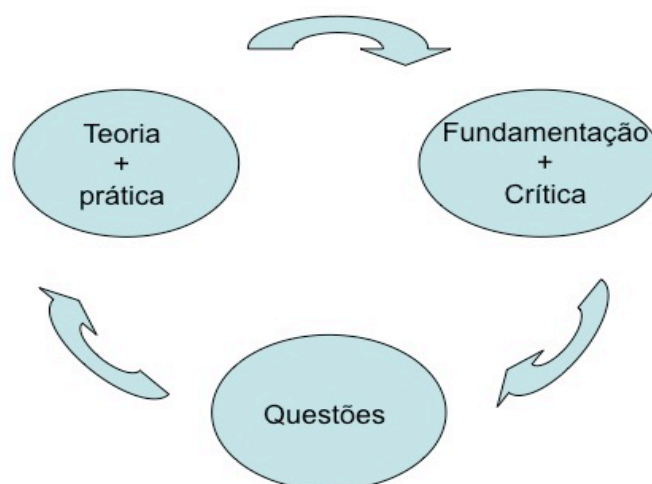
Latour questiona os designers sobre onde estariam as ferramentas de visualização que vão permitir que a natureza controversa e contraditória da “matéria de interesse” possa ser representada? Por representação incluem-se as técnicas de representação artísticas, científicas e políticas. Assim, sua proposta é que haja uma ferramenta de visualização para coisas desenhadas juntas – coisas e humanos. E se pergunta por que os poderosos vocabulários visuais que puderam ter sido utilizados no passado por gerações de artistas, designers, filósofos e ativistas da “matéria de fato”, e não possa ser reeditado para a representação das “matérias de preocupação”?

No Brasil, o surgimento da disciplina teve suas peculiaridades, a sua instituição fez parte de uma proposta de industrialização do país, tendo como interesse promover o design junto a uma incipiente indústria local. Para essa iniciativa foi escolhido o modelo alemão como referência na formação acadêmica. A ESDI – Escola Superior de Desenho Industrial, fundada em 1963, e fortemente influenciada pela Escola de Ulm, tendo no seu corpo docente, os egressos da escola alemã. De acordo com Moraes (2006), o fato de a disciplina ter se desenvolvido de forma mais significativa no meio acadêmico do que na esfera produtiva industrial, é uma característica dos países periféricos. Isto é, a disciplina contou primeiro com o avanço na academia, ainda que, a atividade já existisse como “prática projetual voltada para a produção em série” antes da oficialização dos cursos (MORAES, 2006, p. 30 – 31). Assim, identifica-se em alguns setores produtivos industriais, como o setor moveleiro, o exemplo de pioneiros que se destacaram em introduzir os conceitos modernistas na produção de móveis.

A proeminência do desenvolvimento acadêmico da disciplina pode ser observada no empenho que Gustavo Bomfim, formado pela ESDI, em 1975, dedicou na criação de uma teoria do design, durante sua trajetória profissional. Para Bomfim, o design se ocupa com a configuração de produtos fabricados em série, em que as demandas do produtor, consumidor e das instituições que regulamentam as normas e diretrizes, convergem para o designer. Este autor define a atividade como uma

“práxis, que diferentemente da arte e do artesanato, procura seguir princípios de diversas ciências” (BOMFIM, 1994, p. 16). Entretanto, seria essa característica do design – a fragmentação dos saberes responsáveis por sua fundamentação – que, segundo Bomfim, inviabilizaria a criação de uma ciência. Ao mesmo tempo em que, seriam esses mesmos atributos que a demarcariam como uma teoria interdisciplinar. Assim, a teoria do design pode ser entendida como um modelo no qual o estudo da configuração de objetos de uso ou de sistemas de informação, tem como intuito fomentar a crítica, a fim de formular questões que possam ser adotadas na prática e, dessa forma, retornar para o aprimoramento da teoria.

Gráfico 1- Teoria do design segundo Bomfim.



Fonte: A autora.

Para o autor, temas como relação entre o design e outras áreas de conhecimento, barreiras disciplinares, conflitos teóricos entre pesquisadores e entre teorias, pouca visibilidade dos construtos ontológicos e epistemológicos, problemas de conceituação e de terminologia no campo do design, teorização tendo por base exclusivamente a atividade prática, falhas nos fundamentos epistemológicos e muitos outros problemas têm contribuído para retardar a construção de uma teoria do Design que dê conta da especificidade da disciplina. Segundo o autor, para o desenvolvimento da teoria do design,

[...] é necessário o desenvolvimento de linguagens que promovam a comunicação entre especialistas na produção de conhecimento e destes com os que se dedicam à aplicação dos conhecimentos na

práxis, ou seja, uma interação entre os que 'sabem' e os que 'fazem' (BOMFIM, 1994, p. 21).

Bomfim conclui que, precisamente pelas características interdisciplinares da teoria do design, seria preciso explorar a interação entre os saberes, de modo que a atividade compartilhada se desse a partir da disciplina do design. Nesse aspecto, para existência de uma teoria do design mais consistente é necessário que os interessados na atividade sigam uma via de interação entre teoria e prática, no intuito de transformar ideias em ações.

Para Rita Couto (2008), após todos esses anos, pode-se considerar que o esforço de Bomfim continua como o marco no cenário nacional, mas não só. Sua proposta permanece coadunada com as reflexões que ocorrem no contexto internacional. Em análises mais recentes a respeito das reflexões de Bomfim (1994), e sua sintonia no plano internacional, a autora conclui que a ênfase continua sendo trabalhar no desenvolvimento de uma teoria do design que possua estatuto próprio diante dos outros saberes, apesar do conhecido desafio que a formulação de uma teoria baseada em atividades práticas e multifacetadas oferece. No entanto, de acordo com essa abordagem, muitas questões ainda não foram respondidas e continuaríamos a enfrentar os obstáculos na adoção de outros saberes para a resolução de problemas específicos do design.

4.2.1 Sobre a Interdisciplinaridade do Design e Antropologia

Para esta pesquisa, também pareceu-nos fundamental articular o design a outra área de conhecimento, nesse caso tratou-se de um diálogo com a antropologia. Segundo o levantamento que foi realizado para o presente estudo, no qual investigava-se a interseção entre as duas disciplinas, design e antropologia, para o estudo dos artefatos de uso pessoal, foi possível observar uma tendência de aplicação dos estudos socioculturais nos trabalhos produzidos no campo do design. Esta convergência está presente, sobretudo, nos trabalhos produzidos nos Estados Unidos, onde há uma consolidação do campo da antropologia aplicada. Ao contrário da realidade brasileira, no qual a antropologia é fundamentalmente acadêmica, não possuindo, portanto, uma produção nos moldes do que é discutido nos *journals*, nos quais os estudos abordam as questões de aplicação da antropologia em outras disciplinas, no intuito de dirimir as lacunas e estreitar os aspectos complementares

da área. A questão das diferentes abordagens entre as disciplinas foi especialmente tratada em dois artigos, no de Christina Wasson (2000) e Rob J. F. M. van Veggel (2005), ambos com formação em antropologia e atuação profissional em escritórios de design. A reflexão proposta por Christina Wasson enfoca, justamente, esse aspecto da antropologia pouco explorado no nosso país, a antropologia aplicada. No artigo, publicado pela *Society for Applied Anthropology*, em 2000, a autora, professora associada de antropologia da *University of North Texas*, chamou atenção para a impressionante popularização dos métodos da antropologia no campo do design industrial. Aqui a autora mostra como a etnografia passou a ser adotada pelas firmas de design, sendo um dos objetivos a demonstração da antropologia aplicada como uma nova tendência. A autora afirma que entre os pares, a produção do campo do design é avaliada de acordo com a combinação entre aspectos estéticos, funcionais e facilidade no uso. Assim, para o sucesso de um projeto, é necessário que ele seja de fácil adoção pelos consumidores. A autora supõe que o emprego da antropologia sirva para adequar o uso do produto a um determinado modelo de comportamento do usuário, ou para sinalizar para um novo uso, de uma forma clara e convincente. Após a adoção da área da psicologia e marketing, a antropologia se revelou como uma nova dimensão do usuário, pois a investigação busca abordar não apenas o que os sujeitos dizem que fazem, mas o que eles efetivamente fazem.

Wasson (2000) ressalta que, embora a aproximação do design com a antropologia seja recente, o inverso, ou seja, o interesse dos antropólogos pelas questões relacionadas ao campo do design é mais antigo. Quando a autora faz alusão aos estudos antropológicos do design, a referência tem um sentido mais abrangente. Ela refere-se, por exemplo, aos estudos sobre consumo; nesse sentido, os estudos remontariam à produção de Marcel Mauss, cuja primeira publicação foi em 1925. Registra que partir da década de 80, houve um renovado interesse pelo tema do consumo; muito embora, os antropólogos não estivessem integrados à comunidade do design; a aproximação ocorreu em torno do eixo da produção e consumo. Ainda neste período, mesmo antes de ligação mais estreita com a antropologia, vários designers já assinalavam a importância de situar os produtos no contexto sociocultural. Ou seja, aqui podemos observar uma convergência das áreas de interesses, tanto por parte dos designers como dos antropólogos.

O trabalho do professor de antropologia da Universidade de Chicago, de van Veggel (2005), apresenta sua experiência como antropólogo em atuação no campo do design. Neste artigo, publicado pelo Massachusetts Institute of Technology – MIT, a ênfase recai nas diferenças de entendimentos que o método etnográfico possui, consoante às disciplinas, aspecto também abordado por Wasson (2000), para quem a interdisciplinaridade é identificada como uma experiência na quais ambos os campos saem beneficiados, pois a contribuição advém do aprendizado através das diferenças entre os procedimentos das suas respectivas práticas.

Na perspectiva da antropologia, a utilização da etnografia ocorre em uma dimensão mais ampla. Inicialmente a disciplina buscou no método um meio para evidenciar características que fossem fundamentalmente humano, em contraponto às diversidades culturais presentes nas mais variadas organizações sociais. De acordo com van Veggel (2005), a descrição do método da etnografia teria uma forma mais abrangente de conhecer o comportamento humano.

The ethnographer participates as closely as possible in the lives of the people he studies. And while participating, he observes these people, what they do, and what they use for doing what they do. But in a wider sense, the ethnographer asks for explanations, not through the more conventional interviews, but through conversations that are, for these people, as natural as possible. Thus, the ethnographer integrates what they do and use with what they think. Every point of contact that an ethnographer has with the subjects of his study can result in data, which he later integrates into one holistic understanding (VEGGEL, 2005, p. 5)⁹⁶.

Para o autor, a etnografia contribui para o processo de design ao revelar os modelos ou estruturas associadas aos comportamentos e sentidos/significados que estão “por baixo da superfície das práticas observáveis” (VEGGEL, 2005, p.13). Assim, os antropólogos podem mergulhar mais profundo, no nível da "gramática" do comportamento e atitudes dos usuários e, dessa forma, podem facilitar uma adequada ou "tradução" do comportamento e atitudes em produtos mais coadunados com os interesses dos usuários. Para van Veggel, “theory isn’t

⁹⁶ O etnógrafo participa, o mais perto possível na vida das pessoas que ele estuda. E durante a sua participação, ele observa essas pessoas, o que fazem e o que eles usam para fazer o que eles fazem. Mas em um sentido mais amplo, o etnógrafo pede explicações, não através das entrevistas mais convencionais, mas por meio de conversas que sejam, para estas pessoas, o mais natural possível. Assim, o etnógrafo integra o que eles fazem e usam com o que eles pensam. Cada ponto de contato que um etnógrafo tem com os sujeitos do seu estudo pode resultar em dados, os quais mais tarde ele integrará em uma compreensão holística.

necessarily something grand, but just a conceptual skeleton underpinning one's thoughts"⁹⁷ (VEGGEL, 2005, p.15).

Outro aspecto identificado, desta feita, nas pesquisas realizadas a partir do campo do design, são as que levantam as questões culturais dos artefatos, no caso específico, trata-se das questões culturais presente nos materiais, conforme se pode observar no trabalho de Tom Fisher (2004). Aqui chama-se atenção para a metodologia empregada pelo autor, a qual contou com entrevistas semiestruturadas com 21 consumidores britânicos, empregando técnica de resumos e exemplos de objetos; além do levantamento de dados realizado por e-mail com informantes da língua inglesa de todo mundo, condicionados a que tivessem interesse sexualmente fetichista em plásticos. A originalidade da pesquisa reside em investigar a percepção que um material pode possuir, através dos objetos sexuais, pois dessa, dessa forma, o autor pretendeu fugir das respostas mais automáticas, ou clichês, como poderiam ocorrer caso os informantes fossem inqueridos a expressar suas impressões do plástico nas flores, utensílios, vasos, ou outros objetos, os quais não apresentassem o mesmo nível de interação corporal que os objetos sexuais.

Portanto, o artigo de Tom Fisher (2004), versa sobre a relação entre consumidores e o mundo material, mais especificamente, sobre a percepção dos plásticos pelos consumidores. O autor defende que a percepção do material é física e afetiva. Neste contexto, é interessante observar que Fisher vai evidenciar um aspecto do objeto, o material, para analisar o comportamento do usuário. O autor nos relata que a percepção e atitudes dos consumidores em relação ao material já era foco de investigação comercial, mas só raramente estavam disponíveis para o domínio público. No seu trabalho, Fisher procura recriar o 'tom' dos trabalhos comerciais através de métodos que permitam acessar as atitudes dos consumidores.

Na conclusão do autor, a investigação demonstrou que os materiais são em si mesmos, expressivos para a aceitação dos objetos pelos consumidores e, ao mesmo tempo, podem gerar sentimentos fortes. As ideias que os consumidores relacionam aos plásticos determinam suas atitudes em relação aos objetos plásticos. Fisher cita os aspectos culturais entre os fatores responsáveis pelas atitudes dos

⁹⁷ Teoria não é necessariamente algo grandioso, mas apenas um esqueleto conceitual subjacente aos pensamentos de um grupo. (Tradução nossa)

consumidores diante dos objetos, assim como pelas propriedades objetivas da matéria. Assim, em contato com o plástico, os consumidores associam tanto a aspectos culturais, os quais se referem a três grupos de ideias: relativo à modernidade, quando associado aos bens tecnológicos; em termos de imitação, em bens que copiam flores, utensílio de vidros ou revestimentos de madeira, por exemplo; e com a higiene, como no teclado de computador, exemplo fornecido pelo autor, o qual, com o uso, deixam visíveis as marcas de sujeira presentes na superfície das teclas; quanto aos aspectos sensoriais e físicos o material faz referência, como: à textura, flexibilidade, ou superfície.

Na abordagem de Fisher, a intenção é compreender as características culturais e objetivas da relação que se opera entre sujeito e objeto. A criatividade desse estudo deve-se, sobretudo, na busca por compreender as atitudes relacionadas ao consumo a partir da matéria-prima dos objetos. Neste caso, a atitude que os consumidores possuem em relação aos plásticos, oscila entre o simbólico e o físico.

Para fazer uma ponte com a reflexão que considera a maneira que os atributos materiais se articulam com os sujeitos, tem-se a argumentação de Gell (1998), para quem os objetos de arte podem agir e afetar o público da mesma forma que os objetos do cotidiano podem afetar seus usuários no dia a dia. Em sua teoria, Gell pensa a arte como um acontecimento que se opera no interior de umnexo de agência. Nesse sentido, a arte pode ser agente ou paciente, termos que podem significar pessoas, coisas ou animais, os quais possuem efeitos distintos uns sobre os outros. Como se trata de uma teoria do efeito relacional, um agente requer um paciente, a fim de mostrar os efeitos da agência do outro.

Assim, através do mapeamento dos estudos que reúnem os saberes da antropologia e do design, pode-se confirmar a tendência na constituição de uma área de interseção entre ambas. Ao mesmo tempo, percebeu-se que já há uma comunidade no Brasil ocupada com a colaboração entre as disciplinas. Em suma, sabe-se que designers e antropólogos possuem pontos de vistas distintos sobre o universo que envolve as disciplinas. Na medida em que os profissionais trocam e experimentam as metodologias uns dos outros, metodologia de projeto ou as da pesquisa de campo se dão conta que essas práticas enriquecem suas áreas de

conhecimento, sobretudo, quando se deixam afetar, da mesma forma que, na etnografia, a imersão remete a deixar-se afetar pelo outro.

Por fim, é possível observar que o termo *design anthropology* vem se consolidando e, atualmente, essa área de interseção encontra-se mais fortalecida, visto que, paulatinamente, passou a despertar o interesse de mais pesquisadores, gerando mais debates nos fóruns acadêmicos. Ao mesmo tempo, ao se pensar separadamente, dois aspectos nos chamam atenção no que diz respeito às disciplinas: de um lado, vê-se a disseminação da palavra design surgir de forma categórica, a qual vai implicar em última instância, em pensar a própria conservação da vida (OOSTERLING, 2009; SLOTERDIJK, 2003; LATOUR, 2009). Por outro lado, a antropologia, para Latour (2012), foi mais bem sucedida que a sociologia, “na tentativa de dar espaço aos membros de uma sociedade [...] para definirem a si próprios”, ou seja, a antropologia mostrou que os próprios atores se encarregam de redefinir e dar sentido a todos os elementos do mundo, ao se envolverem “nas construções metafísicas mais abstrusas” (LATOUR, 2012, p. 68 – 82). Sendo assim, o dialogo entre as duas áreas envolve pensar que estamos em um mundo meticulosamente criado para suprir as nossas fragilidades, associado a um corpo teórico que adota a imersão no campo de pesquisa, para, a partir das elaborações dos próprios atores, compreender esse estar no mundo. Portanto, não deixa de ser surpreendente que o novo paradigma “revolucionário” da área das ciências sociais seja tomado a partir do conjunto de atitudes que, de acordo com Latour, são características do design, e que são difíceis de encontrar em movimentos revolucionários, tais como: modéstia, cuidados, precauções, habilidades, artesanato, significados, atenção aos detalhes, o cuidado de conservações, redesign, artificialidade, e modas sempre transitórias.

4.3 Seguindo o Design na Joalheria

Após essa breve reflexão sobre a trajetória do design, em que destacou-se o contexto de origem da atividade, passando por abordagens que tratam de compreender o termo design na atualidade; doravante essa pesquisa examinará as condições em que foi introduzida a disciplina no segmento da joalheria. Historicamente, a joalheria é uma das práticas profissionais mais antigas; assim, se pensarmos de uma forma mais abrangente, ou seja, não apenas em termos da

joalheria que é feita na sociedade moderna, mas como adorno corporal, observa-se que a tarefa de adornar e transformar os aspectos corporais através da incorporação de objetos esteve presente em todas as formas de organização social. As diferenças encontram-se na forma de conceber e no sentido atribuído ao seu uso. Observando a riqueza do seu uso para construção dos corpos e sua interação na organização social, recorreremos ao exemplo dos ameríndios estudados pela antropóloga Els Lagrou (2012), para quem a relação entre corpo e objeto possui a potência de fabricar corpos com capacidade agentiva. Lagrou observa que, para a maioria das sociedades ameríndias, o exterior é fonte de inspiração artística e cultural. “[...] as forças do inimigo são controladas e introduzidas através de uma incorporação que os redefine, transforma, para que possam ser postos a serviço da sociedade” (LAGROU, 2012, p. 2). Assim, ao incorporar na pintura corporal ou nas peças de ornamentação corporal, padrões de animais ou mesmo dentes e sementes, os ameríndios se associam a esses objetos com o intuito de criarem um novo corpo e, dessa forma, afetar e ser afetado pela “rede de intencionalidades” que emerge desses coletivos formados pelos sujeitos e seus objetos (LAGROU, 2007, 2009, 2012; GELL, 1998).

A estética é, neste caso, o operador relacional central que garante a eficácia ritual que consiste na transformação de inimigos em aliados, permitindo a produção de pessoas a partir de pedaços de artefatos ‘vivos’ que carregam agência de outros seres na sua própria constituição. Porque artefatos são produzidos para agirem dentro da rede de intencionalidades humanas na qual surgiram, constituem o índice desta rede de relações, o nó, a cristalização de um campo de forças relacionais que pode ser explorado através da análise detalhada de sua materialização (LAGROU, 2012, p. 3).

Portanto, a joalheria pensada de forma ampliada, na acepção de adorno corporal, pode ter sentidos muito diversos e só o estudo dessa dimensão em conjunto com outros aspectos da vida social dariam a extensão da construção de uma realidade (DOUGLAS, 1998). No entanto, o foco de interesse deste capítulo reside em compreender como a influência do design na joalheria foi sendo enredado no que é produzido na atualidade.

Conforme já mencionado, essa pesquisa adota o método da Teoria do Ator Rede - TAR, cuja característica é reconceitualizar as práticas de pesquisa, as quais consistem em “seguir as coisas através das redes em que elas se transportam, descreve-las em seus *enredos*” (LATOUR, 2004, p. 397). Nesse contexto, Latour

defende que os atores devem ter espaço para eles próprios se expressarem. Em função disso, o pesquisador deve privilegiar a descrição em detrimento de uma interpretação sobre o seu objeto de estudo. À luz da perspectiva da TAR, a proposta deste estudo não é a de avaliar a incorporação do design na prática joalheira. O papel do analista diria respeito a um objetivo mais simples, porém não menos importante, que é descrever as redes que foram e prosseguem sendo tecidas no processo de inclusão do design na joalheria.

Para pensar o design na joalheria, de início destaca-se o trabalho realizado na joalheria industrial, visto que o design foi introduzido por essa categoria. Ao se mencionar a joalheria industrial, ressalta-se a escala alcançada na produção, na qual atinge proporções bem superiores⁹⁸ ao que é praticado pela alta joalheria, ou qualquer outra categoria da joalheria. Assim, a depender do nicho que a empresa escolhe trabalhar, é possível agilizar e otimizar boa parte da produção, no sentido de eliminar ao máximo as etapas artesanais de montagem das peças e os processos de acabamentos manuais, os quais passam da bancada do ourives para procedimentos automatizados da produção. A fabricação continua a ter uma predominância de materiais nobres, mas a joalheria industrial flexibiliza a adoção de outros materiais combinados aos metais nobres e pedras preciosas, tais como; madeira, couro, esmaltes, aço e titânio, etc. Para essa categoria de joalheria, o design, como processo produtivo visa agilizar o aumento da produção e, por conseguinte, o lucro. Nesse sentido, é importante destacar que ao se pensar em design e processo produtivo, está-se incluindo etapas de um processo maior. Segundo a pesquisa realizada por Walsh (1996), as empresas adotam uma grande variedade de significados para design. Entretanto, para uma visão mais ampliada da atividade de design, mais relacionada à gestão da atividade, o sentido é o de construir vínculos entre as várias funções da empresa e seus ambientes; daí não fazer sentido separar a área de configuração ou projeto, do processo produtivo, quando o objetivo da empresa é um só: atingir os melhores resultados nos negócios.

⁹⁸VER: <<http://www.colenindustrial.com.br/website/?menu=Not%EDcias&titulo=VicenzaOro%202012%20-%20Olhares%20sobre%20o%20futuro%20inevit%E1vel&id=6>>

Os equipamentos utilizados na indústria joalheira têm por objetivo maximizar a produção. Um exemplo são as pré-cravações nos modelos em ceras, os quais são preparados para serem fundidos em altas temperaturas. Essa técnica acelera o processo de cravação, pois as peças já saem da fundição com as gemas, o cravador apenas dá os arremates finais.

Contudo, a passagem de uma produção mais intuitiva, cuja intenção era destacar a beleza das pedras coloridas e, dessa forma, comercializar um produto com maior valor agregado para uma produção orientada pelo design, na qual várias questões são contempladas no seu processo, tais como: se adequar a produção às questões tecnológicas, desenvolver um produto direcionado ao nicho de mercado da empresa, ou ajustar a comunicação com seu público, por exemplo, foi um processo longo. E passa ainda pelo processo de consolidação. Pode-se ilustrar esse processo com os primeiros anos de atuação da H.Stern, onde a visão do empresário guiava a condução dos negócios.

[...] Hans estava mergulhado em pesquisas para montar a joalheria. Passava a maior parte do tempo na Europa e Estados Unidos avaliando como operavam as grandes joalherias de luxo. Seu objetivo era criar uma empresa de alto padrão no Brasil, cujo mercado ele considerava muito amador (DIEGUEZ, 2015, p.117).

Hans Stern tinha 16 anos quando chegou com a família ao Brasil, em 1939. Fugiam dos horrores do nazismo na Alemanha. Seu primeiro contato com o segmento de joias foi como comerciante de pedras brasileiras, conhecidas também como gemas coradas. Trabalhou em uma “empresa de exportação de cristais de rocha e de pedras de cor”; lá aprendeu muito sobre a tramitação das exportações, mas foi, sobretudo, no trabalho de compra de pedras que conheceu e se encantou pela variedade das gemas coradas. “Hans passou a selecionar, analisar e comparar as pedras, aprendendo a distinguir as mais bonitas, as mais perfeitas, as mais valiosas, [...] e isso o entusiasmou bastante” (DIEGUEZ, 2015, p. 91). Aos 22 anos, depois de adquirir experiência pelas várias empresas pelas quais passou, abriu o seu próprio negócio.

Com o dinheiro da venda do instrumento (seu velho acordeão) e mais um pequeno empréstimo bancário, Hans conseguiu os recursos de que precisava para criar sua firma. Em setembro de 1945, abriu um escritório de comercialização de pedras em uma minúscula sala, na Rua Gonçalves Dias, no Centro da cidade [...]. A Gonçalves Dias era um local estratégico no Centro. Pelas calçadas estreitas, circulavam homens e mulheres elegantes que tomavam chá na Confeitaria Colombo, perto de seu escritório. A Colombo era um excelente local para Hans travar relações com empresários de todo o Brasil que afluíam à capital federal. A rua também ficava próxima à larga Avenida Rio Branco, principal artéria comercial da cidade, onde estavam instaladas várias joalherias (DIEGUEZ, 2015, p. 111).

Conforme podemos notar por essa brevíssima trajetória profissional, Hans foi um destacado empreendedor; desde o início, ao se encantar pela beleza das pedras coloridas, buscou conhecer o universo dos negócios que envolvia a joalheria; assim, quando iniciou a fabricação de joias, ao invés de comercializar apenas as pedras, apostou que “uma joia com bom acabamento, aumentaria o valor do seu produto” (DIEGUEZ, 2015, p. 115) e poderia competir com os joalheiros, para quem fornecia pedras. Portanto, sua intenção era colocar no mercado um produto cujo destaque fosse as gemas coradas.

Em sua avaliação, o desenho não poderia, de forma alguma, se sobrepor à beleza da pedra. O metal à sua volta – fosse ouro amarelo ou branco – seria apenas uma moldura. Para isso, o processo de criação partiria sempre da gema. A pedra é que daria a direção da forma que a joia teria (DIEGUEZ, 2015, p. 117).

Nesse ponto, é importante salientar que o campo da joalheria não era um segmento vocacionado ao design, pois apesar do uso de algumas técnicas que permitiam a obtenção de escala, a produção ainda era muito artesanal; ou seja, grande parte da produção era executada na bancada do ourives. Mas não foi só a forte presença da artesanaria que distanciou a introdução do design. A joalheria entendida como a produção de objetos de luxo, estava distante de se enquadrar nas definições mais clássicas dos manuais de design, a saber; “design é um processo de resolução de problemas atendendo às relações do homem com seu ambiente técnico” ou “design é o processo de adaptação do ambiente ‘artificial’ às necessidades físicas e psíquicas dos homens na sociedade” (LOBACH, 2001, p. 14), em que o sentido de solucionar problemas para as configurações de ambientes artificiais era um aspecto predominante na disciplina. A percepção que os membros do campo do design têm em relação à joalheria foi alvo do comentário de um dos informantes da pesquisa. O joalheiro contemporâneo mexicano, Alberto D’Avila, designer de formação, nos relata: “Si, porque además en diseño, la joyería es como, ah, ¿joyería es donde diseño⁹⁹?”.

A fim de compreender como se deu a aproximação entre o design e joalheria, e identificar a maneira como ocorreu à introdução da prática projetual no campo da joalheria, a proposta foi relatar dois acontecimentos importantes de um período recente, por ocasião da instauração de um Fórum de joias e da publicação de um

⁹⁹ Sim, porque também no design, a joalheria é como, ah, onde que joalheria é design? (Tradução nossa)

documento norteador das políticas e ações para o setor joalheiro, cujo intuito era consolidar um conjunto de ideias defendidas como decisivas para alçar a joalheria para outro patamar. Para isso, desde o início dos anos 2000, pôs-se em prática o princípio de uma luta política, a qual envolveu vários representantes do setor joalheiro; entre eles, sindicatos e órgãos públicos, a fim de estabelecer mais espaço para o campo da Joalheria. Esse processo culminou na realização do “Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva de Gemas e Joias e Afins”¹⁰⁰ e o lançamento do documento “Políticas e ações para a cadeia produtiva de gemas e joias” elaborada pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC – e o Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos – IBGM. Em outros termos, o design na joalheria foi sendo enredado a partir da ação dos membros da joalheria comercial, a saber: representantes de classe, empresários, membros das instituições de educação, representantes dos governos (MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior). O pleito desse grupo tinha por alvo defender uma pauta que viabilizasse a ampliação de outros mercados para o setor da joalheria. Assim, a demanda desses atores desenvolveu-se no sentido de obter apoio dos órgãos de regulação, incentivos fiscais e promoção dos produtos por eles desenvolvidos. Assim, a proposta era unificar uma pauta para a joalheria, que atendesse aos interesses desse grupo. Em termos bourdieusianos, a proposta era a de unificar uma *doxa* que atendesse aos interesses desse grupo. A ação foi orquestrada visando uma mudança na performance da produção. Daí o interesse em incorporar o design, pois além de otimizar a produção, permitiria adequar os meios de produção em consonância com os interesses do consumidor. Por conseguinte, a questão que aqui se coloca seria discutir até que ponto ocorreu à violência em torno da unificação de um “arbitrário cultural” legítimo no campo da joalheria ou, a partir de que momento ele passa por uma decadência e, a partir de que momento outro “arbitrário cultural” passa a se consolidar, por exemplo. É possível se pensar em um arbitrário hegemônico na joalheria? Como ele se constitui? Se essa hegemonia é construída, como se construiu um arbitrário hegemônico em torno da joia?

Como na Joalheria há uma grande diversidade de categorias, algumas muito destoantes entre si, tais como; joalheria experimental, joalheria de estúdio, joalheria

¹⁰⁰ VER: <http://www.ibgm.com.br/>

industrial, entre outras; as quais são pautadas por práticas que vão das mais artesanais às mais industriais, interessa-nos conhecer qual seria o pretexto da luta no campo da joalheria. Dito isto, vale ressaltar as implicações pelas quais a categoria da joalheria industrial passou, por ocasião da instauração dos acontecimentos acima relatados.

Esses dois eventos tiveram por objetivo criar uma agenda para auxiliar as empresas a aumentarem suas exportações. Portanto, na primeira década dos anos 2000, foi instalado um Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva de Gemas, Joias e Afins para fazer frente aos obstáculos que os empresários enfrentavam, com o objetivo de aumentar suas participações no mercado internacional. O pleito do Fórum era também no sentido de aumentar a escala de produção; incentivar e alinhar as pesquisas realizadas por instituições de ensino e pesquisa, com as ações das empresas; direcionar iniciativas governamentais de fomento às realidades do setor produtivo; fortalecer a imagem da joia brasileira no mercado externo; reavaliar as questões tributárias; intensificar o combate à informalidade; e estimular o emprego do design nas práticas do setor joalheiro.

Vale notar que o movimento contou com as instituições governamentais por identificarem o potencial de expansão do setor de joias, pois apesar do Brasil dispor de reservas minerais e ser um importante produtor de ouro, deixávamos de gerar riqueza e divisas para o país, ao exportarmos mais matéria-prima, em forma de commodities, que produtos beneficiados. A fim de elucidar a questão, temos os dados da tabela abaixo, (Tabela 1), que mostra a desproporção entre o que o país exporta de matéria-prima e em forma de joalheria ou produto manufaturado. Para alterar esse quadro, instituições como MDIC e IBGM se juntaram para incentivar as iniciativas que visassem à expansão das participações de empresas brasileiras no mercado internacional. Várias ações foram implementadas com o intuito de dirimir os obstáculos e, dessa forma, estimular as exportações do setor produtivo. Nesse contexto, vemos o Estado empenhado em transformar as fragilidades do campo, no intuito de otimizar o seu potencial.

Tabela 1- Exportação Brasileiras do Setor de Gemas e Metais Preciosos.

EXPORTAÇÃO BRASILEIRA DO CAPÍTULO 71 DA NCM * (em US\$ mil) JANEIRO - NOVEMBRO		
Itens	2014	2015
Ouro em Barras, Fios e Chapas	1.376.327	1.434.977
Joalheria / Ourivesaria Metais Preciosos	25.863	22.940

Fonte: MDIC/SECEX/DECEX. Elaboração: IBGM¹⁰¹

Passados 15 anos dessa mobilização, se revelaria útil uma análise dos dados fornecidos pelo IBGM sobre a exportação brasileira, pois nos informaria sobre os resultados das ações implementadas. Dado que o quadro comparativo entre os valores exportados dos dois itens, matéria-prima e produtos de joalheria continuam fortemente desequilibrados. Contudo, fugiríamos do foco de interesse da presente investigação, que é pensar a integração do design na joalheria produzida no nosso país. De novo, pôde-se observar que o fato do Brasil contar com uma situação privilegiada em termos de riqueza mineral, chegou a ser alvo de atenção de políticas públicas, cuja intenção era melhorar o aproveitamento das riquezas naturais em produtos beneficiados.

De acordo com dados do IBGM, o Brasil é o 11º país consumidor de joias de ouro, que compreende o uso de 27 toneladas de ouro; ou seja, bem a frente da 19ª posição como fabricante de joias com a utilização de 23 toneladas de ouro. Assim, os brasileiros consomem cerca de 4 toneladas de joias/ano importadas e, em termos produtivos, ficamos aquém da capacidade do mercado consumidor. Infere-se desse raciocínio que o país não aproveita a situação privilegiada que dispõe e, diante deste contexto, a intenção dos representantes do setor joalheiro, no início dos anos 2000, era colocar aos poucos o Brasil entre os principais fabricantes de joias do mundo.

Não obstante a grande promoção por parte dos representantes da joalheria industrial em estimular e organizar grupos de empresas, a fim de viabilizar a participação dos empresários em feiras internacionais e incentivar a participação dos designers em concursos no exterior, paulatinamente, o design foi sendo adotado

¹⁰¹ VER: http://www.ibgm.com.br/wp-content/uploads/podio_attach/357195004/198036993.pdf

pelas empresas, sobretudo, através da incorporação de designers em seus departamentos de criação. Ou seja, a adoção do design, mesmo circunscrito à área de configuração, passou a fazer parte da atividade joalheira. Desse modo, o contexto no qual o design se apresenta na joalheria, fez parte da estratégia traçada pelo Fórum, qual seja no início do século XXI tinha em conta promover a joia brasileira no mercado internacional. Com isso, o Brasil alcançaria mais expressão na exportação de joias, deixando de ser, predominantemente, exportador de commodities.

Através das ações do IBGM (Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos), pode-se afirmar que nos últimos quinze anos o design passou, lentamente, a contribuir para melhorar a performance de empresas no Brasil. Mas para que esses resultados pudessem ser consolidados, foi necessário associa-lo a uma série de ações, cujo intuito era fazer com que os empresários joalheiros passassem a reconhecer o mérito da incorporação do design nas suas práticas. Pois, fora identificado, em levantamento realizado para a elaboração do documento supracitado, entre outras coisas, a quase inexistência do reconhecimento da necessidade de incorporação do design para o setor de joias. Como a grande maioria das empresas joalherias¹⁰², 96%, são formadas por micro e pequenas empresas, os empresários desse segmento tem que atuar um pouco em todas as frentes e, nesse contexto, muitas vezes era mais valorizado a contratação de um modelista¹⁰³, do que um designer.

¹⁰²VER: http://www.ibgm.com.br/admin/_upload/estatistica/arquivo/671

¹⁰³ O modelista é o profissional que prepara o modelo e encontra as soluções técnicas que serão adotadas na produção da joia.

Gráfico 2- Diagnóstico do setor produtivo de joias.

Fonte: IBGM, MDIC (2005¹⁰⁴).

O diagnóstico do setor produtivo de joias foi resumido no Gráfico 2. No estudo apresentado no documento “Políticas e ações para a cadeia produtiva de gemas e joias”, é revelado um quadro que apresenta a precariedade de aspectos que vão da falta de formação da mão-de-obra do setor, passando pela comprometida reputação do produto, que por sua vez é gerada pela baixa qualidade do produto, reflexo do uso incorreto de técnicas e materiais, além do baixo investimento em produtos diferenciados e em novas tecnologias.

Diante desse contexto, o trabalho desenvolvido pelas associações de classe foi no sentido de convencer os empresários da indústria joalheira da importância em investir em design, ao mesmo tempo em que desenvolveram ações de marketing a fim de valorizar o design brasileiro no exterior, para isso, um dos itens incentivados foram os concursos de design de joias. Enquanto isso a formação de mão-de-obra acabou por ser preterida. Infere-se que dois aspectos contribuíram para essa disposição. Em primeiro lugar, a formação de ourives foi durante um longo período inexistente, pois não contávamos com o ensino formal de ourivesaria. Para ilustrar,

¹⁰⁴ VER: http://desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1196865342.pdf
Diagnóstico do setor produtivo de joias.

tem-se o caso do Estado do Rio de Janeiro, em que a primeira escola voltada para formação técnica foi criada em 1999 através de uma ação coordenada entre associações de classe, AJORIO, SEBRAE e SENAI.

Apesar da escola de ourivesaria funcionar no Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial, não era utilizada pela indústria, pois a prática corrente era formar o ourives na própria empresa ou oficina. Ou seja, o empregado iniciava como ajudante e aos poucos passava a executar tarefas simples na produção, até experimentar e treinar técnicas mais complexas. Portanto, se por um lado, não havia tradição de escolas para o ensino da prática da joalheria, por outro, no ambiente laboral a formação estruturada em ourivesaria não era estimulada, por não ser considerada importante. Como a educação em um conjunto de conhecimentos específicos é uma ação que depende também do comprometimento das empresas para viabilizar a qualificação dos seus funcionários, essa formação não foi alvo de investimento. A ênfase dos empresários voltou-se para os outros aspectos presente na pauta das demandas do documento elaborado pelo Fórum, a saber: a aquisição de equipamentos e a incorporação de novas tecnologias. No entanto, segundo a imprensa especializada, essas ações deram resultados, sobretudo, na crescente valorização do design de joias brasileiro, apontado como a mudança mais significativa, como sugerida nos comentários que seguem.

[...] O que faz uma pessoa optar por trocar de celular, em vez de comprar uma joia nova? O novo design e o consumismo, pois a joia, para muitos, deixou de representar o glamour de outrora. Acostumados antigamente com a compra de joias italianas sucateadas naquele país e trazidas como novo design por muitas indústrias nacionais, o brasileiro hoje já tem a opção de adquirir joias com design vanguardista, criadas por nós mesmos e cobiçadas por estrangeiros. Temos, então, a faca e o queijo na mão, só temos que reaprender a cortá-los¹⁰⁵. (Como vender..., 2004).

Ou

Neste contexto em que tanto o glamour como a sustentabilidade está em alta, o Brasil se destaca pela criatividade e qualidade de design. O mercado internacional se rende aos encantos da joalheria e da criatividade brasileira, e o mercado interno lentamente passa a valorizar a importância do design. (O DESIGN... 2009)¹⁰⁶

Nesse contexto, uma das ações com bastante visibilidade foi a proposição de concursos de design de joias, que o IBGM passou a lançar a partir de 1995. Durante

¹⁰⁵ VER: <http://www.joiabr.com.br/comex/agos04.html>

¹⁰⁶ VER: <http://www.abcdesign.com.br/o-design-que-e-uma-joia-e-a-joia-que-e-puro-design/>

um longo período a opção dos empresários era contratar artistas ou autodidatas para a criação de joias, uma ação, muitas vezes, combinada com a cópia de peças de revistas estrangeiras, pois eles não consideravam que a joia resultasse de um projeto de design.

Portanto, verifica-se que a inserção do design foi uma ação política, promovida, sobretudo, pelas associações de classe. Assim, nesse período, vemos as regras do jogo sofrerem uma clara mudança, uma vez que, paulatinamente, os empresários passaram a exigir uma formação específica em design para o profissional ingressante na área de configuração de joias. Ou seja, a partir da luta para modificar a performance da produção do segmento da joalheria industrial, estabeleceu-se uma pauta a ser seguida por seus membros. Nesse momento, o campo da joalheria passou à incorporação as práticas do campo do design. O design, enquanto fonte da racionalização da atividade típica de todo campo, passou a ser incorporado ao domínio técnico da joalheria. Embora as regras de autonormatização estejam em curso, às mudanças vem aos poucos se consolidando, primeiro porque conta com todo o repertório da linguagem da joalheria, a qual faz uma tradução e adaptação do design para suas práticas e, por outro lado, devido à resistência que uma transformação opera na ‘cultura da empresa’, requerendo tempo para a introjeção das novas práticas.

Nessa perspectiva, várias outras ações foram traçadas a fim de fazer com que as empresas brasileiras atingissem os padrões internacionais, as quais viabilizariam a ampliação do mercado de joias. Isto é, o incentivo para a adoção do design pelos empresários joalheiros foi apenas um aspecto que foi trabalhado, para incrementar o desempenho e promover a inserção das joias brasileiras no mercado internacional. Outras características da cadeia produtiva também foram apontadas no documento, “Políticas e ações para a cadeia produtiva de gemas e joias”, quando aborda as dificuldades para a exportação das joias. No intuito de contribuir para chamada modernização empresarial, os representantes do campo atuaram junto às entidades de classe no pleito para reduzir as taxas tributárias, tanto nas esferas federais, quanto estaduais, uma vez que a informalidade é muito elevada e os membros do setor responsabilizam a alta taxa tributária pela alta sonegação. De acordo com os dados do IBGM¹⁰⁷, as políticas fiscais implementadas ao longo do

¹⁰⁷ VER: http://www.ibgm.com.br/site/info_legislacao.php

tempo dificultaram o desenvolvimento e exportação de itens de joalheria. Enquanto a carga tributária que incide nas joias brasileiras é da ordem de 53%¹⁰⁸, países asiáticos e europeus pagam bem menos, a Índia paga 4% de imposto, a China 5%, a Tailândia 10%, Itália 20% e os EUA e Canadá 7%.

O incentivo dos órgãos governamentais não pode deixar de ser mencionado, principalmente através do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC. Possivelmente, essa situação se deva à identificação do potencial promissor que o campo joalheiro tem para se desenvolver, sobretudo, por contar com uma situação privilegiada em termos de matéria-prima. Com isso, pode-se sugerir que a consolidação do campo da joalheria, para os representantes da categoria da joalheria industrial, passou a incorporar o design. Ou seja, todo o esforço do campo joalheiro foi no sentido de se aproximar do design, para com isso; modernizar as empresas torná-las mais competitivas em termos de tecnologia para gerar inovação, aumentar a qualidade dos produtos e reduzir custos, a fim de alavancar as exportações.

4.4 A Trajetória dos Produtores

Conforme já dito, a joalheria industrial se diferencia das outras categorias que compõem o universo da joalheria por adotar práticas que visam à obtenção de escala. Neste aspecto, a contribuição do design é no sentido de desenvolver projetos que permitam agilizar a produção. A presente reflexão a respeito da atuação dos profissionais que incorporam as práticas do design em suas atividades foi ancorada pelo material etnográfico realizado com joalheiros do Rio de Janeiro. Inicialmente, selecionou-se, a partir do reconhecimento dos seus pares, três representantes do design joalheria: Lívia Canuto, William Farias e Virgílio Bahde. Entretanto, após uma primeira sondagem, Virgílio se autodenominou artista joalheiro, sendo esse depoimento decisivo para reagrupá-lo entre os joalheiros contemporâneos, de forma que, para essa categoria o acompanhamento se concentrou nos dois primeiros informantes. Outra fonte incorporada na pesquisa foi uma biografia de Hans Stern fundador da joalheria H.Stern, na qual é apresentada a história do empreendedor e da empresa. Além de contar com depoimentos de outros

¹⁰⁸ Dados extraídos da minha dissertação de mestrado.

profissionais do setor e de sites especializados em design de joias, tais como: www.joiabr.com.br/index.html e < <http://novo.infojoia.com.br/>>.

Através do enfoque latouriano, no qual a sugestão é seguir e dar voz aos atores, adotou-se a descrição com o intuito de evidenciar os efeitos produzidos pelo vínculo criado entre o design e a joalheria. Dessa forma, observa-se uma maneira particular de fazer joalheria e reitera-se que a ênfase da perspectiva da TAR é descrever as redes que estavam sendo tecidas no processo de inserção do design na joalheria.

Dito isso, passamos a apresentar Livia Canuto. De acordo com o que foi mencionado no capítulo anterior, Livia fez duas formações, sendo a primeira incompleta em Escultura na Escola de Belas Artes - EBA da UFRJ, e a segunda em Desenho Industrial pela UniverCidade, também no Rio de Janeiro. Já a formação em joalheria foi iniciada no Ateliê Mourão e complementada na Escola de Joalheria Contacto Directo, em Portugal. A designer explica que quando optou por trocar de curso e passou a se dedicar ao design, foi com a intenção de encontrar uma saída profissional, pois identificava o mercado de trabalho mais restrito nas artes visuais, em referência às poucas opções laborais.

“Quando eu fui para o desenho industrial eu vi que poderia juntar todo o meu lado estético, toda preocupação que eu tenho com a forma, dentro do design e ter a questão do comércio, da sobrevivência, do dinheiro, entendeu? [...] Então eu fiquei muito feliz de ter encontrado um atelier de joias, onde eu pude trazer questões da escultura; ou seja, eu poderia fazer um ofício. Eu gostava de ser escultora, de modelar. Então, eu, na joalheria, parti primeiro para o curso de ourivesaria, [...], eu poderia praticar aquele ofício criando peças e eu poderia comercializar aquilo de uma maneira mais fácil. Então foi uma dedicação muito rápida, uma escolha muito cedo. Isso fez com que eu fosse fazendo minha trajetória.” (Entrevistada)¹⁰⁹.

Livia se encantava com joalheria de arte, como ela própria diz, “eu admirava esse tipo de trabalho; não admirava tanto os designers joalheiros, não admirava tanto a parte comercial. [...] mas com o tempo eu fui percebendo, isso não era eu. Que não adiantava querer ser uma coisa que não sou eu”. A partir dessas reflexões, Livia foi construindo seu caminho e, de alguma forma, supriu a admiração e interesse que sentia pela arte joalheria através das aulas que ministra na sua escola, onde funciona também seu ateliê.

¹⁰⁹ Entrevista com Livia Canuto concedida em 20 Maio 2014.

“Sempre quis dar aula, sempre quis ser professora. Até a vontade inicial de ser professora era para mostrar que existia outra coisa, além da joalheria que estava todo mundo acostumado a ver naquele momento. Eu comecei em 97, tinha muito pouco de design e nada de joalheria contemporânea. Eu comecei a ver que na Europa tinha, que aqui não existia, se existia alguém eu não sabia quem fazia isso. Eu queria ser professora para mostrar isso. Tipo, olha, a joalheria é muito mais do que um adorno, do que pedra, do que diamante. Só que o tempo....hoje eu tenho uma escola, continuo admirando toda essa vertente da joalheria, mas o meu foco não é esse. O meu foco é mais comercial, os meus alunos me procuram porque querem ganhar dinheiro, querem sobreviver daquilo. Eu acabo trazendo essa minha bagagem dessa trajetória que é isso aí. Design é comercio, então não é muito da área reflexiva da joalheria. Porque acho que a joalheria contemporânea, artística, é uma coisa mais de reflexão, questionamentos.” (Entrevistada).

Segundo seu depoimento, desde o início de sua atuação, a designer identificou que a produção de joalheria veiculada no mercado, era destituída de design; assim, como a experimentação presente na categoria da joalheria contemporânea era quase inexistente. Logo no princípio, a estratégia que Lívia traçou para sua carreira foi conciliar sua produção de joias com as aulas. Dessa forma, ela entendia que as duas atuações se apoiavam mutuamente; os alunos passavam a conhecer e consumir seus produtos e seus clientes poderiam se interessar em aprender as técnicas de ourivesaria, em alguns dos cursos de sua escola. Para se firmar na área de educação, a designer deu aula na Escola de Joalheria do SENAI-RJ e na PUC-Rio, até abrir sua própria escola, Figura 14, no Bairro do Leblon, Rio de Janeiro, mesmo local onde funcionava a sua produção e a comercialização das suas peças.

Figura 14- Escola Livia Canuto



Fonte: Canuto, Livia (2014).

Livia Canuto¹¹⁰ diferencia a joalheria de estúdio da joalheria industrial pela escala. Afortunadamente, essa pesquisa coincidiu com a mudança que a designer operou em sua trajetória profissional, de maneira que foi possível acompanhá-la ainda em sua produção no ateliê para, no momento seguinte, dar seus primeiros passos rumo à abertura do seu novo negócio, desta feita, nos moldes do padrão industrial, inaugurando sua primeira loja em um centro comercial, Shopping da Gávea, Rio de Janeiro, ano de 2014, Figura 15. Portanto, iniciamos os nossos encontros em seu ateliê, local onde funciona sua escola de joalheria¹¹¹ e a sua produção; cinco meses após esse início, antes mesmo do meu período de estágio doutoral no exterior, Livia inaugurou o seu primeiro ponto comercial. Assim, ao responder sobre o seu percurso até abrir a loja, responde que todas as conquistas foram fruto de muito trabalho.

“Ralando bastante....muitas coisas foram planejadas, outras foram acontecendo. O meu início foi por acaso, porque eu queria ser escultora, eu queria ser artista plástica, eu queria fazer a escola de belas artes. Quando eu decidi fazer a faculdade de belas artes eu

¹¹⁰ Entrevista concedida por Livia Canuto em 20 de Maio de 2014.

¹¹¹ A escola de joalheria da Livia Canuto possui seis bancas e funciona nos três turnos, manhã, tarde e noite. Ainda nesse momento, ela conciliava as aulas com sua produção e comercialização.

entrei em conflito, tipo, ah, você vai conseguir sobreviver de arte no país? E, por esse medo, eu fui procurar a faculdade de desenho industrial, que eu sabia que tinha um lado criativo e comercial também. Não conhecia muito, mas sabia que tinha esse caminho. Ao longo, fazendo as aulas dos dois cursos, eu percebi que a minha essência, a minha identidade, apesar d'eu fazer escultura desde os 11 anos, as minhas preocupações sempre foram mais com o lado comercial que com o artístico. Porque quando eu tinha 11 anos, 15 anos, fazendo escultura, eu queria vender a escultura. Então eu tinha preocupação de venda, eu não tinha tanta preocupação de trazer meu emocional, trazer os meus conflitos, extravasar numa catarse, não tinha isso. Poderia até funcionar, em muitos momentos, como uma catarse, uma coisa terapêutica, mas eu não tinha isso em mente". (Entrevistada)¹¹².

Um dos meus encontros com Livia, em 2014, foi atendendo ao convite para eu apresentar um aspecto da minha pesquisa para seus alunos. Tínhamos combinado que eu falaria sobre arte joalheria, dentro de um evento organizado por sua escola, chamado "Encontros". A sua intenção ao promover o evento, era apresentar outros enfoques da joalheria; de modo que, ao convidar outros profissionais da joalheria, proporcionaria aos alunos a chance de entrar em contato com diferentes abordagens da joalheria, as quais não eram contempladas pelo programa do seu curso. Dessa forma, Livia buscava despertar o interesse dos alunos por outros conhecimentos e outras formas de atuação relacionadas à atividade profissional.

FIGURA15- Interior e fachada da loja L\C



Fonte: Canuto, Livia (2014).

¹¹² Entrevista concedida por Livia Canuto em 20 Maio 2014.

Como a ênfase da formação da Escola Livia Canuto está mais atrelada ao conhecimento técnico da ourivesaria, os convidados do “Encontros” abordaram temas, como; a história da joalheria brasileira, empreendedorismo e prototipagem. No meu caso, fui convidada para falar sobre a categoria da arte joalheria, uma vez que era um dos objetos da minha investigação. O evento aconteceu uma vez por semana, do mês de Agosto de 2014. Na tarde que fui apresentar a arte joalheria, poucos alunos estavam presentes; apenas quatro. A demonstração do desinteresse por parte dos alunos deixou Livia incomodada, pois identificava um perfil imediatista nos estudantes. Conforme comentou, seu alunado demonstrava um interesse exclusivo nas aulas práticas, nas técnicas de confecção de joias. Nenhum outro assunto, mais reflexivo, que envolvesse a história da prática profissional, mobilizava seu público. Ela já tinha tentado introduzir assuntos teóricos no programa do curso, por isso, oferecia, em horário à parte, outros saberes correlatos, mas não teve êxito. Daí ter criado o evento que não acarretasse prejuízo no tempo das aulas práticas, ao mesmo tempo, sem que implicasse um custo extra. Todavia, para sua surpresa, nem mesmo assim houve qualquer alteração na audiência dos alunos.

Nas nossas conversas em agosto, ela estava extremamente assoberbada com o projeto de reforma da loja e vivendo sob grande pressão, visto que já tinha fechado o contrato de aluguel de um espaço no shopping da Gávea, zona sul do Rio de Janeiro, espaço com uma forte presença de joalherias. Tudo isso, conciliado às atribuições da escola e produção, agora tendo que pensar como equacionar a produção para um ponto comercial de maior fluxo de clientes, como esse shopping em particular. Desse modo, no notado período, dividia o seu tempo entre as obras da futura loja e o trabalho do Ateliê e da Escola, de novo, espaço que concentrava os cursos de ourivesaria, workshops e sua produção.

A loja L\C, Livia Canuto, abriu as portas no final de setembro e no dia 7 de Outubro de 2014, foi à vez da inauguração. Um dos canais pelos quais acompanhei o movimento da loja foi através das redes sociais – instagram e facebook, espaço que Livia utiliza para divulgar tanto os lançamentos de novas coleções, quanto *clipping*, coletânea de notas e matérias que saem na imprensa. No entanto, no início do mês de dezembro, mês que se supõe ser mais intensivo em vendas, vi que Livia lançou uma promoção: na compra de quatro peças, o cliente não pagava a peça com o preço menor. Diante desse contexto, intuí que as vendas do mês de

dezembro estavam aquém do esperado. Nesse mesmo período, conversamos sobre seus planos para novos projetos para a loja, em que suas preocupações visavam encontrar meios de movimentar as vendas.

Nesse encontro de dezembro, tinha a intenção de conhecer suas primeiras impressões sobre o andamento do novo negócio, por seu lado, Lívia, queria expor seus projetos para ampliar as vendas. Nesse momento, embora ela soubesse que eu gostaria de lhe indagar sobre a sua nova experiência como lojista, não usei o gravador. Optando por fazer o registro das minhas observações a partir da nossa conversa. Ela queria conhecer a minha opinião sobre os novos direcionamentos que precisava adotar na loja, chegando, inclusive, a cogitar a minha participação em uma das possíveis ações. Portanto, uma das propostas que cogitou para atrair público para a loja seria através de um ciclo de apresentações e palestras. Mas essa ação foi logo descartada, pois, se não tinha interessado ao público de estudantes que está em formação na sua escola, menos provável seria despertar o interesse do público consumidor do shopping. Ela sabia que algo precisava ser feito para alavancar as vendas; assim, outra ideia conjecturada foi a de representar outros joalheiros, mas essa ideia também foi descartada. Sua assessora de imprensa não apoiou essa proposta, pois para a assessora, o importante era reforçar a comunicação da marca L\C. Lívia também concordou que abrigar outros produtores na loja descaracterizaria todo projeto de identidade da marca. Até aquele momento, o que havia prevalecido para alavancar as vendas da loja era uma ação que desse vida à sua vitrine. Para isso, Lívia pensou em levar uma bancada de ourives e ela mesma demonstrar a execução de algumas peças com intuito de atrair o público que circula no shopping.

Embora Lívia estivesse atenta para importância do projeto e identidade visual da loja, a sua preocupação em dar celeridade na sua execução, uma vez que já estava pagando aluguel e tendo toda sorte de despesas relacionada à obra, a impediu de uma apreciação crítica do que havia sido proposto no projeto de arquitetura. Vale observar, que a arquiteta foi a mesma que fez o projeto do seu ateliê, cujo resultado, de acordo com Lívia, tinha sido muito exitoso. Desse modo, como já havia um conhecimento prévio do trabalho da arquiteta, muitos aspectos não passaram pelo crivo da designer. Tudo isso, aliado à pressa em concluir os trabalhos de adequação da loja, gerou um resultado que, para Lívia, não traduzia a

identidade da marca. Para a designer, sua identidade poderia ser definida através da percepção que seu público tem do seu trabalho; ou seja, “jóias que evidenciassem o cuidado e preocupação com o design na sua concepção. As minhas criações possuem como características: originalidade, feminilidade e romantismo”¹¹³.

A preocupação em imprimir na loja a mesma identidade do seu produto, sempre foi muito presente para Livia. Em nossos encontros anteriores, ela chegava a comentar e relacionar os casos exitosos de marcas com a identidade visual adotada na loja. A maior crítica que ela fazia ao projeto de sua loja era a de não ter se identificado e não se reconhecer no que havia sido implementado. De acordo com uma sondagem feita entre seus amigos, surgiram algumas suposições, entre as quais, a de que a loja criava uma inibição para adentrá-la, ou seja, não estimularia uma visita descompromissada. Como naquele período, a loja não havia completado os três meses de inauguração, ela achava prematuro operar qualquer mudança antes de explorar todas as possibilidades via ação de divulgação.

Livia sempre expôs uma preocupação em apresentar uma unidade em todos os aspectos do seu negócio, não se restringindo aos produtos. Esse cuidado se estende ao material de divulgação, vestimenta das vendedoras, loja, enfim, todos os aspectos que envolvem a marca L\C foi alvo de uma atenção meticulosa por parte da Livia. Todo esse cuidado nos remete às observações destacadas por Latour (2009), em termos do conceito de design. Assim, uma das dimensões do design se refere à “atenção aos detalhes”. Nesse sentido, todas as coisas precisam ser reelaboradas tendo em vista uma atenção obsessiva às minúcias. A loja, as funcionárias, a embalagem, a decoração, os produtos, quer dizer, todo conjunto da marca precisava ter unidade.

Outros detalhes são fartamente elaborados para produção das coleções, com destaque para os temas, o lançamento e a ambientação para o lançamento. Nesse sentido, Livia que já conta com um acervo de 16 coleções, as quais são desenvolvidas sempre em torno de um tema. Na coleção “uma tulipa ou uma rosa”, Livia faz referência aos botequins cariocas; as fachadas dos bares da Lapa, copos de cachaça, botões de rosa, santinhos e relicários foram escolhidos como elementos que traduzem o universo da noite carioca. Assim, as peças usam esses elementos nos itens da coleção: em anéis, brincos e colares. Mais ainda, para o lançamento

¹¹³Entrevista com Livia Canuto realizada em Fevereiro 2014.

dessa coleção a decoração do ambiente fez referência ao bar, tendo sido servido cachaça e caldinho de feijão aos visitantes da exposição de lançamento. Outro exemplo foi a coleção “de um corpo pr’alma”, Figura 16, cuja inspiração foi o balé clássico. De acordo com Livia, especificamente o balé “O Lago dos Cisnes”: “a inspiração surgiu de lembranças de um tempo perdido, da infância de menina, [...] a ideia é transmitir delicadeza, proporcionar um momento mágico”. De novo, o ambiente foi decorado para criar a atmosfera do balé, contando com uma performance de uma bailarina em coreografia solo. Ou seja, todos os elementos que envolvem a coleção reforçam a ideia do tema, por isso, são cuidadosamente elaborados, não se restringindo às peças de joalheria.

Figura 16- Brinco e pulseira Cisne Negro. Prata 950 e pluma.



Fonte: Canuto, Livia (2005).

Outra coleção que vale destacar chama-se “Patissêrie”. Segundo a designer: “inspirada nas clássicas receitas de doces franceses, cones de chocolate e confeitos florais inspiraram as formas para as peças em prata”. Dessa coleção, o destaque vai para duas peças extremamente originais: o colar de acrílico branco, em referência às toalhas de papel que são utilizadas sob os bolos nos pratos e a pulseira “Mil Folhas”, “fabricada por várias camadas de papel presas por rebites de prata”, Figura 17.

Figura 17- Colar Acrílico Branco e Pulseira Mil Folhas, papel e prata 950.



Fonte: Canuto, Livia (2006).

Entretanto, aspectos mais originais e inventivos precisaram ser repensados diante da necessidade de atender um público mais amplo. No modelo de joalheria de estúdio, quando vendia por consignação para outras lojas ou no próprio ateliê, cada coleção era desenvolvida tendo em conta que todos os elementos formassem uma unidade coerente. Assim, cada coleção era composta por vários itens, como: pulseiras, anéis, brincos colares, concebidos em uma clara referência ao tema. No novo modelo, entretanto, a loja precisa ter peça mais clássicas do universo da joalheria: “passei a ter peças mais comerciais, mas sempre são criadas a partir de um tema, de uma coleção”.

Por outro lado, o contexto que estávamos vivendo em 2014 já era de alguma retração nas vendas. Os comentários na imprensa não eram nada otimistas para as vendas de natal daquele ano. De acordo com o noticiário, o natal de 2014 teria sido mais modesto do que o dos últimos cinco anos. No portal do G1¹¹⁴, a notícia é de que o movimento das vendas já apresentava uma tendência de queda.

De acordo com a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti, o resultado negativo reflete a tendência de desaquecimento das vendas no varejo observado ao longo de 2014, em virtude do "cenário econômico desfavorável" - com crédito mais caro, inflação elevada e baixa confiança do consumidor (VENDAS... 2014):

¹¹⁴ O G1 faz parte do grupo de mídia da Globo, o qual atua no ambiente digital. A referência à notícia veiculada no portal teve como intenção o registro do contexto econômico no período de abertura da loja da Livia Canuto.

Ciente do cenário econômico, Livia estava atenta para possíveis dificuldades que poderia enfrentar nos meses vindouros. Daí querer adotar ações alternativas na loja, com intuito de driblar a difícil conjuntura econômica anunciada para país.

Portanto, Livia, que já conta com mais de 15 anos de experiência profissional, dedica uma atenção meticulosa aos vários aspectos que envolvem o negócio, tais como: planejamento da produção, lançamento de coleções, processo de criação, quantidade de produtos que a loja precisa possuir; além de se ocupar com a gestão da escola. Assim, busca criar eventos, atrair a colaboração de outros joalheiros para complementar a formação do seu público. A referência ao público diz respeito à captação dos interessados em estudar joalheria, pois a escolhem como professora por conhecer sua trajetória profissional. Nesse sentido, as duas atuações, loja e escola, são complementares.

Em fevereiro de 2016, no nosso último encontro, Livia comentou que havia encontrado uma saída para as dificuldades enfrentadas na administração da loja. Conseguiu um sócio investidor. De acordo com seu depoimento, ela “tinha ilusão de abrir uma loja”, mas logo percebeu a dificuldade em gerir o negócio, além de ocupar grande parte do seu tempo, implicava em possuir um capital de giro. Entretanto, o que mais lhe incomodara naquele modelo de negócio, foi “precisar transformar a criação em algo mais comercial”. Como Livia consumira o capital reservado, durante 13 anos, para investir na loja, seu fôlego para manter as despesas do negócio estava curto, tendo passado por momentos difíceis nos últimos meses de 2015. De modo que, o sócio investidor surgiu no momento que Livia estava a ponto de encerrar as atividades da loja. Para sua felicidade, o sócio, além de entrar com capital, assumiu toda parte administrativa da loja. Seus planos atuais referem-se a dedicar-se mais tempo à criação, pois a meta é cumprir com o lançamento bimensal de coleções, as quais contêm de 15 a 20 peças cada.

O segundo informante da categoria de design joalheria foi Willian Farias, que atua há 16 anos no segmento da joalheria, tendo passado por duas formações acadêmicas: “ingressei na faculdade de Arquitetura e de lá me transferi para desenho industrial com especialização em produtos”. Mas foi, sobretudo, a história familiar que exerceu uma grande influência na condução da sua profissão. Sua mãe trabalhou no comércio de pedras preciosas, empresa que atendia várias marcas de

alta joalheria. Desse modo, o contato com a oficina de ourivesaria teve início ainda muito jovem.

[...] Arquitetura e desenho industrial. Mas durante toda minha infância fui muito instigado, estudei piano, frequentei o Parque Lage, porque amava pintura, escultura, desenho. Mas como artista plástico nunca fui figurativo. Eu não sei fazer essas coisas. Eu me expressei. Sempre tive preferência por escultura. A arquitetura não foi eu quem escolhi, meu pai engenheiro, minha mãe diamantária, não foi fácil, não nasci querendo ser arquiteto. Design era menos conhecido, fiz arquitetura, meus pais viram dessa forma. Não tem nada a ver. Então eu comecei pela arquitetura, não pretendia fazer as duas. (Entrevistado)¹¹⁵.

O designer diz que já sabia que a arquitetura não despertaria seu interesse, pois “detestava obra, cálculo, fazer uma elipse de um túnel, eu não ia fazer túnel. Eu poderia fazer o planejamento, mas nunca os cálculos”. Segundo Willian, isso demonstrava que ele não era inclinado a trabalhar em uma “dimensão macro”, como no caso das edificações. Por outro lado, o micro sempre despertou seu interesse. O sentido que empregou para micro dizia respeito ao desejo de dominar o que está fazendo, cuja ideia era a de obter um resultado rápido. O fato de uma obra ter um tempo mais estendido entre o planejamento e sua execução era outro fator que o desagradava na arquitetura. “Não ter que ficar esperando três anos, dois anos, sei lá quanto tempo leva para fazer o edifício. Então eu fui para o design, mas desde a arquitetura eu já fazia joias”. Willian começou a estudar joalheria durante a sua graduação, estudou no Ateliê Mourão, com Caio Mourão e sua filha, Paula. “Eu comecei a faculdade e simultaneamente eu fiz joalheria”. Willian participou de várias exposições, tanto individuais quanto coletivas, desde 2001. O reconhecimento internacional veio com quatro premiações: em 1998, com o DeBeers Diamond International Awards; em 2000, como vencedor internacional do Gold Virtuosi - World Gold Council, cuja premiação aconteceu em Vicenza, durante a feira de joias e em 2003 e 2005, ganhou a Antwerp Diamond High Council Awards.

[...] uma coisa que eu adoro é quando alguém me dá um desafio. Agora, por exemplo, eu não estava pensando nada, quando Fátima Lomba, Novamente¹¹⁶, me liga e diz, tenho os corais brutos e queria

¹¹⁵ Entrevista concedida por Willian Farias em 18 Dezembro 2014.

¹¹⁶ Novamente foi uma loja multimarcas de propriedade de Fátima Lomba, que funcionou no Rio de Janeiro entre 1993 a 2015. A proposta da loja foi reunir, em um mesmo espaço, importantes nomes da moda brasileira, como Gloria Coelho, Reinaldo Lourenço, Fause Hatén, Coven, Huis Clos e Alexandre Herchcovitch, tendo também apostado em novos talentos da moda. Uma característica marcante da loja foi a ousadia. A partir de 2007 desenvolveu também sua própria marca: O Eiras a Lomba, assinada pelo estilista Felipe Eiras e pela proprietária Fatima Lomba.

misturar com brancos, você faria? Eu disse, faço. Eu sabia o que ela queria que não podia ser caro por causa da proposta da loja. Ela queria que fosse em prata para não ser caro, mas eu disse, em prata vai ser caro. Eu fiz uma pesquisa, mas também tinha a limitação do tempo, eu precisava desenvolver algo, cujo lançamento fosse até essa semana, como foi da coleção late. Eu pensei: ano novo Rio de Janeiro, as pessoas adoram sair pra velejar, ir pra Angra, todo mundo de branco, ela queria coral, Copacabana, fogos de artifício. Eu vendi essa ideia pra ela. Eu criei essa historia, inclusive pra ela ter uma história pra contar para os clientes. Conseguir levar os clientes pra loja ainda nesse momento. (Entrevistado).

O lançamento da coleção late aconteceu na loja multimarcas novamente no dia 16 de dezembro de 2014, com a presença de Willian. Parte da observação do trabalho do autor foi feita no dia do lançamento, aproveitando sua presença na loja, durante toda à tarde, das 15h até 21h, horário de fechamento da loja. Da observação pode-se constatar todo o movimento em torno do lançamento. A assessora de marketing de Willian, Adriana Socci Barbosa, também esteve presente. Naquela altura vim, a saber, que atua na representação dos negócios, marketing, vendas e comunicação dos trabalhos de Willian, e também de Yael Sonia, outra joalheira que atualmente está radicada nos Estados Unidos, com loja própria em Nova York. Adriana chegou acompanhada do pai, que não se demorou muito, cumprimentou Willian e se retirou. Logo que Adriana chegou, tratou de escolher um dos colares da nova coleção para usar no evento, mesma atitude adotada pela dona da loja. Estavam presentes, além da assessora e do staff da loja, a mãe de Willian e um casal, que chegou um pouco mais tarde. Na ocasião foi possível conversar com todos e, tendo sido encarregada, ainda tirei fotos do William com a Fátima Lomba e com o casal. Infere-se, a partir do que foi dito, que os organizadores do evento possivelmente não tiveram muito tempo para divulgação, pois conforme o comentário do Willian, o tempo para o desenvolvimento da coleção foi de um mês.

Figura 18- Coleção late

Fonte: Farias, Willian (2014).¹¹⁷

Ainda segundo Willian, a coleção tem o estilo das produções de Fátima, o que implicava em possuir características mais exageradas, com dimensões maiores. Seguindo a orientação do briefing, Willian usou elementos que remetem ao mar e, por conseguinte, ao verão. Embora inicialmente Fátima tivesse sugerido o uso da prata, Willian a desencorajou devido ao custo que as peças atingiriam, indo de encontro como a política adotada pela Novamente, que é a de fazer uma moda, ao mesmo tempo, ousada e acessível. Por isso, Willian resolveu adotar as cordas e os nós usados nas embarcações. O resultado obtido atingiu os objetivos, pensados, a saber: ser uma coleção para o verão, original e que despertasse o interesse do público da marca.

A Novamente, local do lançamento da coleção late, tem um percurso que vale registrar, pois é o perfil de loja de roupa que lança e comercializa joias. A loja surgiu no mercado há 21 anos. Naquele momento, em 1993, a proposta de criar uma loja que abrigasse outros estilistas e apostasse em novos talentos era inovadora. Essa estratégia idealizada por Fátima Lomba foi decisiva para se diferenciar e se posicionar no mercado. De modo que, foi nesse contexto que Fátima contactou Willian, objetivando o desenvolvimento de uma coleção de acessórios que utilizasse o seu estoque de corais brutos. Ou seja, a partir desta encomenda, que para Willian

¹¹⁷ Imagem fornecida por Willian Farias.

era um desafio, em termos de tempo e de ânimo, surgiu à coleção late, Figura 18. O desafio para Willian, diz respeito ao momento que ele estava vivendo, entre o lançamento de peças dentro da semana do design para a loja Gabinete Sartori, no circuito off-Jóquei da Semana de Design Rio, e a disputa judicial contra uma marca de roupas por plágio de uma de suas peças.

Figura 19- Colar da coleção late, corda e linha e coral.



Fonte: Farias, Willian (2014).¹¹⁸

A comercialização do seu trabalho é outro aspecto que vale ressaltar. De novo, como no Rio de Janeiro não existem lojas especializadas em joalheria contemporânea, Willian optou então comercializar seu trabalho em dois distintos pontos comerciais. O primeiro são as sofisticadas lojas de moda, que através da apresentação de estilos variados, adotam um conceito de moda para nichos de mercado menos explorados e mais exclusivos, conforme se observa nas lojas que já representaram ou representam o trabalho do joalheiro, tais como: Dona Coisa, Sônia Pinto ou Novamente. Outro ponto comercial que acolhe as peças do joalheiro são as lojas de decoração que, especificamente no caso do Gabinete Duilio Sartori, reúne, além de peças de decoração, acessórios femininos e papelaria. Mais recentemente, as peças de Willian Farias foram para um espaço comercial novo, inaugurado em junho de 2015, a Saddock, 207. Trata-se de uma casa com três andares

¹¹⁸ Imagem fornecida por Willian Farias.

compartilhada entre os sócios. Embora a ênfase recaia no design de móveis, a loja oferece outros produtos, como fotografia, esculturas e joias.

A intenção de destacar o perfil dos locais de venda é identificar por onde circula o público que consome essa produção, pois possibilita uma série de informações que envolvem a joia, tais como: relacionar o modelo dos negócios com a categoria de joalheria adotada, compreender o perfil do consumidor da loja, identificando os circuitos por onde as joias circulam, e ainda, identificar quem são os agentes envolvidos na sua produção e consumo.

Figura 20- Colar anunciado pela Farm e Colar Trapézio.



Fonte: Farias, Willian (2010).¹¹⁹

Conforme foi mencionado anteriormente, Willian protagonizou uma polêmica em torno do plágio de uma das peças de sua coleção Slim. Em julho de 2014, Willian entrou na justiça com a acusação de que a marca de roupas Farm, havia plagiado o design de seu colar Trapézio 3D. É interessante notar que a denuncia de plágio na joalheria é difícil de ser evidenciado, uma vez que pequenas alterações na forma da peça são suficientes para caracterizar um novo produto e, portanto, uma negação do plágio. Entretanto, no caso da Farm, não houve qualquer preocupação em disfarçar a cópia, já que manteve o mesmo comprimento do colar, espessura do fio e mesmas dimensões da forma do trapézio, conforme se observa na Figura 20. A cópia está à esquerda e à direita a peça original. A indignação de Willian foi ainda maior devido à forma como ocorreu, pois foi à própria dona da marca de roupas quem comprou a peça e mandou reproduzi-la. Mas não foi só isso: a reação dos

¹¹⁹ Imagem fornecida por Willian Farias.

empresários, donos das lojas que o representam, provocou também uma reação de revolta do produtor, pois o encorajaram a deixar o processo de lado. Para Willian, essa atitude equivale a tomar o partido de quem o copiou. “Era de latão, dourado velho, por R\$ 69,90 e na compra você ganhava um brinde da Natura; eu nem dou brinde. Eu não vendi muito desses colares porque essa coleção tem quase 200 peças.” A loja que comercializava a peça do Willian, Dona Coisa, vendia o colar em ouro amarelo no valor de R\$ 3.635,00.

Nos seus 16 anos de joalheria, Willian transitou por algumas categorias do campo. Inclusive, de acordo com seu próprio relato, “diferente de outros joalheiros, eu consigo passear por vários tipos de joalheria”. O joalheiro explica que essa característica foi fruto do desprendimento da sua formação, já que estudou piano, canto, pintura, cerâmica. “Eu acho que comecei pela alta joalheria. Alta joalheria em termos de acabamento e de materiais, mas acho que sempre tinham uma contemporaneidade”. O início de sua atuação profissional foi muito marcado pela profissão de sua mãe, a quem Willian se refere com muita frequência.

Minha mãe foi diamantária por 50 anos. Hoje ela está com 72; começou com 15 anos, foi indo até ser tornar uma das donas. Ficou lá até o dia que fechou a empresa. Ela já tinha deixado de ser dona, não era mais ela quem comandava, mas ela atendeu Tiffany, Cartier, as melhores joalherias do mundo, porque o escritório foi o mais importante do Brasil, quando o Brasil foi o maior produtor de diamante. O escritório tinha uma lapidação com 60 lapidários. [...] Mas a mamãe atendeu o Brasil inteiro, por isso foi fácil pra eu começar. Ela sabia pra onde me mandar e eu nunca tive problema com cópia. [...] Frequentei festas que meus pais nos levavam, eu e minhas irmãs, que era só alta joalheria. Eu ia para o escritório da minha mãe, eu via montar as grandes joias, joias de alta joalheria. Foi minha mãe que ensinou aos grandes joalheiros a fazer um pavê perfeito, pois como era ela quem procurava as pedras para encaixar, na verdade, eles iam lá e pediam quero X peças para um pavê. Aí levavam, produziam e aí voltavam e diziam não tá dando certo, não está encaixando aqui. Então minha mãe entendeu sozinha como era fazer um pavê. [...] porque ela ficava sentada numa mesa, onde ela atendia gente do mundo inteiro pra pedir pedra de todos os tamanhos de todas qualidades. (Entrevistado)¹²⁰.

Portanto, no caso específico do trabalho desenvolvido por William, não temos como destacar uma atuação em uma única categoria, pois, a depender da coleção, ora ele pode se aproximar mais da alta joalheria, ora de uma joalheria mais

¹²⁰ Entrevista concedida por Willian Farias em 18 Dezembro 2014.

experimental, como em projetos de exposições e mesmo na coleção late. Assim, as joias criadas no início da carreira do joalheiro são mais próximas da categoria da alta joalheria. Com isso queremos dizer que a execução é extremamente bem realizada, os materiais adotados são abundantes, nobres e de alta qualidade, Figura 21.

[...] a morganita exigia perfeição nesse tipo de peça de 40 g de ouro. Hoje eu me acho tão louco de ter feito as coisas. Ao mesmo tempo, eu percebo a oportunidade que tive de fazer. Porque hoje eu não me vejo mais fazendo essas coisas, pela evolução do meu trabalho, mas também pelo momento, pelo valor do material. (Entrevista).

Figura 21- Anel em ouro branco 750 e ametista.



Fonte: Farias, Willian (2001).¹²¹

Assim, de acordo com seu próprio relato, Willian foi influenciado pelo mundo em que sua mãe atuava e que acompanhou desde criança. De modo que, os conhecimentos de sua mãe facilitaram seu aprendizado e o introduziram nos meios de produção e nas oficinas de sua confiança. Assim, suas primeiras peças primam pela qualidade do material, robustez e luxo. A medida que vai amadurecendo, sua atenção recai para outros aspectos da joia, como os aspectos lúdicos e elementos que complementam quem a usa.

“As joias tem como primeira função enfeitar, mas entre outras, elas identificam quem é a pessoa que a porta. Acredito que, por mais discreto que alguém possa ser, este deseja ser interessante também. Sendo assim, quando trabalho uma peça exclusiva, uma pequena linha ou coleção, tento incluir a curiosidade. Gosto que minhas joias se transformem ao serem usadas. Não necessariamente por um movimento, mas através do toque, criar uma brincadeira. Se a

¹²¹ Imagem fornecida por Willian Farias.

“pessoa está experimentando ou passa o dia com ela, ela se distrai se diverte com esse objeto.” (Entrevistado).

Em 2013, Willian fez seu primeiro trabalho em prata, uma coleção chamada “Prata 1000”. Segundo o designer, a opção pela prata se deu por motivos de mercado. Com o aumento do valor do ouro nos últimos anos, vários joalheiros passaram a apresentar coleções também em prata. Willian igualmente experimentou esse nicho do mercado. Para essa coleção, “meu desejo [...] era a intervenção direta do público. Criei peças fáceis de usar, lisas e sem textura”. Sua intenção era criar uma interação com o público; ou seja, incentivar que os usuários intervissem nas peças e as complementassem com suas imaginações. “No dia do lançamento, que foi divulgado como ‘O afeto que nos afeta’, contava com um artista de gravações em metais para realizar os desejos de cada um”. As peças eram customizadas com a ajuda de um gravador, que atendia aos desejos dos clientes, gravando desenhos, nomes, datas, enfim, essa foi uma das maneiras que o designer encontrou de revelar nas peças os vínculos que existem entre as joias e seus usuários, “[...] sempre achei relevante à interação entre o público e suas joias. O objeto fala com o público e estes continuam uma conversa estabelecendo uma relação de aproximação”.

O trabalho mais atual de William é a coleção BOLD, “que é a Slim recheada. Nela volto ao uso de pedras”. Como o designer é extremamente criterioso, critério que foi desenvolvido desde muito cedo, na convivência com o comércio de pedras da sua mãe, é suposto que na nova coleção Willian volte a ‘flertar’ com a alta joalheria. Isso é só uma aposta, pois as peças ainda estão em processo de desenvolvimento. No entanto, Willian adianta que a BOLD é uma derivação da coleção Slim, mas se diferencia pela introdução de mais material; “trato também de formas, mas usando volumes fechados representados por pedras e chapas no lugar das linhas. Também inicio uma nova proposta em meu trabalho na questão da escala”. A passagem das primeiras peças, nas quais o material era abundante, para a linha Slim representou uma mudança profunda; assim, os mesmos 60g de ouro que eram usados em uma única peça, foram suficientes para fazer dezenas de itens da coleção Slim. Com a coleção BOLD Willian se reaproxima dos seus primeiros trabalhos.

[...] meus volumes sempre foram generosos e até extravagantes. De repente surgiu a SLIM, que continua o mesmo diálogo ao tratar de

volumes, mas de forma totalmente nova dentro das minhas criações. Com a BOLD volto aos volumes fechados, mas em uma escala bem menor que a própria SLIM. A SLIM tem mais ou menos 4x6cm, 3x8cm, 5x5cm; a BOLD mais ou menos 1x1, 5 cm sendo o retângulo mais longo por volta de 6 cm, acho. (Entrevistado)¹²².

Ano passado, em 2015, durante o período do meu estágio doutoral no México, Willian se mudou para Suíça. Para dar continuidade à pesquisa, o nosso contato foi mantido por e-mail. Dessa maneira, fui me inteirando da sua adaptação no estrangeiro e das diferenças por ele identificadas na forma de atuação em joalheria entre a Suíça e Brasil. Willian continua a produzir no Brasil, mas está à procura de uma maneira de viabilizar sua atuação e, por conseguinte, a comercialização do seu trabalho na Suíça. Uma dos aspectos que lhe chamou atenção foi à importância que os suíços dão à autoria da execução, sobretudo, no modelo de negócios que ele gostaria de atuar. Acrescente-se a isso, o fato da Suíça ter uma das melhores formações em joalheria, inclusive, reza a lenda que a Suíça forma os melhores relojoeiros e ourives. Portanto, a execução faz parte da concepção do produto, ou seja, a qualidade de uma peça contempla também a execução. A formação em joalheria ocorre nos moldes do que foi descrito anteriormente a respeito da Alemanha. De forma que, como o investimento grande na formação, não só de recursos, como de tempo, é compreensível que haja uma valorização do ofício e certa recusa à ideia de um criador de joias que não execute suas criações. Comentando sobre a possibilidade de produzir no contexto Suíço, Willian afirma:

“Como estou em um local onde as coisas feitas a mãos, tem um valor muito grande. É muito mais interessante que o próprio criador execute seu pensamento e seu trabalho. Mas dentro do que disse no e-mail anterior, também, se eu abro um ateliê onde eu não executo minhas criações, ele estará fadado ao insucesso, já que em todos os outros à volta, seus criadores executam. Um último fator é a barbaridade que custa em mandar produzir. O valor final da peça fica fora de preço de mercado”. (Entrevistado)¹²³.

No Brasil não há nenhuma exigência para que os designers de joias executem, eles próprios, suas criações e não possam ser produzidas por outros profissionais, nomeadamente pelos ourives. Inclusive, no Brasil, o mais recorrente é que designers de formação não saibam ou dominem as técnicas de ourivesaria.

¹²² Entrevista concedida por e-mail em 19 Janeiro 2016.

¹²³ Entrevista concedida por e-mail em 22 Janeiro 2016.

Alguns procuram a formação em ourivesaria para conhecer as técnicas básicas e adquirir uma base para projetar, mas sem a intenção de realizar a produção¹²⁴. Comentando sobre as possibilidades de comercialização do seu trabalho nos dois países, Brasil e Suíça, Willian afirma:

“Pretendo comercializar toda minha criação nos dois países. Quer dizer, tudo o que for produzido no Brasil, ser também comercializado aqui. O motivo para isso é que há muitos anos não sento na banca para produzir [...] e aqui se dá um valor enorme para peças produzidas pelo autor e sei que se abro um negócio onde não produzo, mas vendo o que crio, não vai funcionar.” (Entrevistado)¹²⁵.

Para concluir com a seção sobre a trajetória dos designers, propõe-se uma reflexão sobre como ocorreu a introdução do design na Stern. Conforme se havia comentado, o público-alvo da empresa eram os turistas estrangeiros. Todas as estratégias comerciais desenvolvidas por Hans Stern tinham a intenção de atingir esse nicho de mercado. Quais sejam: abrir pontos comerciais dentro da cadeia de hotéis Hilton, na área do porto do Rio de Janeiro e em outros aeroportos, além de terem introduzido uma inovadora técnica de venda conhecida como os tours guiados à empresa. A ideia foi sugerida pelo pai de Hans e só foi implementada quando os funcionários estavam suficientemente treinados, pois não queriam que os clientes se sentissem pressionados a comprar. A ideia era a de mostrar a área de lapidação e confecção de joias aos interessados. Para isso, divulgaram o tour guiado em hotéis e no porto, “que passaram a avisá-lo todas as vezes que um grupo grande de viajantes estivessem chegando. A H.Stern, então, enviava os seus relações-públicas [...] ao encontro dos turistas. As visitas viraram atração, e enormes grupos se formavam para conhecer a joalheria” (DIEGUEZ, 2015, p. 124). Toda a lógica do tour foi criada de forma intuitiva, mas se revelou uma técnica de venda inovadora. Desta forma, primeiro era apresentada a área de confecção do produto, para no final se mostrar as peças à venda. “A visita era uma aula”.

Hans desenvolveu a joalheria em torno das gemas coradas brasileiras, tendo sua experiência com a comercialização das pedras, em um dos seus primeiros empregos no Brasil, lhe permitido conhecer e distinguir as qualidades dessas

¹²⁴ Livia Canuto é um exemplo de designer que executava suas coleções. Porém, com o crescimento e ampliação do seu negócio, Livia passou a terceirizar a produção.

¹²⁵ Entrevista por e-mail em 19 Janeiro 2016.

pedras, além de ter possibilitado estabelecer parcerias e relação de confiança com os fornecedores das matérias-primas.

No final dos anos 1960, um fenômeno curioso despertou a atenção do empresário; sua filial em São Paulo “passara a atrair os consumidores brasileiros” (DIEGUEZ, 2015, p. 153). Esse foi um aspecto completamente inusitado, visto que o foco da empresa sempre fora os turistas estrangeiros. Mas a explicação para essa mudança no público da empresa foi fruto da atuação do executivo contratado para a loja de São Paulo: Gerd Tykocinski era um profissional que contava com uma experiência anterior, atuara na Volkswagen no setor de propaganda e marketing, levou seu conhecimento prévio para o negócio com joias.

Nesse período, as lojas tinham autonomia, fato que permitira uma mudança no conceito das joias vendidas em São Paulo. Em datas como Natal e outras datas especiais eram os brasileiros que faziam fila para comprar seus presentes na joalheria, ao contrário do Rio de Janeiro, que “eram os estrangeiros que aguardavam na porta” (DIEGUEZ, 2015, p. 154).

Mas foi, sobretudo, com a entrada de Roberto Stern que se operou a maior mudança na empresa. O filho primogênito de Hans fora preparado para assumir o negócio da família. Com formação em Economia, precisou, por vontade do pai, passar por outras experiências profissionais antes de ser admitido na empresa familiar. Em 1984, ingressou na H.Stern e aos poucos foi se inteirando do funcionamento da empresa (DIEGUEZ, 2015, p. 169 – 171).

Em 1991, com a saída do executivo de São Paulo, Roberto assumiu a filial, tendo sido a sua prova de fogo, em um cargo de direção da empresa, pois as características que fizeram da filial de São Paulo uma operação exitosa, ao ganhar o público brasileiro, também eram o seu grande desafio. Esse foi o momento de implantação do Plano Collor no Brasil, o qual conduziu o país a uma recessão gigantesca, comprometendo severamente os negócios, sobretudo, para as empresas que trabalhavam com ouro, cuja cotação tinha disparado. “Roberto assumira, portanto, não só uma operação gigantesca, mas uma operação gigantesca com problemas” (DIEGUEZ, 2015, p. 176).

Ao contornar os obstáculos, Roberto foi bem sucedido na implantação de um novo modelo de gestão para a filial paulista. “Em um ano, as vendas aumentaram, os gastos caíram e a operação voltou a dar lucro” (DIEGUEZ, 2015, p. 178). De volta

ao Rio, Roberto passou a replicar a gestão que introduzira em São Paulo. “Começava uma nova era na H. Stern”.

Todas as mudanças operadas até esse momento fora em termos da gestão da empresa, na otimização da operação do negócio e uniformização dos procedimentos adotados pela empresa em suas diversas áreas, a fim de eliminar duplicação de setores e custos. Ou seja, até esse momento o design não fora integrado no negócio. “Roberto sabia, porém, que para a H.Stern não perder espaço no mercado, ele precisava fazer muito mais”.

Foi apenas depois de um ano da sua volta ao Rio que a empresa passou a ter um “marketing único, que incluía um catálogo unificado com as peças a serem vendidas em todas as lojas do Brasil e no exterior” (DIEGUEZ, 2015, p.178). Portanto, até 1993, as lojas distribuídas pelo Brasil e as do exterior possuíam diferentes produtos, de acordo com o gosto de cada filial.

Desde 1993, Roberto vinha trabalhando na modernização do design das joias, o que já era percebido pelos consumidores. Com a mudança, a H.Stern não só encantou seus clientes tradicionais, como atraiu a atenção de um novo público, também surpreendido pelo novo estilo das joias da empresa (DIEGUEZ, 2015, p. 185).

Mas o design de joias só passou a chamar atenção de Roberto Stern, quando foi para São Paulo e teve que assumir também a área de criação. Sua percepção era a de que “apesar da indiscutível qualidade, não tinham a elegância, a ousadia e a contemporaneidade que imaginava que deveriam ter as joias da H.Stern”. Mesmos as joias produzidas na filial de São Paulo tampouco o agradavam (DIEGUEZ, 2015, p. 185 – 186). Mas um acontecimento corriqueiro durante uma viagem à Nova York lhe despertou para um aspecto que poderia ser transferido para a joalheria. Assim, a fim de se proteger do intenso inverno nova iorquino, em 1993, entrou em uma loja de moda infantil e, ao observar os produtos, se deu conta do *modus operandi* do desenvolvimento de coleção na moda e de como um projeto desenvolvido a partir de um conceito poderia transformar a joalheria.

Roberto entrara numa loja da Baby Gap com o único intuito de se aquecer. Sentou-se em um banquinho e ficou olhando para os armários e prateleiras. [...] Tudo coordenado, arrumado em coleções, a mesma padronagem replicada em vários produtos: saias, calças, vestidos, blusas de manga curta e comprida. Era tudo tão fácil e simples de entender. Não havia mistura de desenho. Apenas um, replicado em todas as roupas. De repente tudo clareou na sua cabeça. Era aquilo que ele buscava: o conceito da coleção, tão obvio

na moda, mas inexistente, até então, na joalheria (DIEGUEZ, 2015, p. 186).

Passados 20 anos, essa concepção de desenvolvimento de coleção a partir de um conceito, não é adotado universalmente na joalheria, conforme já mencionado, o design é adotados por algumas categorias desse campo. Entretanto, a joalheria industrial na década de 90 produzia “diversos tipos de conjuntos: anéis combinando com brincos e pulseiras” (DIEGUEZ, 2015, p. 186). Assim, o que se via nas vitrines das joalherias era uma profusão de variações de diferentes estilos.

A proposta que Roberto gostaria de implementar na empresa era um modelo que substituísse padrão de alta joalheria adotado pelo designer-chefe da H.Stern, o alemão Gunnar Lathe, cuja fama era de ser genial, sobretudo, após a criação do relógio Safira, “lançado em 1986, feito em parceria com uma fábrica Suíça. O relógio azul foi um sucesso estrondoso”, primeiro produto com um êxito global da empresa (DIEGUEZ, 2015, p. 187).

Não obstante, suas criações eram pesadas, portentosas, em estilo art déco, “dignas de rainhas e de divas de Hollywood” (DIEGUEZ, 2015, p 187). A produção era própria da alta joalheria, as peças precisavam ser executadas individualmente, se tornando pouco acessíveis. “O resultado é que a maioria delas ficava encalhada no estoque anos a fio até serem desmontadas e transformadas em novas joias” (DIEGUEZ, 2015, p 187).

Roberto acabou por assumir também a área de criação, tendo convidado Constanza Pascolato¹²⁶ para a primeira parceria dessa nova fase da empresa, cujo resultado foi à coleção Pedras Roladas.

Durante a década de 90 muitas mudanças foram implantadas na H.Stern, da introdução do sistema Just in time, inicialmente aplicado na indústria automobilística, até uma grande transformações na área de informática. Segundo Dieguez (2015, p. 1991) “As mudanças possibilitaram a padronização do sistema. Da sede, tornou-se possível visualizar todas as lojas do Brasil e do mundo, obtendo soluções rápidas para os problemas que surgissem”. O impacto das mudanças se refletiu, inclusive, na área da predileção de Hans, o setor de pedras brasileiras. As pedras, a partir daquele momento, só seriam compradas se fossem solicitadas pelo setor de criação. Uma verdadeira revolução na concepção de fazer joia na H.Stern, “[...] o desenho

¹²⁶ Ver imagens dessa coleção no primeiro capítulo.

ganhava protagonismo, e não mais a pedra. Ela seria comprada para atender a exigência do desenho, não o contrário” (DIEGUEZ, 2015, p 1991).

Vale ressaltar que, as mudanças feitas na H.Stern ocorreram a partir dos insights ou visão do diretor da empresa, numa perspectiva de não perder espaço para os concorrentes. Hans havia construído uma grande empresa e seus filhos a adaptaram aos novos tempos. Em seguida, procuraram apresentar a uniformidade alcançada na gestão ao público, através da identidade da visual da marca e de suas lojas. Ou seja, aos poucos o design foi sendo incorporado em uma das multinacionais brasileiras mais reconhecidas no exterior.

5 ARTE JOALHERIA

“[...] art objects are the equivalent of persons, more precisely, social agents.”

(Alfred Gell)

A arte joalheria ou a joalheria contemporânea, como também é conhecida, é o enfoque deste capítulo. Historicamente, este segmento da joalheria surgiu na década de 1960, período de plena efervescência no campo profissional da arte, tendo como um dos seus principais pressupostos problematizar a própria linguagem da joalheria, tais como: o luxo, a preciosidade, os materiais, as técnicas, a tipologia adotada e a ornamentação.

Nesse período, vale chamar atenção para as muitas inquietações sociais manifestadas nos movimentos de contracultura que marcaram a década de 1960, período em que as obras de arte estavam carregadas de mensagens políticas. Artistas que começavam a romper com o modernismo passaram a usar novas mídias, como a performance e o *bodyart*, nas quais abordavam temas relacionados ao contexto político e social VIDELA; ARAÚJO (2014, p.2). Toda essa efervescência também teve seus reflexos no segmento da joalheria que despontava no período. Os primeiros joalheiros a participarem do segmento artístico da joalheria criaram peças em que levantavam questões sobre preciosidade, ornamentação e usabilidade, desafiando e explorando a tradição do campo para contestá-la. Pode-se, inclusive, pensar o questionamento da própria linguagem da joalheria como o indicativo de um amadurecimento do campo, pois algo muito próximo havia acontecido com a arte contemporânea através do seu processo de diferenciação da arte moderna, no sentido em que problematizou a própria linguagem de representação do mundo e do seu modo de fazer artístico.

De acordo com Archer (2001), as mudanças que ocorreram na arte da Europa e Estados Unidos, sobretudo, a partir da *pop art*, mas também com o surgimento do minimalismo e da arte conceitual, deflagrou-se uma modificação da relação entre arte e vida cotidiana. Nesse sentido, os novos movimentos procuravam aproximar a arte da vida cotidiana. Pode-se observar, nos trabalhos desse período, que muitas obras da *pop art* faziam referências ao comportamento, atitudes e estilo de vida da

América contemporânea. A concentração era nos lugares-comuns ou nas banalidades da existência. De modo que o significado do trabalho podia não estar mais contido na própria obra, mas, antes, encontrar-se associado ao contexto que o artista queria discutir. Esse contexto podia ser tanto o movimento artístico anterior, que no caso da *pop art* era o expressionismo abstrato, quanto questões relacionadas ao consumo cotidiano. As obras deixaram de ser avaliadas e pensadas, prioritariamente, em termos estéticos; outros aspectos passaram a ser ressaltados.

Um dos rompimentos mais significativos, desse período, foi em relação a narrativa modernista da história da arte. Essa mudança histórica da produção da arte foi conhecida como o “fim da arte”, tese defendida tanto por Hans Belting (2006), como por Arthur Danto (2006), cujo sentido “tinha mais a ver com a maneira como a história da arte tinha sido concebida enquanto uma sequência de fases de uma narrativa em desdobramento” (DANTO, 2013, p. 3). Dito de outra maneira trata-se do fim da narrativa que teve início no renascimento, em que se levava em conta um encadeamento dos movimentos pensados em termos de uma linha evolutiva. Esse modelo de narrativa não mais servia para compreender as novas proposições de arte que surgiram a partir da década de 60. Para o entendimento da arte contemporânea precisava-se de uma narrativa de outra ordem, pois as exposições dos acontecimentos artísticos passaram a não ser narrados de forma encadeada, na qual um movimento sucede outro. Desse modo, foi identificado um fim para a narrativa da história da arte, mas obviamente não para as obras de arte, o assunto transmitido por essa narrativa.

Entretanto, o maior desafio foi o reconhecimento de que o significado de uma obra não estava necessariamente contido nela, mas podia emergir do contexto em que se encontrava, o qual podia ser social, político ou formal. A arte contemporânea precisava ter significado e ter sua apresentação coadunada com esse significado; as questões estéticas não eram mais a problemática norteadora de uma obra.

Com relação à arte joalheria, observa-se, neste mesmo período, os trabalhos de alguns artistas joalheiros que discutem os aspectos constitutivos do seu campo, trazendo conceitos a partir de seus envolvimento com a linguagem da joalheria, tais como: o corpo, as questões sociais e políticas que os cercavam, o luxo, a ornamentação. Assim, foi a partir da década de 1960 que os joalheiros começaram a

questionar seu próprio campo de ação. A primeira geração de joalheiros europeus, que inclui os suíços Otto Künzli (1948) e Bernhard Schobinger (1946), o holandês Gijs Bakker (1942), a inglesa Caroline Broadhead (1950), sentiam-se desconfortáveis frente às convenções do mundo da joalheria e suas tradicionais conotações de luxo e riqueza Den Besten (2011). Para Damian Skinner (2013), crítico de arte contemporânea, Künzli é o mais perfeito exemplo da natureza crítica e conceitual do campo.

By this I mean the way contemporary jewelry objects and practices are intended to actively grapple with the conditions and circumstances in which contemporary jewelry takes place. In general, contemporary jewelers work in a critical or conscious relationship to the history of the practice and to the wider field of jewelry and adornment ¹²⁷(SKINNER, 2013, p. 1).

A fim de exemplificar essa perspectiva, passa-se a apresentar um brevíssimo apanhado dos trabalhos de quatro precursores da joalheria contemporânea citados acima. Portanto, inicia-se com Künzli, que em sua trajetória discute a materialidade das peças de joalheria como em seu trabalho intitulado “The gold makes blind”, 1980. Künzli também chamou atenção para o consumo, na série de pendentives “When Mickey Mouse was Born”, 1992; assim como abordou o tema da ornamentação em sua série “Beauty Gallery”, 1984. Em seu trabalho a representação das ideias precedem claramente as questões estéticas. Na peça “corrente”, de 1985 – 1986, Figura 22, o início do trabalho se dá na publicação do anúncio de compra de alianças no jornal. Nesse trabalho, Kunzli problematiza uma das peças mais clássicas da joalheria, a aliança de casamento, pois ao usar as alianças conforme comprou, ainda com as marcas e nomes de casamentos desfeitos por separação ou por morte, como matéria-prima para confeccionar uma corrente, chama atenção para o símbolo do casamento a partir de peças de uniões rompidas. Segundo o depoimento de uma das minhas informantes¹²⁸ sobre esse segmento da joalheria, na “Corrente”, Künzli propõe “um comentário crítico-lírico, um deslocamento de sentido, um ruído no uso tradicional da tipologia (partindo de

¹²⁷ Com isto quero dizer a maneira como objetos e práticas da joalheria contemporâneas se destinam a lutar ativamente com as condições e circunstâncias em que eles ocorrem. Em geral, os joalheiros contemporâneos trabalham de forma crítica ou consciente em relação com a história da prática e do campo no sentido mais amplo da joalheria e adorno. (Tradução nossa)

¹²⁸ Entrevista com Mirla Fernandes, concedida em 12 de fevereiro de 2014.

alianças para chegar a um colar), transitando assim no campo da arte, na medida em que desloca o sujeito [...] do lugar óbvio, esperado e prudente”.

Outro trabalho que problematiza material de confecção, luxo e adorno é o colar Bottleneck, de Bernhard Schobinger, Figura 23, no qual são usados doze gargalos de garrafas. Esses fragmentos foram desenterrados de um depósito de lixo coberto que pertencia a um hotel de luxo situado às margens de uma floresta na Suíça. O lixo foi descoberto acidentalmente, enquanto Schobinger fazia o plantio de árvores. Apesar de suavizar as extremidades quebradas dos gargalos e os amarrar em um pedaço de corda tingida de vermelho, a peça mantém, visualmente, um aspecto hostil. Nela o autor usa produtos descartados do consumo de luxo na criação de joia, produto que também comumente denota luxo.

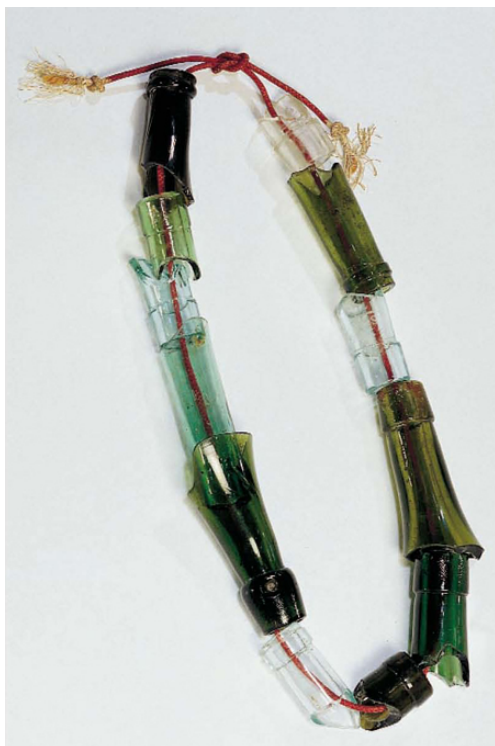
Figura 22- Corrente Ouro. L: 85 cm.



Fonte: Künzli, Otto (1985-1986) ¹²⁹.

¹²⁹ VER: http://www.die-neue-sammlung.de/press/?page_id=6497&lang=en

Figura 23- Bottleneck chain.



Fonte: Schrodinger, Bernhard (1988).¹³⁰

Gijs Bakker é um dos primeiros joalheiros minimalista. Desde o seu início foge da conformidade dos materiais adotados pela tradição joalheira, e passa a experimentar produtos industriais mais baratos Turner (1996). Assim, usa em suas peças materiais, como: alumínio e perspex¹³¹; além de adotar a técnica de impressões em linho, tecidos, pvc; como também mistura plástico com prata ou ouro. Na peça *“Profile ornament worn by Emmy van Leersum”*, 1975, Figura 24, se propõe a refletir as tipologias do adorno, sugerindo ornar partes do corpo inexploradas pela joalheria.

Para concluir a exposição dos trabalhos dos quatro joalheiros escolhidos, cujo intuito foi traçar um panorama do que podia ser encontrado na Europa, entre as décadas de 1970 - 1980, em termos desse segmento da joalheria, encerra-se esta seção com a apresentação de Caroline Broadhead. Pode-se dizer que sua atuação foi decisiva para o desenvolvimento da joalheria do seu tempo. Segundo alguns autores¹³², Broadhead exerceu uma forte influência sobre os joalheiros mais

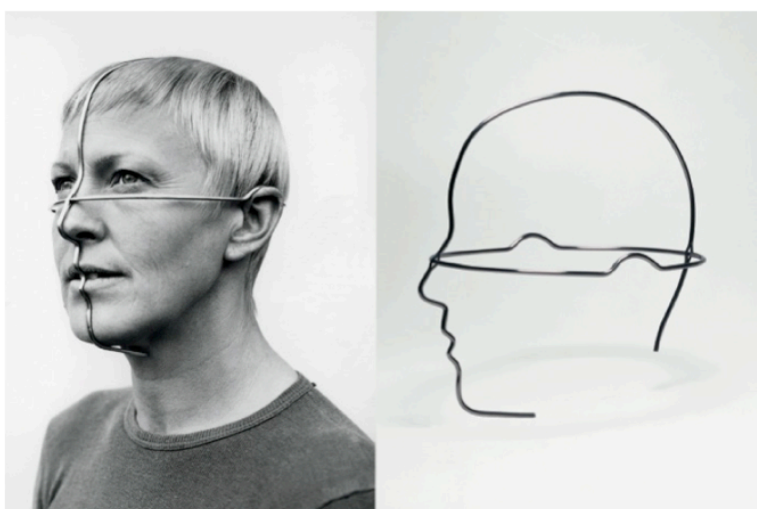
¹³⁰VER: [http://www.schobinger.ch/index.php?parent_link=\[B.S.\]&link=\[B.S.\]](http://www.schobinger.ch/index.php?parent_link=[B.S.]&link=[B.S.])

¹³¹O Perspex é um acrílico ou polimetil-metacrilato (PMMA), material termoplástico rígido, transparente e incolor.

¹³² Ver Dormer e Turner em *La nueva joyería, diseños actuales y nuevas tendencias*, 1986.

radicais. Ela investigou e explorou o nylon na joalheria, a ponto de desenvolver peças que se aproximaram do território das roupas, propondo peças como parte do corpo ou misturadas em uma abordagem que se assemelhavam a uma estrutura de proteção de braços e cabeças, Figura 25. Na sua pesquisa, buscou privilegiar a relação entre a peça e o usuário para, em um momento seguinte, enfatizar o processo e os movimentos repetitivos de vestir, conduzindo-a gradualmente para o trabalho com performance.

Figura 24- Profile ornament worn by Emmy van Leersum.



Fonte: Bakker, Gijs (1975).¹³³

Figura 25- Véu, D. 25 cm.



Fonte: Broahead, Caroline (1983).¹³⁴

¹³³ VER: <http://www.gijsbakker.com/home>

¹³⁴ VER: <http://www.abc.net.au/radionational/programs/bydesign/the-panel---contemporaryjewellery/4002850>

Segundo os autores, Ralph Turner (1996) e Lisbeth den Besten (2011), os aspectos sociopolíticos abrangendo os trabalhos dessa geração se deve às transformações pelas quais a Europa passou e, os países de maior expressão na joalheria deram distintas respostas a essas mudanças. Para Turner, na Inglaterra, a joalheria também já havia sido alvo de crítica desde movimentos como Arts and Crafts, pois era considerada como uma atividade excessivamente próxima do comércio e moda, esta última, ainda incipiente, e afastava a joalheria dos princípios socialistas de William Morris. Mas a partir da década de 1960, com a introdução de mais escolas de artes com ênfase em práticas artesanais, paulatinamente, as barreiras foram sendo desmanteladas ou realocadas. Esse momento gerou um rompimento com a joalheria tradicional, tal como era praticada antes da década de 1960. Para Turner (1996), essas mudanças foram responsáveis por criar um hiato entre essa geração e a anterior.

Na Alemanha, posteriormente à divisão do país, ocasionada pela segunda guerra mundial, foi na parte ocidental onde houve um impulso para reconstruir as tradições existentes. Escolas de joalheria foram reabertas a partir de novos modelos. E claro, sendo a Bauhaus a mais influente dessas escolas de arte, com sua pujante força criativa. Pforzheim, cidade localizada no sudoeste da Alemanha, já era reconhecida como um centro joalheiro desde o séc. XVIII, tendo surgido lá a iniciativa de construir um importante museu de joalheria do mundo, cujo acervo contempla um vasto período da história da joalheria, das tradições mais antigas às peças com adoção das tecnologias mais atuais. Munique também teve um papel importante para o desenvolvimento da joalheria contemporânea, chancelada pela renomada *Academy of Fine Arts*, por onde passaram professores e alunos hoje consagrados, como Hermann Junger, professor de Otto Kunzli, entre outros joalheiros que despontaram na joalheria contemporânea.

A Holanda do pós-guerra também promoveu um significativo desenvolvimento da joalheria de arte, tendo a Academia Gerrit Rietveld forte influência na joalheria realizada a partir dos anos 1960. Gijs Bakker, aluno da Rietveld, foi um dos pioneiros em romper com a tradição elitista, no sentido de se opor à joalheria que era exclusividade de poucos, diante dos valores excessivos praticados pela joalheria tradicional e de luxo, como também foi um autor que reagiu ao domínio dos materiais da tradição joalheira, introduzindo materiais alternativos.

La joyería artística es aquella que tiene voluntad para tratar con los problemas universales del arte y de la creación, que comparte los mismos valores que el arte. Refleja una actitud inconformista, de desafío, de trasgresión, y es consecuente con un compromiso con las ideas sociales, políticas y culturales de su autor en el contexto de su época. Por lo general, trata de romper con los límites, los del autor, pero también con las convenciones sociales, ampliando los horizontes de la propia joyería. Generalmente trata de encontrar un espacio dentro de las artes contemporáneas pero sin renunciar a la función tradicional de la joya¹³⁵. (ROJAS, 2016)¹³⁶

Em suma, os trabalhos dos precursores da joalheria contemporânea exploram a linguagem e materiais usados pelo campo, relacionados ao contexto em que eles viviam. Nesse aspecto, pode nos remeter a uma afirmação máxima do conceito e intenção, para além da função de adornar, aspecto através do qual se pode identificar a reivindicação do pertencimento da joalheria ao campo da arte; por outro lado, conforme se identifica a partir do depoimento citado acima, de Cuyás, a joalheria contemporânea é uma expressão artística que não tem a intenção de renunciar a função de ser portada ao corpo. No entanto, a associação da joalheria com o campo da arte é uma formulação interna de um segmento específico da joalheria, pois mesmo que os trabalhos de joalheria contemporânea partilhem dos aspectos do campo da arte, a ideia desse pertencimento não é partilhada pelos atores externos a joalheria den Besten (2011).

5.1 Seguindo a Arte Joalheria

A partir dessa breve apresentação da arte joalheria, ressaltando alguns aspectos que a aproximam dos paradigmas da arte, passa-se a apoiar a reflexão em dados colhidos no material etnográfico realizado em três momentos diferentes desta pesquisa, citados nas considerações metodológicas, além de fontes colhidas na internet. Primeiro, conta-se com o material obtido em entrevistas realizadas, a partir

¹³⁵ A joalheria artística que tem vontade de tratar com os problemas universais da arte e da criação, compartilhando os mesmos valores que a arte. Reflete uma atitude de inconformismo, de desafio, de transgressão e é coerente com o compromisso com as ideias sociais, políticas e culturais de seu autor no contexto de sua época. Em geral trata de romper com os limites, do autor, como também das convenções sociais, ampliando os horizontes de sua própria joalheria. Geralmente trata de encontrar um espaço dentro das artes contemporâneas, mas sem renunciar a função tradicional da joia.

¹³⁶ VER: <http://www.goldandtime.org/noticia/80898/Goldtime/La-armonia-matematica-de-Ramon-Puig-Cuyas.html>

Entrevista com Ramón Puig Cuyás, Professor da Escola Massana, Barcelona.

de 2014, com joalheiros residentes nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo. O segundo material foi obtido durante o meu estágio doutoral, que teve duração de sete meses na Cidade do México, no primeiro semestre de 2015, onde além da experiência acadêmica no departamento de antropologia da Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), pude me aproximar e ter a chance de acompanhar o “Sin Título”, coletivo¹³⁷ de artistas joalheiros mexicanos. Além disso, conto com o material colhido por ocasião do Simpósio de joalheria contemporânea, “En construcción II”, que ocorreu em Valparaíso, Chile, entre os dias 1 a 5 de setembro de 2015, e depoimentos de artistas joalheiros colhidos em dois sites especializados em informar ações relacionadas à joalheria contemporânea, através de entrevistas, artigos, eventos e ações educativas desse segmento (segue em nota de rodapé)¹³⁸.

O intuito, ao entrevistar produtores do segmento da joalheria contemporânea, observar o coletivo dos artistas joalheiros mexicanos, assim como, acompanhar as atividades de um simpósio de joalheria desse segmento foi o de conhecer, a partir de suas práticas, a maneira como realizam seus projetos, como se reconhecem e se autodenominam. Vale ressaltar que a ideia deste estudo não é a de encontrar um modelo único de atuação, mas seguir os próprios atores e, dessa forma, entender suas inovações. Se for correto afirmar que a TAR, como assegura Latour, funcionaria melhor para o que ainda não foi agregada, a teoria pode auxiliar na compreensão desse segmento da joalheria no Brasil e no México, onde as condições de produção da joalheria contemporânea se assemelham.

Em 2014, o material obtido com os joalheiros, partiu de uma seleção realizada através de entrevistas com os profissionais conhecidos, a partir da minha anterior atuação em joalheria¹³⁹. Como no princípio da pesquisa estava vivendo em Recife e meus informantes se encontravam no eixo Rio de Janeiro – São Paulo, com o propósito de iniciar uma aproximação com suas distintas maneiras de elaborar sobre as atuações do trabalho, os enviei por e-mail um roteiro de questões e temas a

¹³⁷ Conforme já mencionado, nesse estudo o termo coletivo é utilizado de duas maneiras. A primeira é em referência ao grupo de artistas joalheiros, denominado “Sin Título”. A segunda maneira tem o sentido de híbridos formados por humanos e não humanos necessários para a formação de associações ou redes.

¹³⁸ VER: <https://artjewelryforum.org/ajf-blog%20e%20http://klimt02.net/>

¹³⁹ Fiz formação em joalheria em Portugal, onde passei por duas escolas: Contacto Directo e ArCo, Centro de arte e comunicação visual. De volta ao Brasil, durante dez anos, de 2000 a 2010, atuei na educação profissional, na Escola de joalheria do SENAI-RJ, e na produção e desenvolvimento de joalheria.

serem respondidos e explicitados, no qual buscava informações sobre: atuação profissional; formação, definição do segmento em que atuavam forma de comercialização do trabalho, segmentos por onde circulavam os produtos e se na criação havia uma preocupação em estabelecer uma relação entre objeto e usuários ou se já haviam passado por alguma experiência de interação entre sujeito e joia que os tivessem surpreendido.

A partir das respostas, selecionei alguns joalheiros do eixo Rio – São Paulo, cujos trabalhos eu já acompanhava. Por entender que alguns se aproximavam da joalheria comercial e outros de uma joalheria mais experimental¹⁴⁰, selecionei três artistas joalheiros¹⁴¹. A triagem tinha por intuito identificar os artistas joalheiros, dos joalheiros com um viés mais comercial e, dessa forma, distinguir aspectos mais amplos de suas formações e entendimento de suas atuações. No momento seguinte, foi possível aprofundar as entrevistas, as quais foram conciliadas com observações etnográficas em seus ambientes de ação. No entanto, um dos informantes que eu havia previamente selecionado como produtor de joalheria comercial, pois comercializava suas peças em lojas de multimarcas e de roupa, se autodenominou artista joalheiro, aspecto que me levou a incluí-lo no grupo dos artistas pesquisados. De modo que, trabalhei com os depoimentos e reflexões dos profissionais que se reconhecem como artistas joalheiros. Assim, em São Paulo contei com dois artistas joalheiros, Mirla Fernandes e Flammarion Vieira, e do Rio de Janeiro contei com Elizabeth Franco e Virgílio Bahde.

Dessa forma, a partir de 2014, de volta ao Rio de Janeiro, pude frequentar seus ateliês, sobretudo o ateliê do Virgílio Bahde e o da Elizabeth Franco. Este último estava localizado em uma antiga fábrica de tecidos, onde funcionam ateliês de vários artistas. Para além do funcionamento de sua oficina, era o local onde Elizabeth dava aulas para um grupo de interessados em joalheria contemporânea. Fui convidada a apresentar minha pesquisa em algumas ocasiões, assim como a assistir suas aulas. O curso, nomeado OCCO – O Corpo Contemporâneo – tinha

¹⁴⁰O sentido aqui adotado para experimental se aproxima de um desempenho que questiona as convenções e desafia as tradições da joalheria.

¹⁴¹Essé número de informantes foi fruto de discussão durante o período de orientação, tendo sido sugerido por um dos professores que participou da minha banca de qualificação, como a argumentação era no sentido de aprofundar a investigação e um número maior poderia dificultar esse processo, entendemos que era procedente e foi acatado. Pois, como essa pesquisa é qualitativa e o meu interesse era realizar um acompanhamento mais próximo dos produtores me parecia que esse número podia, ao mesmo tempo, me oferecer uma amostragem do segmento investigado e permitir um aprofundamento na interação com os artistas joalheiros.

formato de grupo de estudo, o qual contava com coordenação da Elizabeth e tinha como intuito “explorar uma diversidade de saberes para discutir o estatuto do corpo contemporâneo e sua ornamentação”. A proposta surgiu visando aprimorar e dar continuidade à experiência anterior de um grupo de estudos, chamado ‘Pensando a Joalheria’, conduzida durante um ano e meio por Elizabeth Franco, e que em 2015 assumiu este novo formato. A organização adotada por Elizabeth para o grupo, contou com a colaboração de mais duas professoras, uma delas era a professora de desenho, enquanto a outra se propunha discutir teóricos que refletissem a questão do corpo, percepção, visão e arte – como Foucault, Jonathan Crary, entre outros. A orientação técnica e conceitual ficava a cargo da Elizabeth. Portanto, nessa proposta os alunos eram estimulados a expandir o desenho do corpo e a refletir sobre as diversas abordagens que tinham como objeto de estudo os mesmos interesses, que envolviam a produção da joalheria contemporânea, a saber: corpo, arte contemporânea, filosofia da arte, processo criativo; além de contar com orientação para o desenvolvimento dos seus projetos.

Já o ateliê do Virgílio está instalado em uma casa, também compartilhada por outros artistas. O joalheiro que já adotou vários modelos de negócio, atualmente, conta com um ourives apenas para as produções maiores, pois mantém o desenvolvimento de duas coleções por ano para a marca de moda da Lenny Niemeyer; executando algumas vezes, também, peças para desfiles de moda. Entretanto, o que Virgílio conquistou durante esses anos foi à liberdade para mudar o ritmo do seu trabalho; assim, já teve ourives fixo, mas eventualmente sente necessidade de interromper o padrão de trabalho para sair, conforme seu relato, de uma zona de conforto e, com isso, se obrigar a fazer diferente. Em suas palavras, “eu não quero alimentar mercado, eu quero tá fora do mercado. Cada vez mais eu tô sendo bem aceito no mercado e posso restringir esse mercado pra mim”.

Com respeito a Mirla Fernandes e Flammarion Viera o acompanhamento não foi tão intenso como com os joalheiros cariocas. Foram realizadas entrevistas por e-mail e uma visita a São Paulo. Em maio de 2014, como Mirla expos no SESC-Tijuca, no Rio de Janeiro, pude acompanhar o desenvolvimento do seu trabalho na mostra intitulada “Cetro”, na qual a elaboração da obra acontecia a partir da interação com o público. A proposta foi trabalhar com o Cetro, símbolo do poder, elaborando-o de forma concisa até sintetizar na materialização do gesto de segurá-lo, confeccionado

em cerâmica, os quais eram oferecidos ao público em troca de uma imagem com a peça em uso. A proposta de Mirla é utilizar, em outro momento, o trabalho gerado nessa exposição, no qual foi produzida uma série de fotografias para uma nova mostra a ser intitulada por “Entre Tantos”.

A experiência no exterior ocorreu de forma distinta, duas fontes diferentes me chamaram atenção para o que estava acontecendo em termos de joalheria contemporânea no México. A primeira fonte foi um *repost*¹⁴² publicado por uma joalheira inglesa, Jo Pond, no seu perfil do Instagram, em abril de 2014. O post original era de um perfil chamado “the jewellery activist”. Esse nome, relacionado a um ativismo na joalheria me chamou muita atenção, de tal modo que, através de uma busca, acabei chegando ao nome de Holinka Escudeiro e de sua rede de comunicação, a qual compreende uma conta no Instagram, uma página no Facebook e um blog <<http://holinkaescudero.com/blog/>>. Esse é o meio pelo qual Holinka utiliza para apresentar a joalheria contemporânea, tanto o coletivo do qual faz parte, o “Sin Título”, quanto os vários eventos relacionados a essa categoria por todo o mundo. Mas como a própria Holinka explica, ela precisava de um nome que se diferenciava dela mesma, um nome para a comunicação da joalheria contemporânea. E foi a partir dessa busca que surgiu o título “the jewellery activist”, o qual dá nome ao site www.thejewelleryactivist.com e ao broche, Figura 26.

“Es lo que te digo: con mi blog, primero estaba conectada con la página de mi trabajo comerciales, entonces el blog era conocido como Holinka Escudero. Después eso no me decía nada, era como Yo, no era eso. Después era ¿o que significa joyería contemporánea? Tampoco me checaba y después de mucho tiempo me concedí el título de “the jewellery activist”. Llegó el momento en que me pregunté, ¿ que estoy haciendo? Todo el día, todos los días estoy detrás del monitor viendo joyería, entonces me di cuenta de que la manera en la que me desenvolvía era la manera de un activista. No un activismo heroico, pero la joyería es mi causa y mi convicción.” (Entrevistada).¹⁴³

¹⁴² O *repost* é uma ferramenta que permite, ao usuário da rede social instagram, repassar um conteúdo de sua comunidade, mantendo a autoria original da quem postou a mensagem.

¹⁴³ É o que te digo, com o meu blog estava conectada com a página do meu trabalho comercial, então o blog era conhecido como Holinka Escudero. Depois disso não me dizia nada, era como eu, não era isso. Depois era, o que significa Joalheria Contemporânea? Tampouco me confirmava e depois de muito tempo me deu o título de “the jewellery activist”. Chegou o momento que me perguntei, o que estou fazendo? O dia todo, todos os dias estou detrás de monitor vendo joalheria, então me dei conta de que a maneira em que me desenvolvia era a maneira de uma ativista. Não um ativismo heroico, mas a joalheria é a minha causa e minha convicção. (Tradução nossa)

Figura 26- Jewellery Activist- Broche



Fonte: Escudeiro, Holinka (2015).¹⁴⁴

A outra fonte foi um artigo de Kevin Murray¹⁴⁵, publicado no site <www.artjewelryforum.org>, “*Keeping the Faith with Contemporary Jewelry*”, no qual ele analisa o surgimento do coletivo de artistas joalheiro mexicanos, chamado “Sin Título”, e também do coletivo taiwanês, Mano MÀN MÀN. De acordo com o autor, a formação de coletivo foi uma maneira que os joalheiros encontraram para driblar as dificuldades com as quais se deparam, tanto no México, quanto em Taiwan, sendo ambos os contextos que, diferentemente do Europeu, não encontram espaços de exposição ou colecionadores. Dessa forma, esses atores resolveram se unir para enfrentar tais dificuldades e buscar novas abordagens para atuar na joalheria de arte. Ou seja, a partir de outras formas de atuação, encontrariam outros caminhos para apresentar a produção de joalheria contemporânea.

Essas duas fontes de informação, que surgiram em um curto espaço de tempo, aguçaram minha curiosidade em conhecer o trabalho dos artistas joalheiros mexicanos. Mesmo antes de ir ao México, pude observar, através do artigo de Murray e do blog de Holinka, que o cenário mexicano da arte joalheria tinha muitas semelhanças com o que acontecia no Brasil. De forma que, se a análise de Murray estivesse correta, me interessava conhecer esse trabalho coletivo, que sinalizava para um novo caminho na produção da arte joalheria.

¹⁴⁴ VER: <http://www.thejewelleryactivist.com/>

¹⁴⁵ Kevin Murray escreve artigos para o site <http://www.artjewelryforum.org/>. Ele é curador e escritor residente em Melbourne. Com Damian Skinner escreveu “*Place & Adornment: a history of contemporary jewellery in Australia and New Zealand* (Bateman Publishing, 2014).
VER: <https://artjewelryforum.org/articles-series/keeping-the-faith-with-contemporary-je>

O meu primeiro contato com o coletivo “Sin Título” ocorreu através de um encontro com Holinka Escudero, no dia 30 de janeiro, a quem fui apresentada pela curadora Valéria Vallarta, no final de 2014, quando ainda estava no Brasil. A reunião com o restante dos membros aconteceu no dia 18 de fevereiro, seis semanas após a minha chegada ao México. Não considerei que pudesse ocorrer qualquer dificuldade em estabelecer uma aproximação com o coletivo, afinal tivera a recomendação da curadora mexicana de uma importante exposição de joalheria contemporânea, “Think twice, new Latin American jewelry”¹⁴⁶. Valéria, ao me apresentar à Holinka, explicou que eu faria parte da minha pesquisa de doutorado na Cidade do México e que eu tinha muito interesse em estabelecer contato com o “Sin Título”. Como Valéria é muito respeitada por sua atuação na joalheria contemporânea, pois além do trabalho de curadoria, dirige a fundação “Otro Diseño”, cujo objetivo é dar oportunidade para os designers e artistas Latino Americano no mercado internacional, considerei que o contato fluiria bem. Valéria ainda coordenava outros projetos, entre os quais se destaca o “Taller Viajero”, cujo objetivo era disseminar a linguagem da joalheria contemporânea entre público interessado e residente no México, inclusive frequentado pelos membros do “Sin Titulo”. Assim, durante os últimos cinco anos, aconteceram workshops de vários artistas joalheiros, no México, entre eles, Hanna Hedman, Jiro Kamata, Tanel Veenre, Jorge Manilla, todos reconhecidos internacionalmente, razão pela qual subestimei qualquer dificuldade de aproximação com o coletivo.

Para minha surpresa, passei aproximadamente um mês e meio procurando efetivamente encontrar com algum representante do coletivo. Tendo em vista que o meu contato inicial havia sido com Holinka, e como ela não conseguia reunir o grupo, ofereceu-se para falar comigo em um café em Coyoacán. Depois desse primeiro encontro e diante da dificuldade de reunir o grupo, Holinka sugeriu um encontro na feira de arte, Zona Maco, que aconteceria entre os dias 4 a 8 de fevereiro de 2015, para conhecê-los. Recomendou que eu entrasse em contato e tentasse uma carona com Zinna, também membro do coletivo, que mora no mesmo bairro que eu residi. Dessa forma, aproveitaria o momento que eles estariam na feira de arte para encontrar os outros membros do coletivo. Holinka também havia me

¹⁴⁶ A exposição “Think twice, new Latin American jewelry” foi uma exposição itinerante, a qual teve início em 2010, no Museu de Arte e Design – MAD, em Nova York e encerrou em 2015, no Museu Franz Mayer, na Cidade do México.

informado que Fernanda e Alberto estariam no stand da joalheria para a qual eles trabalham. Portanto, seria uma excelente oportunidade para uma aproximação com os outros membros do “Sín Título”, com exceção de Poleta, que não estaria presente.

Fiz conforme a sugestão de Holinka: liguei para Zinna e lhe disse que tinha muito interesse eu ir com ela à Zona Maco. Ela já sabia quem eu era e disse que estava esperando o contato de Cristina, com quem estava planejando ir à feira. Logo que acertasse os detalhes da visita, como o dia e horário, me retornaria para me informar os detalhes. Zinna me ligou no mesmo dia e disse que não iriam mais e que estava preocupada que eu pudesse perder a chance de conhecer a feira por minha conta própria. Respondi que lamentava muito, mas caso elas viessem a mudar de planos, que me avisassem.

No dia seguinte, recebi um convite de outra amiga para ir à feira naquela tarde. Aproveitei a oportunidade, pois eu sabia que Alberto e Fernanda estariam no stand da joalheria na qual trabalham e fui por minha própria conta. Após visitar a área destinada às galerias de arte, fui à procura do setor de design¹⁴⁷, a fim de encontrar a joalheria em que dois membros do “Sin Título” trabalham. Foi muito fácil reconhecê-los, pois tivera acesso a uma foto do coletivo. Assim, me apresentei para os dois e, para minha surpresa, Alberto pediu que eu aguardasse um pouco, pois iria chamar Zinna e Cristina, que estavam por perto. Ou seja, mesmo sem planejar, finalmente consegui me apresentar ao coletivo.

A partir desse encontro Fernanda passou a ser minha interlocutora do “Sin Título”. Ela explicou a dificuldade do contato a uma falha de comunicação, mas que se encarregaria de me convidar para um encontro do grupo. Por meio de mensagem, uma semana após o encontro na feira de arte, voltei a perguntar sobre a minha participação na reunião semanal. Entretanto, a resposta da Fernanda foi de que a reunião daquela semana seria privada; eles trabalhariam em assuntos restritos e que ela veria com o grupo um dia em que poderiam me propor um encontro.

¹⁴⁷ A Zona Maco, assim como as feiras de arte do Brasil, SP-Arte e ArtRio, delimitam uma área restrita para design. Nessa área encontra-se marcas de móveis, joias, estilistas, decoração, etc. Por conta desse critério de organização de algumas feiras de arte, aconteceu, em 2015, uma polêmica recusa da SP-Arte, pelo segundo ano consecutivo, em aceitar que a Galeria Thomas Cohn incluísse obras de joalheria contemporânea ao lado de esculturas de Tony Cragg e pinturas de Carlos Gorriarena.

Estava bastante preocupada, pois havia observado que o mexicano sente dificuldade de responder negativamente às demandas; em geral, vão postergando a resposta. Felizmente, duas semanas depois do encontro na feira de arte, Fernanda me enviou uma mensagem perguntando se eu estaria disponível na quarta-feira, dia 18 de fevereiro. Data do nosso primeiro encontro.

Marcamos às 20h. Zinna e Cristina foram pontuais, mas Fernanda e Alberto só conseguiram chegar uma hora depois. Vinham do trabalho, localizado do outro lado da cidade e no início da noite, hora de *rush*, o trânsito ainda costuma ser muito intenso. Só depois que Fernanda chegou, fiquei sabendo que Holinka e Poleta não viriam. A explicação para ausência de Poleta foi um compromisso na Universidade e para Holinka eles foram reticentes.

De início, apresentei minha pesquisa e os motivos pelos quais estava interessada em me aproximar e acompanhar o coletivo. Até aquele momento, só havia conversado com Holinka, razão pela qual não tivera oportunidade de expor o objetivo da minha pesquisa para o coletivo e, portanto, não ficara suficientemente claro o motivo do meu interesse no trabalho desenvolvido por eles. Falamos de joalheria, de suas formações e dos interesses que os uniam, além de ter a oportunidade de conhecer os seus principais projetos, entre os quais, se destaca: “La Chiclera”, “San Título”, e da parceria em construção juntamente com um coletivo de joalheiros da Nova Zelândia.

O “Sin Título” estava no processo de implantação do seu primeiro espaço físico, motivo que impediu o meu acesso às suas reuniões. Naquele momento, início de 2015, estavam discutindo questões financeiras relacionadas ao aluguel de uma sala comercial. Entretanto, passado esse primeiro momento, pude acompanhar a reedição dos seus projetos, desta feita, no novo espaço físico do coletivo. No projeto La Chiclera, Figura 27, o funcionamento é exatamente o mesmo do equipamento utilizado para a venda de chicletes; ou seja, nesse caso, eles adotaram uma moeda de 10 pesos mexicanos para ser introduzido na ranhura destinada ao pagamento. Em seguida, giramos a manivela e, de forma aleatória, somos surpreendidos com uma peça dentro de esfera de plástico, que pode ser um colar, anel ou broche. Nesse projeto, ressaltam-se alguns aspectos; o primeiro é a ampliação da concepção corrente do que é joia, já que nele a joia pode ser produzida com diversos materiais, além de poder ser vendida em qualquer lugar, basta transportar o

equipamento, prescindindo do espaço específico de uma joalheria. Outro aspecto é a forma de comercialização, já que deslocaram um equipamento comumente usado para vender produtos infantis, doces e chicletes, para a venda de joia, associada ao consumo de luxo, no qual a venda requer um atendimento especial. Ou seja, uma forma de comercialização oposta à venda aleatória proposta no “La Chiclera”. Nesse sentido, o trabalho tinha a intenção de ampliar o público consumidor de joalheria contemporânea, na medida em que oferece um produto com um preço popular¹⁴⁸ e, ao mesmo tempo, apresenta e divulga, através de uma proposta lúdica, o segmento da joalheria contemporânea.

Figura 27- La Chiclera. “Sin Titulo”



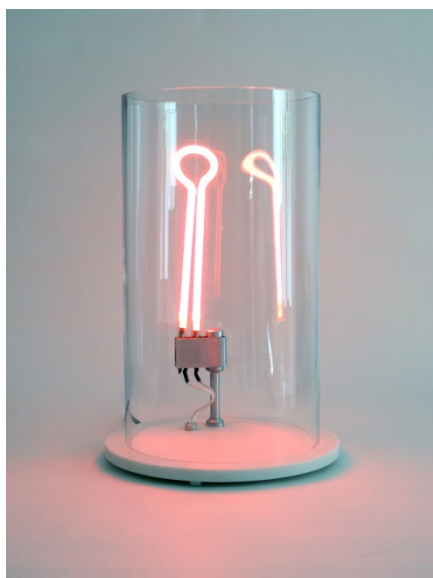
Fonte: A autora (2015).

O outro projeto, San Titulo, Figura 28, faz um jogo com a palavra San, santo em espanhol, e o nome do coletivo, “Sin Titulo”. A ideia do trabalho teve como origem a dificuldade que os joalheiros precisam enfrentar a fim de realizar seus trabalhos. Como a sociedade mexicana vive sob uma forte tradição do catolicismo, onde há santos para todas as causas, o coletivo decidiu que também precisavam criar o santo do joalheiro contemporâneo. Ao santo, os membros do coletivo pedem

¹⁴⁸ Na época, em 2015, o cambio de dez pesos mexicanos tinha o valor em torno de R\$ 2,00.

que ele forneça fé na disciplina e força para continuarem o trabalho como joalheiros. Neste caso, eles chamam atenção para a necessidade da fé para lograr atuar como joalheiros contemporâneos, uma vez que para conseguir ultrapassar todos os obstáculos de formação, exposição e comercialização com os quais se deparam, necessitam contar com a força de um santo. Nas palavras de Alberto, um dos membros do coletivo, “En México, dedicarse a la joyería contemporánea es un ato de fé”¹⁴⁹. Esse trabalho gerou um vídeo, o qual foi apresentado no simpósio de joalheria contemporânea, “En Construcción II”¹⁵⁰, em setembro de 2015.

Figura 28- San Título, “Sin Titulo”.



Fonte: “Sin Titulo” (2015).¹⁵¹

Em algumas das ações que pude acompanhar do “Sin Título”, havia uma nítida preocupação em formar público e posicionar a joalheria contemporânea, através da diferenciação com os outros segmentos da joalheria. Em um desses encontros, o grupo convidou a professora Daniela Rivera¹⁵² para realizar uma palestra sobre sua experiência em joalheria contemporânea, que aconteceu no dia 26 de junho de 2015, no Estúdio Sin Título, que fica no Barrio Alameda, na Cidade do México. A ideia do coletivo, ao promover esses eventos, é apresentar e divulgar o

¹⁴⁹ No México, dedicar-se à joalheria contemporânea é um ato de fé.

¹⁵⁰ VER: <http://holinkaescudero.com/blog/category/sin-titulo/>

¹⁵¹ VER: <http://sin-titulo.com/San-Titulo>

¹⁵² Daniela Rivera, Guadalajara, (1985). Fez licenciatura em Desenho Industrial, ITESM Campus Guadalajara (2003-2008), tem formação em Joalheria Contemporânea pela Escola d'art i Superior de Disseny de València EASD Valencia, Espanha (2008-2010).

próprio segmento de joalheria contemporânea. Para isso, pretendem formar uma agenda de eventos para movimentar o Estúdio Sin Título, sendo as palestras um importante momento de discussão e de formação de público.

Em um de seus artigos¹⁵³, Bruno Latour chama atenção para as questões controversas da teoria do ator-rede, TAR¹⁵⁴, através de um diálogo imaginário que, segundo ele, foi inspirado em conversas reais. No diálogo, um aluno do doutorado em sistema da informação pede orientação ao professor sobre as possibilidades de usar a TAR em sua pesquisa. Nas respostas, Bruno Latour esclarece como a teoria do ator-rede orienta o analista a conduzir a pesquisa, isto é, norteia o estudo para “como estudar as coisas ou como não estudá-las e, também, como deixar que os atores possam se expressar” (LATOURE, 2004, p. 62). Com isso, propõe que os pesquisadores, ao invés de buscarem interpretar ou explicar os atores ou evento, passem, antes, a descrevê-los, deixando os atores falarem por conta própria, pois apenas dessa forma seria possível acessar as redes que se formam entre atores humanos e não-humanos. Aqui convém acrescentar que o interesse em usar a TAR nesta pesquisa justifica-se pela prerrogativa de focar o objeto, o artefato relacionado à noção de um corpo artefactual. Não apenas em referencia a um corpo fabricado, mas entender o corpo como feito pelos artefatos, tanto através do uso, quanto da maneira adquirida na educação ou formação profissional. Dito de outra forma, pensar o corpo como constitutivamente sendo construído a partir da composição do humano e não-humano e observar como se operam os investimentos corporais e elaborações estéticas sobre o corpo através da associação com o universo da joalheria. Assim, um dos aspectos que se discute são as redes de sujeito e seus objetos, ao mesmo tempo em que se propõe refletir sobre a circulação desses objetos e a maneira como as pessoas os consideram.

5.2 Trajetória dos Produtores de Arte Joalheria

Para esse segmento de joalheria no Brasil, trabalhei com quatro joalheiros, dois de São Paulo e dois do Rio de Janeiro. Em São Paulo, trabalhei com Mirla Fernandes e Flammarion Vieira. A escolha por esses nomes se deu, sobretudo, pelo reconhecimento dos seus pares e por suas atuações como joalheiros

¹⁵³ VER: <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/90-ANT-DIALOG-LSE-GB.pdf>.

“On using ANT for studying information systems: a (somewhat) Socratic dialogue.” In:

¹⁵⁴A sigla em inglês é ANT – actor networktheory.

contemporâneos. Mirla, apesar de ter se aproximado da joalheria de maneira enviesada, conforme pode ser identificado em seu próprio depoimento, era extremamente atuante no segmento; possuía um blog, <<http://novajoia.blogspot.com.br/>>, que funcionou de 2006 a 2014, cuja proposta era “informar e divulgar a Arte Joalheria no Brasil e fora, além de promover o intercâmbio de ideias através de exposições, cursos e palestras”. Além disso, promoveu eventos, workshops e proferiu palestras, tanto no Brasil como no exterior.

“Sou formada em Farmácia Bioquímica (USP) e no último ano de Farmácia eu comecei a pintar e logo fiz exposição no Itaú Cultural. Aí pensei que queria ir mais pra esse lado. Depois que eu fiz essa exposição comecei a estudar pintura e entrei na FAAP, Educação Artística. Aí eu queria arrumar um emprego, ter um trabalho. Achei um estágio em joalheria e comecei a fazer. Aprendi na raça, mas tinha que fazer tudo lá. Fundir, fazer chapa, lixar, soldar. Passei por todos os processos, só não cravava. Depois vender, tudo, toda as etapas, porque era pequeno, não era setorizado. É ótimo, porque daí você conhece. Desenhar e testar com cliente... todas as etapas. Aí eu achei muito fantástica essa relação com o cliente, o papinho, gostei; aí conta a história do que aconteceu, o efeito que a joia teve, o comentário, a felicidade...Eu vi que eu gostava disso, saber que aquilo que você fez estava afetando concretamente a pessoa no dia a dia dela. Aí comecei a fazer, levava para a faculdade e abria assim numa mesinha e as pessoas faziam encomendas. Foi ótimo. Tinha esse contato, foi a coisa que mais me atraiu de tudo. Aí saí da faculdade e montei uma oficina. Aos poucos, ao longo da faculdade, fui montando e no final eu tinha uma oficina. Contratei um menino pra me ajudar. A gente estava fazendo e pondo nas lojinhas de museus e vendia lá. Chegou um ponto, é porquê sou muito acelerada, depois de uns 6 meses, (Mirla foi atender alguém da expo) fui curtindo e tal e comecei a ver na vitrine que estava tudo igual. A minha peça com a do outro. Fui achando aquilo uma mesmice e pensei que eu não ia vender mais, porque eu faço igual o que todo mundo está fazendo, não tem pequenas variações. Aí comecei a fuçar e achei a Schmucke¹⁵⁵, a revista, e achei umas coisas esquisitas. Não estava entendendo, fiquei intrigada. Não entendia o que estava acontecendo. Acho que é o estranhamento que todo mundo tem quando vê aquelas peças. Mas que material é esse? Como usa? Que que é isso? Aí comecei e falei: eu preciso fazer um estágio com essas pessoas. E mandei cartas pra vários. Os que eu gostei eu mandei cartas. Só me responderam os que eram professores. E eles responderam, venha aqui pra ver se você quer fazer o curso.” (Entrevistada).¹⁵⁶

¹⁵⁵ Revista alemã especializada em joalheria contemporânea.

¹⁵⁶ A entrevista foi realizada em uma de suas exposições, na qual pude acompanhar a interação que ela proponha com o público. A exposição Cetro (individual) aconteceu no SESC Tijuca, Rio de Janeiro, em 31 de Maio 2014.

Como Mirla transitava no mercado europeu, pois era onde realizava as exposições e comercializava seu trabalho, conheceu profissionais consagrados do segmento da joalheria contemporânea e alguns foram convidados a vir ao Brasil desenvolver workshops. Por ações como essas, era considerada por seus colegas como uma representante do segmento da arte joalheria no Brasil. Poucos meses depois do início da pesquisa com o seu trabalho, Mirla revela que estava pensando seriamente em se afastar da joalheria contemporânea. Esse movimento passou a se conformar por ocasião da defesa de sua dissertação no Programa de Artes da Unicamp, cujo objeto de investigação foi o pensamento poético no seu trabalho de joalheria. O questionamento surgiu a partir da arguição de um dos membros da banca sobre a denominação do seu trabalho.

“Mas isso você não podia chamar de objeto? Eu falei, posso, porque não? Você não pode chamar de desenho? Posso. Então eu vi que o meu trabalho estava confinado num nome, que confina ele em lugares menor. Sem fronteiras eu deixo ele circular mais...”
(Entrevistada)¹⁵⁷.

O teor da fala da Mirla deixa claro o seu entendimento do lugar da joalheria, ou da arte joalheria enquanto atividade: denominar o seu trabalho de joalheria era reduzi-lo a uma categoria de pouco alcance, pois implicava em limitar a circulação e o reconhecimento de seu trabalho artístico, aspecto que Mirla considerou relevante e a fez interromper o percurso da sua trajetória na joalheria contemporânea. Esse aspecto, a limitação da joalheria no campo artístico, foi observado nos depoimentos de alguns artistas joalheiros estrangeiros presentes no Simpósio “En Construcción”. A exemplo disso, Francisca Kweitel¹⁵⁸ comenta que os joalheiros que se aproximam da arte, após terem feito a primeira formação em joalheria, chegam a um determinado momento em que se sentem limitados nessa disciplina, então passam a se autodenominar criadores ou artistas; fazer joalheria, segundo Francisca, pode implicar em se impor limites.

“Pero empezaba a sentir la necesidad que no todo era un objeto para ser llevado en el cuerpo. De hecho, después de eso hice fotografía, fotografía no porque yo sacará a las fotos, si no porque yo armaba un escenario, una acción, un objeto que iba relacionar a mi cuerpo y

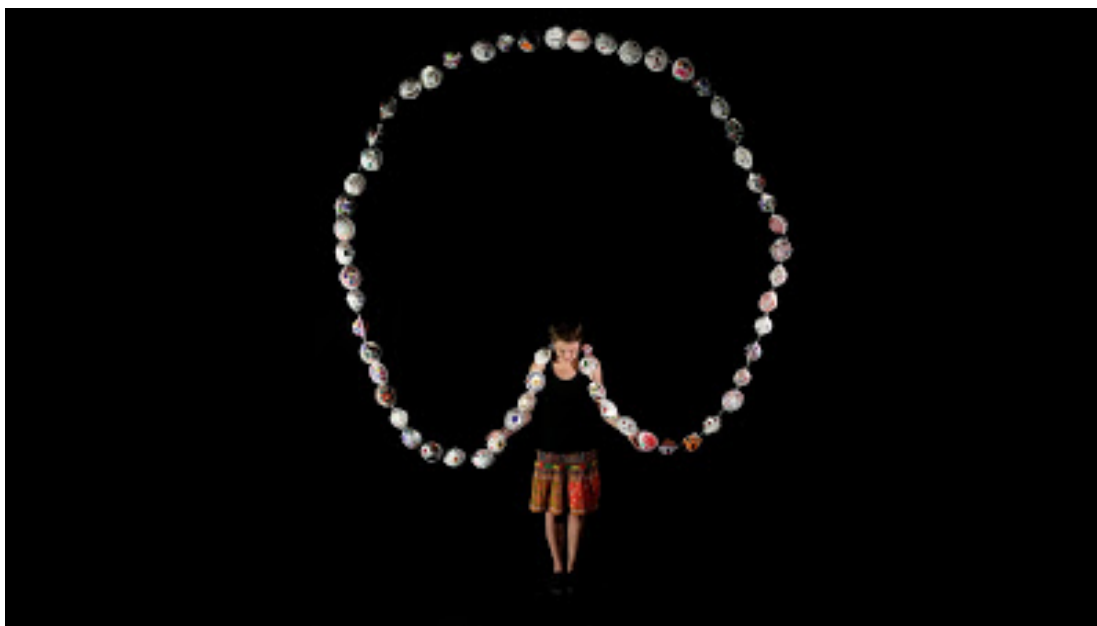
¹⁵⁷ Entrevista concedida por Mirla Fernandez em 31 maio 2014

¹⁵⁸ Francisca Kweitel, joalheira contemporânea argentina, é uma das coordenadoras do Simpósio “En Construcción”, sua formação foi em Design de Indumentária, na Universidad de Buenos Aires, e em joalheria na Escola Massana, em Barcelona.

alguien me sacaba esa foto, y después hice video. Entonces claro, vos me preguntáis, soy joyera? Yo hace un tiempo que contestaba que ya no, que ya no era joyera. Pero el otro día charlaba con Gemma Draper y le decía se vos mirar en Klimt hay muchos trabajos que no solo se salen del cuerpo, si no que son instalativos en el medio de una ciudad, como un collar de bolas de arenas en medio de una obra en una ciudad, creo que en Alemaña. Y así hay muchas otras opciones. Entonces cuando yo veo todos esos trabajos, me pregunta cual es el limite de la joyería y no lo sé. [...]Los limites nos facilitan ciertas conversaciones, pero no tiene mucho sentido. Mi parece que la respuesta es que voy ser siempre joyera, porque lo fue de una forma muy intensa y ya está dentro de mi cuerpo”¹⁵⁹. (Entrevistada)

Francisca discute os limites da área de atuação da joalheria, pois muitos trabalhos já não são para serem portados ao corpo, mas lhe fazem referência, como no seu trabalho “Respiro”, o qual foi realizado a partir do envolvimento de outras pessoas. Segundo Francisca, os protagonistas do seu projeto foram à tradição e a palavra, de forma que ela solicitou que artesãs das regiões de Oaxaca e Chiapas, México, bordassem em mascaras respiradoras, respeitando os desenhos, o estilo e as cores tradicionais do artesanato mexicano. O envolvimento de outras pessoas, com suas histórias e inquietudes, imprimiu a força do trabalho, Figura 29. Com esse colar, que tem um diâmetro de 3 metros e já não é para ser portado, Francisca se questiona se todo trabalho de joalheria deve se manter nos limites do corpo. Entretanto, o colar “Respiro”, cujo resultado é a imagem, além de ter gerado um vídeo com registros do processo de elaboração junto com as artesãs, faz referência à linguagem da joalheria, pois é uma tipologia de joia e de alguma forma Francisca o porta, conforme vemos na imagem.

¹⁵⁹ Mas comecei a sentir a necessidade de que nem todo objeto era para ser levado ao corpo. De fato, depois que fiz fotografia, fotografia não por eu tirar as fotos, mas porque eu armava um cenário, uma ação, um objeto que iria se relacionar com o meu corpo e alguém tirava a foto, e depois fiz um vídeo. Então claro, você me pergunta, sou joalheira? Fazia tempo que eu contestava que não, que já não era joalheira. Mas outro dia conversava com Gemma Draper e lhe dizia, se você olhar no <<http://klimt02.net/>> tem muitos trabalhos que não só saem do corpo, mas são instalações no meio da cidade, creio que na Alemanha. Assim tem muitas opções. Então quando eu vejo todo esse trabalho, minha pergunta é qual é o limite da joalheria e eu não sei. Os limites facilitam certas conversações, mas não tem muito sentido. Me parece que a resposta é que vou ser sempre joalheira, porque o fui de uma forma muito intensa e já está dentro do meu corpo. Então isso não vai mais embora. (Tradução nossa).

Figura 29- Respiro.

Fonte: Kweitel, Francisca (2010).¹⁶⁰

Aqui no Brasil, a ausência de uma série de instâncias desse segmento faz pressupor a resistências que os produtores identificam para o desenvolvimento da atividade; assim, não existe uma formação de joalheria com expressão artística, as escolas existentes oferecem formação técnica em ourivesaria, como igualmente inexistem espaços expositivos e de comercialização do trabalho com expressão artística. Nesse sentido, os produtores se tornam autodidatas, pois não encontram espaço para fazer formação e tampouco para encaminhar suas carreiras, como expor e comercializar os seus trabalhos. Outro aspecto ressaltado por Mirla foi à dificuldade em relação à sua intenção inicial de instaurar esse segmento. Ou seja, o esforço em delimitar e movimentar um campo ainda incipiente foi sentido como excessivamente grande: “esse meu discurso de batalha, eu me sentia muito batalhando. Eu acho que aqui no Brasil a abordagem é muito comercial. Não tem interesse. Não tem mercado e não tem interesse também.”.

O outro joalheiro contemporâneo residente em São Paulo, Flammarion Vieira, tem formação incompleta em arquitetura. Sua formação em joalheria foi realizada em curso de desenho de joia, mas foi, sobretudo, o autodidatismo que marca a sua trajetória. No seu relato, Flammarion diz ter sempre trabalhado com moda. Também trabalhou durante quatro anos em uma joalheria em Brasília, passando a gerenciar,

¹⁶⁰ VER: <http://franciskweitel.blogspot.com.br/p/respira.html>

depois, uma joalheria em Goiânia. Segundo seu depoimento, estava convicto que não queria fazer joalheria comercial.

“Eu queria uma coisa diferente; eu gosto muito de imagem, desde criança eu gosto de ler livros de imagem e aí isso sempre me atraiu, o recorte. E eu tive uma ideia de que poderia fazer joias, um misto de joias com bijuterias, mas que eu pudesse agregar aquela coisa da paixão, o ouro, o brilhante, as pedras preciosas. E assim eu comecei a fazer colares e que me satisfiziam enquanto artista, enquanto joalheiro E aí a coisa foi aumentando, foi crescendo. Então eu acho que a joalheria tem muito disso, de você hoje em dia ter uma amplitude de coisas e de possibilidades de usos, de bolsos, de gosto, enfim.” (Entrevistada).

Portanto, Flammarion uniu a suas duas paixões, a joalheria e as imagens. A partir da necessidade de criar joias sem necessitar fazer investimento em material, ele passou a adotar as imagens na sua produção de joias. O insight ocorreu ao ver uma imagem de um colar da Bulgari em uma revista que o impactou, “vi um colar [...] e pensei: que colar maravilhoso, dá vontade de pegar este colar da revista. Na hora que eu falei isso, deu vontade de recortar, porque era exatamente a proporção de um colar”. Em seguida, com intuito de viabilizar a intensão de usar as imagens de joias nas suas criações, investigou materiais, como verniz e resina, que criassem uma resistência para a peça e permitissem a composição das imagens com outros elementos, como pedras, fechos, entre outros objetos.

Figura 30- O processo de trabalho de Flammarion Vieira.



Fonte: Vieira, Flammarion (2010).¹⁶¹

¹⁶¹ VER: <https://www.flickr.com/photos/clubcafe2125/with/24029127673/>

Figura 31- Lalique et Eiffel.



Fonte: Vieira, Flammarion (2010).¹⁶²

“Primeiro coleí em papelão, depois no mdf para dar mais resistência. Em seguida levei no meu ourives para fazer dobradiças. Customizei com pedras, zircônias e strass. Nasceu uma coisa de papel resina, elementos muito baratos, com prata, com ouro, com pedras brasileiras e strass.” (Entrevistado).

Flammarion mistura imagens da joalheria industrial e da alta joalheria com imagens veiculadas em revistas de moda, além de outros materiais como perolas, pedras e componentes de metal para criar suas peças. Entretanto, as imagens adotadas em uma peça dependem do tema no qual esteja trabalhando ou da encomenda que ele receba. Seu processo se ancora no “foco na ideia e com uma coisa divertida de fazer uma joalheria que as pessoas têm acesso e ao mesmo tempo são usáveis”. Conforme pode-se observar, Figura 30, no seu trabalho de assemblage¹⁶³ há recortes de brincos de esmeralda e brilhante, grande imagens de pedras, anel cravado de brilhante, ou seja, uma variedade de material que ultrapassa os materiais adotados na linguagem da joalheria. Os materiais possuem várias procedências, “uso muita coisa que eu acho na rua, que eu compro em sebo, que as pessoas me dão”. Nesse sentido, podemos ver na peça “Lalique et Eiffel”,

¹⁶² VER: <https://www.flickr.com/photos/clubecafe2125/with/24029127673/>

¹⁶³ Técnica de colagem que reúne objetos distintos para produzir outro objeto, no qual os elementos adotados ganham um novo sentido, sem perder o sentido original.

Figura 31, a torre Eiffel, ícone francês, usada como o corpo da libélula, broche criado por Lalique, joalheiro que foi referência do movimento da Art Nouveana joalheria. O colar ainda conta com recortes de imagens de rosas vermelhas, contas negras, além do fecho e outros pequenos elementos em ouro. O conjunto ganha um novo sentido, enquanto os elementos que o compõe guardam individualmente seus sentidos.

A ideia de joia, para Flammarion, tem um sentido expandido. Assim, ele parte do princípio de que adorno é joia, rejeitando a definição da joia a partir dos materiais que são utilizados (materiais nobres ou raros) ou pela quantidade de metal que a peça possui. Ressalta ainda dois aspectos que persegue em seu trabalho: o impacto visual e a qualidade na composição.

Figura 32- Execução de anel com lápis lazuli.



Fonte: Bahde, Virgílio (2014).

No Rio de Janeiro, acompanhei os trabalhos de Virgílio Bahde e Elizabeth Franco. Virgílio foi o informante que possui a trajetória mais longa e, por isso mesmo, experimentou algumas formas de atuação na joalheria. Portanto, desde os anos 70 atua no desenvolvimento e produção de joias. Tem formação em Belas Artes pela UFRJ e aprendeu joalheria na prática, no trabalho em oficinas.

“[...] caí numa oficina logo; por sorte peguei uns espanhóis. Tinham alguns espanhóis que vinham pra trabalhar aqui. Colado com eles, aprendi; eles ensinavam, faz assim... olhando, curioso...”
(Entrevistado).

Virgílio experimentou diversos modelos de negócios na joalheria. Inicialmente, ainda no período da sua formação nas oficinas, chegou a produzir para a indústria

joalheira. Ele nos conta que nas décadas de 60 e 70 muitas indústrias terceirizavam a produção, contratando o serviço de pequenas oficinas. Nesse modelo, a produção de uma grande empresa é complementada pelo trabalho executado em pequenas oficinas. Muito embora a grande empresa tenha oficina própria para abastecer suas lojas e ficar livre dos encargos com funcionários, utiliza a produção de terceirizados. Foi dessa forma que chegou a produzir para a H.Stern. Essa experiência contribuiu sobremaneira para sua formação, pois como a H.Stern era e continua sendo muito exigente com o resultado das peças, adquiriu conhecimento e prática em trabalhos extremamente sofisticados, como sistema de fechos e cravação¹⁶⁴.

Em seguida, deu aula de técnicas de ourivesaria durante 3 a 4 anos. Atuou na joalheria autoral¹⁶⁵ e vendeu peças nas primeiras galerias de joias do Rio de Janeiro, como a Simetria, que foi a primeira galeria da cidade, em 1987. Caio Mourão que, com mais dois sócios, abriu a Galeria Plural, a qual durou dois anos. Entre os anos setenta e oitenta, fez parte do grupo de artistas joalheiros representados pelas galerias, junto com nomes que marcaram a joalheria experimental da época, como; o próprio Caio Mourão, Marcio Mattar, Alfredo Grosso e Ruby Yallouz. Para Virgílio, as galerias deram certo durante um período; no entanto, dois aspectos comprometeram a sobrevivência desse tipo de negócio. Primeiro foi a introdução do design pelo setor joalheiro, o outro aspecto foi a conjuntura econômica do país. Para Virgílio, esses obstáculos foram responsáveis pela reorientação da sua atuação profissional, pois foram criados grandes obstáculos para a sustentabilidade das galerias.

“Fechou com o Plano Collor, não lembro quando foi o Plano Collor. Acho que começou em 82. Mas aí veio o tal do design também. Você faz uma coisa, tira série, aquilo barateia o custo, não é? De certa maneira facilitou certas coisas, mas também restringiu um pouco esse trabalho da peça única, de você fazer uma peça como, não vou dizer como arte, mas como peça única. Isso encareceu o custo. E o design de certa maneira traz uma certa massificação. Você põe coisas no mercado com produção, coisas novas, coisas legais, [...]. O público se habitua àquilo.” (Entrevistado).

¹⁶⁴ Essa formação teve reflexos no trabalho que Virgílio desenvolveu durante todo o seu percurso profissional. Apesar do seu trabalho ter uma forma arrojada, as articulações, fechos, mecanismos e cravações são extremamente complexos.

¹⁶⁵ Virgílio esclarece que o termo que se utilizava para a joalheria com expressão artística era joalheria de autor.

Para Virgílio, o design, ao permitir a produção em série, barateia o produto e também forma o gosto. Todo o processo de design, que inclui pesquisas a fim de conhecer o público alvo, gera produtos que buscam agradar o público e, ao mesmo tempo, como conseguem otimizar a produção, calcular a quantidade de metal nobre que cada peça deve ter e alcançar escala, torna competitivo o preço final das peças. O processo se torna, muito diferente do trabalho do joalheiro experimental, no qual a pesquisa é mais de cunho formal e intuitiva. Na medida em que o que é oferecido no mercado é percebido como um estilo de joalheria, o público, segundo Virgílio, se habitua e, a partir do que é oferecido no mercado, forma-se o gosto por um determinado tipo de produto.

Confirmando o relato sobre sua trajetória profissional, Virgílio registra que na etapa seguinte ao período das galerias, visto que o contexto se mostrava difícil para comercializar joias, ele abriu uma fábrica de bijuteria que durou 6 anos. Durante essa época, tinha como clientes as marcas de roupa como Lenny Niemeyer¹⁶⁶ e Fórum, para quem personalizava as produções que acompanhavam o lançamento das coleções de roupas. De acordo com Virgílio, o trabalho desse período foi marcado por um ritmo intenso nas atividades de desenvolvimento e produção, pois precisava acompanhar o calendário de lançamentos da moda.

Anos depois, de 1997 a 2004, atuou comercialmente na joalheria, abrindo uma oficina de produção de joias, showroom em Nova York e loja em Ipanema, a qual demandava “uma certa produção”. Virgílio relata que mesmo que o objetivo não fosse ter escala, era preciso “ter uma certa produção”. A exigência de se manter no mercado e cobrir os gastos do negócio fazia com que ele tivesse cerca de 10 ou 15 peças de cada modelo. “Isso quando se atingia a peça, puxa essa peça é... nunca fazia pra ser, mas aí uma caia no gosto. Depois esquecia aquilo, voltava pra fazer uma pesquisa”. Em outras palavras, as peças comercialmente mais exitosas possuíam essa tiragem de 10 a 15 unidades de um modelo; mas esse resultado não era planejado, eram as vendas que orientavam a quantidade da produção.

O retorno de Virgílio ao segmento da joalheria contemporânea ocorreu há uns 6 ou 7 anos, a partir de um encontro com um antigo colega das Belas Artes, atual

¹⁶⁶ A parceria com Lenny funciona até hoje. Embora tenham interrompido durante alguns períodos, de tempos em tempos Virgílio volta a trabalhar no desenvolvimento de coleções para a marca da estilista carioca.

professor da UFRJ. Os dois passaram a se encontrar para desenvolver um trabalho em conjunto. Esse encontro teve reflexos na joalheria que Virgílio passou a desenvolver, pois a ideia de atuar no campo da arte é uma ideia recorrente na sua trajetória. Não obstante, curiosamente, a joalheria produzida por Virgílio tem bastante êxito comercial, conforme relato da Elizabeth Franco, no período em que era dona da loja Banquete, “tinham três trabalhos na loja que vendiam bem, Virgílio Bahde, o meu e a Paula Morão. Eram os recordes de vendas”. De forma que deixar de produzir joias significaria, para Virgílio, deixar de ter uma fonte de renda.

“Isso foi bom porque me deu um distanciamento do olhar que eu tinha pra joalheria. Porque se você não tiver sempre fazendo esse distanciamento, cada vez olhando mais de fora a coisa, mais de fora, você acaba embolando e sendo puxado para o design. É muito forte, por isso esse olhar de fora é importante. E as artes plástica me faz isso, de estar atento à interação da joia com outras expressões e como a forma de tirar ela do corpo também. Retirar ela do corpo, para depois ela voltar a agregar.” (Entrevistado).

Figura 33- Coleção Cortes Negros. Onix, ouro e diamante.



Fonte: Bahde, Virgílio (2014).

O trabalho de Virgílio Bahde prima pela execução. Na Figura 33, nos colares da direita, há um mecanismo de trava extremamente sofisticado, que atravessa o ônix e possibilita ao usuário alterar o comprimento do colar. Vale ressaltar que Virgílio trabalha com muitos recursos técnicos e inova na configuração da peça por meio das técnicas tradicionais da ourivesaria, sendo toda a execução artesanal.

Para a criação dos sistemas de trava, não fez uso de tecnologias mais avançadas, como a solda a laser ou a prototipagem rápida, utilizadas na inovação da configuração da joia. A solda a laser, por exemplo, possui uma fonte de calor tão focada que não compromete os materiais que estão próximos ao objeto que será soldado, facilitando a execução da soldagem junto às pedras ou materiais que não resistem ao calor. Assim, o que se observa no trabalho do Virgílio é uma exploração formal dos materiais, os quais depois são aplicados em peças. Explora técnicas, mistura com a investigação dos materiais para alcançar as formas que lhe interessam.

“Aí a joia começou a tomar (forma)... comecei a trabalhar com esses ganchos, que são umas joias também, mas tem um processo de agregação de coisas. Eles começam num processo de banho, eles são feitos em banhos. Isso é uma formação feita de banhos, banhos,... depois de um ano ficou assim. Agregando cores, banhos diferentes, níquel, prata, latão.” (Entrevistado).

Por último, apresento a trajetória de Elizabeth Franco, cuja formação inicial foi em Química Industrial (UFRJ) e Educação Física. De acordo com suas próprias palavras, relativas ao início de sua atividade: “não associei a prática do desenvolvimento da joalheria ao corpo, mas hoje eu vejo que isso me puxou muito para a joalheria [...]; depois eu comecei a fazer cerâmica”. Seu percurso na joalheria também é longo – 22 anos de experiência profissional; mas a formação foi, basicamente, autodidata. Aprendeu as técnicas básicas de ourivesaria em dois ateliês, com Virgílio Bahde, entre 1989 e 1990, e com Márcio Mattar, de 1992 a 1995. Portanto, apesar de inicialmente não ter percebido uma relação entre as disciplinas que compuseram sua formação – Educação Física e Química, no desenvolvimento de sua prática em joalheria, essa percepção mudou. Atualmente, Elizabeth identifica que seu interesse pelo corpo e pelas artes do fogo – cerâmica – despertou sua curiosidade pela joalheria. Um dos aspectos explorados no seu trabalho é a transformação causada pela fundição dos metais; ou seja, experimenta as variações e comportamento na mistura dos metais, técnica conhecida como casamento de metais, conforme podemos ver na Figura 34, em que a joalheira explora a fusão de ouro 24 quilates, prata 950 e ouro branco de 18 quilates. Essa foi, marcadamente, a técnica mais experimentada em seu trabalho.

“Entre em contato com o poder transformador da cerâmica e fui buscar a joalheria muito por conta do material, do metal. Que tem essa possibilidade

de ser transformado e fundido por causa do fogo. Tanto é que eu acho que tudo que busquei em termos de forma foi muito simples e acabei caindo no casamento de metais. Que é essa investigação do material mesmo. É o conhecimento do material e não das formas. Me mantive mesmo no material.” (Entrevistado).

Figura 34- A praia e Série Interferências. Ag 950, Au 1000, Au 750 branco.



Fonte: Franco, Elizabeth (2011).

Elizabeth experimentou várias maneiras de atuar na joalheria. Na área da educação foi professora em escola técnica de joalheria, assim como orientou alunos no desenvolvimento de seus trabalhos no âmbito técnico e conceitual. Produziu por conta própria, trabalhou com ourives, tanto em oficinas de ourives, como teve ourives no seu atelier. “Depois, quando comecei a dar aula, sempre lutei para a formação de pessoal pra estagiar”.

Comercialmente, Elizabeth iniciou suas atividades com a venda para amigos, participou de feira de design, chegou a vender coleção para loja, aspecto muito incomum na área, pois, em geral, os comerciantes ficam com as peças em consignação e se não venderem devolvem-nas para o produtor. Em seguida, trabalhou consignado para lojas. De acordo com seu relato, “corri atrás de consignado. Teve um momento que eu tive muitos pontos de vendas; eu cheguei a ter 6 ou 7 pontos de venda entre Rio e São Paulo, quando em 2003, tudo acabou”. Para Elizabeth, 2003 foi um ano muito difícil para o segmento da joalheria contemporânea; um ano “de muitas perdas de espaço para exposição, pelo menos para o meu perfil de trabalho: já é um perfil, não é o tradicional, é um pouco diferenciado”. Nesse ano, três pontos de vendas fecharam, entre eles a “Lodja” de São Paulo e a “Guilda” do Rio, espaços especializados em joalheria. A explicação que Elizabeth fornece para o fechamento desse espaço é, sobretudo, pela situação

econômica daquele período. Em 2003, o ouro começou a ficar muito caro, como também foi o momento em que o Plano Real começou a se desestabilizar.

Entre os anos de 2007 a início de 2011, Elizabeth teve loja com mais duas sócias. Como a proposta era fazer uma loja-galeria de joias, chegaram a representar 33 joalheiros. Durante o funcionamento da loja, experimentaram a venda no *e-commerce*, que durou até 2014, mas não funcionou, de modo que fecharam porque não vendia. Segundo Elizabeth, “as pessoas querem olhar, experimentar”, pondo em dúvida a eficácia da venda de joia pela internet.

Em 2010, voltou seu foco de interesse para sua formação. Investiu nos estudos teóricos e práticos de arte contemporânea. O resultado desse esforço foi à transformação do seu trabalho. Assim, fez parte de um grupo de estudo com um professor da UFRJ e também formação prática e teórica com Charles Watson¹⁶⁷, professor da Escola de Artes Visuais do Parque Lage. A partir do tema da memória, começou a usar os cacos que vinha guardando da louça de sua avó. Nos primeiros trabalhos o produto foi à imagem, Figura 35.

[...] alarguei o trabalho, sempre como imagem, juntando cacos ao corpo. Eram como complementos e extensões do meu próprio corpo. Em dado momento, [...] comecei a utilizar os talheres de alpaca, também da minha avó. Neste momento comecei a criar novos objetos e com a ideia de manter suas funções, leva-los a um limite de utilização e fotografa-los no meu corpo. Utilizei também cacos de copos de cristal. (Entrevistado)

Essa imersão no estudo promoveu uma mudança significativa no trabalho que a artista joalheira passou a desenvolver. Ou seja, a prática artística intensa provocou uma ruptura no curso do seu trabalho, revelando um pensamento poético de estranhamento dos objetos da cotidiana, como louças e talheres, Figura 36. A sua questão foi associar os fragmentos da sua memória ao corpo. Utiliza os utensílios que eram da sua mãe e avó como extensão do seu corpo. Representar esses utensílios no papel não fazia parte de sua proposição, pois eles precisavam ser incorporados. Assim, Elizabeth utiliza os objetos que fazem parte de sua memória como extensões de seu corpo ou como incorporações transformadoras, como é o caso dos talheres.

¹⁶⁷ Charles Watson é professor especializado no Processo Criativo. Formado em Arte e Literatura pela Bath University na Inglaterra, leciona na Escola de Artes Visuais do Parque Lage desde 1982.

[...] objetos da nossa sociedade ocidental, que caracterizam nossos costumes e nos constituem como seres sociais e civilizados, [...]. São ferramentas que somos levados a apreender a dominar desde a mais tenra idade e se tornam tão naturalizadas pelo uso, que nos passam despercebidas no uso diário, como as próteses funcionais. É como em uma brincadeira, talheres, copos e louças são modificados o suficiente para que seu uso regular, na ação de sentar-se à mesa para comer, seja estranhado. Este ato, tão cotidiano e banal, faz com que esses objetos se tornem “invisíveis”.

Figura 35- Colar Prato. Cerâmica.



Fonte: Franco, Elizabeth (2013).

Figura 36- Objetos do cotidiano – profanação nos processos de utilização.



Fonte: Franco, Elizabeth (2013).

Em relação à trajetória dos membros do “Sin Título” – relativo ao contexto dos joalheiros contemporâneos do México, dos sete integrantes que atualmente compõe o coletivo: Holinka Escudero, Fernanda Barba, Cristina Celis, Alberto D’Avila, Zinna Rudman, Paulina López, também conhecida como Poleta e, mais recentemente, Brenda Farias, a quem só tive a oportunidade de conhecer no dia 30 de abril de 2015, no evento de inauguração do espaço físico do coletivo e lançamento do projeto “San Título”, quase todos têm formação em design.

Portanto, com exceção de Zina, que tem formação em “conservación y restauración de bienes culturales muebles”, todos possuem formação em alguma área do design; assim, Holinka estudou design gráfico, Poleta design de moda e têxtil e Fernanda, Alberto, Cristina e Brenda fizeram design de produto.

De acordo com o depoimento de Holinka, o interesse em se unir surgiu a partir do simpósio de joalheria contemporânea, “Walking in the gray área”, o qual aconteceu na Cidade do México, em 2010. O objetivo central do simpósio foi reunir um grupo de artistas e joalheiros contemporâneos Latino Americanos e Europeus para que pudessem trocar experiências, ideias, reflexões e imagens relacionadas a três principais temas; joalheria, mobilidade global e identidade. Após esse encontro, com a participação de tantos diferentes artistas joalheiros, vários aspirantes a joalheiros mexicanos se interessaram em criar um movimento local. A princípio, segundo relato de Holinka, eles eram muitos, mas no início de 2015 ficaram seis; Holinka Escudero, Alberto Davila, Cristina Celis, Fernanda Barba, Zinna Rudman, e Paulina López.

Todos os integrantes relatam algum episódio que despertou o interesse pela joalheria. Para Holinka foi a influência de um professor: “al final de mi carrera tuve un maestro, en toda a extensión de la palabra; diseñador industrial de profesión con una gran trayectoria: diseño textil, automotriz, trabajó en joyería con Gijs Bakker y TANE¹⁶⁸” (marca de uma joalheria mexicana). Cristina fez graduação na UNAM – Universidad Nacional Autónoma do México e mestrado no Royal College of Arts, ambos em design. Assim como Alberto, Cristina teve seu primeiro contato com a

¹⁶⁸ No final do meu curso universitário tive um professor, em toda extensão da palavra; designer industrial de profissão com uma grande trajetória: design têxtil, automotivo, trabalhou em joalheria com Gijs Bakker e TANE. (Tradução nossa).

joalheria através de curso oferecido na Universidade; tendo todos estudaram na UNAM.

“Hace muchos años me inscribí a un curso básico de joyería en la Universidad UNAM por mera curiosidad. Al conocer las posibilidades que ofrecía la joyería, participé en talleres y cursos y contraté a un joyero español para enseñar técnicas básicas de joyería en mi taller. Después asistí al Simposio Gray Área y fue cuando supe de la existencia de ésta otra área maravillosa que ofrece la joyería contemporánea. Desde entonces, no he dejado de buscar, a través de talleres y exposiciones el entender el lenguaje de la joyería contemporánea. Poco a poco me he alejando de la producción en serie, tratando de hacer sentido a través de mis piezas”¹⁶⁹.
(Entrevistado).

Para Brenda, o seu contato com a joalheria vem desde pequena, pois sua mãe vendia joias. Profissionalmente, seu primeiro trabalho foi em uma empresa joalheira. Zinna se aproximou da joalheria através de Lorena Lazard¹⁷⁰: “Tomé clases de joyería en el taller de Lorena Lazard durante 8 años. He tomado varios workshops con diferentes maestros como: Tom Miur, Tim McCreight, Diane Falkenhagen, Lori Talcott, Andy Cooperman, Hanna Hedman, Kevin Murray y Jiro Kamata¹⁷¹”. Muitos desses *workshops* foram oriundos do projeto “Taller Viajero”, coordenado por Valeria Vallarta, cujo intuito era proporcionar aos residentes no México o contato com joalheiros internacionalmente consagrados, visando, dessa forma, suprir a formação dos interessados em joalheria contemporânea no país.

O que se pode destacar na formação dos integrantes do “Sin Título” é que de alguma maneira eles já tinha uma aproximação e interesse por joalheria, ou por um percurso familiar ou pelo conhecimento do campo através de uma disciplina ofertada na Universidade, ou pelo conhecimento de uma pessoa, professor ou amigo que lhes apresentou ao universo da joalheria. Contudo, foi no Simpósio “Walking in the gray área”, em 2010, que eles vivenciaram o segmento da joalheria com expressão

¹⁶⁹ Anos atrás me inscrevi em um curso básico de joalheria na Universidade UNAM por pura curiosidade. Ao conhecer as possibilidades que a joalheria oferecia, participei de oficinas e cursos e contratei um joalheiro espanhol para ensinar as técnicas básicas de joalheria em meu ateliê. Depois assisti o Simpósio do Grey Area e foi quando soube da existência dessa outra área maravilhosa que oferece a joalheria contemporânea. Desde então, não deixei de buscar, através de oficinas e exposições, entender a linguagem da joalheria contemporânea. Pouco a pouco fui me afastando da produção em série, tratando de fazer sentido através de minhas peças. (Tradução nossa)

¹⁷⁰ Lorena oferece curso de joalheria em seu ateliê, na Cidade do México, cujo enfoque é o ensino das técnicas da joalheria.

¹⁷¹ Tive aula de joalheria no ateliê de Lorena Lazard durante 8 anos. Fiz vários workshops com diferentes professores, como: Tom Miur, Tim McCreight, Diane Falkenhagen, Lori Talcott, Andy Cooperman, Hanna Hedman, Kevin Murray y Jiro Kamata. (Tradução nossa)

artística. Não desconheciam a existência da joalheria contemporânea, mas o Simpósio os aproximou mais intimamente ao segmento. Nesse sentido, têm-se dois relatos que esclarecem o início do coletivo e o encontro com o segmento da joalheria contemporânea, respectivamente, o de Alberto e o de Holinka.

“Todo comenzó al raíz del simposio de Gray Area, que yo no pude ir; todavía apenas estaba como adentrándome, dándome cuenta que me gustaba la joyería. En eso simposio se unirán muchos joyeros mexicanos, diseñadores, artesanos, empresarios. Como el tema era la joya y se entusiasmaron mucho, como que se dieron cuenta que eso existía, les gustó, se entusiasmarán y se unirán. No inicio éramos más de 20 personas. [...], bueno, ya estaban reunidos, y yo llegué como en los ultimitos allí. Trabajamos alrededor de 2 años, casi. Lo que sucedió era que era demasiadas personas y se volvía muy complejo organizar los trabajos y al final quién le organizaba la chamba, éramos los quién estábamos entusiasmados por el tema. Muchos nada mas tenían como intención de ir a, no sé, abrir contactos, no sé a qué. Y a final hubo como una depuración, una selección natural de quién se íbamos resistiendo y después de esos años éramos alrededor de 13, hasta que nos demos cuenta, el grupo actual, que nosotros estábamos haciendo la chamba y que lo que nosotros nos interesaba era lo contemporáneo, no nos interesaba ponernos en bazares o vender comercial, sino irnos para el lado del arte”¹⁷². (Entrevistado).

No depoimento de Holinka, a ênfase dada é na importância que os dois simpósios, “Walking in the gray área” (2010) e “En Construcción” (2012) tiveram para definir o segmento da joalheria contemporânea para eles, que estavam no México, e que conheciam essa abordagem da joalheria por livros e pela internet. A possibilidade de reunir, trocar e conectar com pessoas interessadas na mesma atividade foi decisivo para promover o surgimento do coletivo de artistas joalheiros mexicanos.

“Con el colectivo vamos a cumplir 3 años. Hace 5 años el simposio del gray área vino a mover conceptos y alborotó muchas cabezas. A partir de ahí fue como darnos cuenta que todo el mundo estaba

¹⁷² Tudo começou no início do Simpósio do Gray Area, que eu não pude ir, pois ainda estava me encaminhando, me dando conta que eu gostava da joalheria. Nesse Simpósio se uniram muitos joalheiros mexicanos, designers, artesãos, empresários. Como o tema era a joia e se entusiasmaron muito, se deram conta que isso existia, gostaram, se entusiasmaron e se uniram. No início éramos mais de 20 pessoas. [...] bom, já estavam reunidos e eu fui um dos últimos a chegar ali. Trabalhamos em torno de dois anos, quase. O que ocorreu é que éramos muitos e se tornava muito complexo organizar os trabalhos e no final quem organizava a “trampo”, éramos os que estavam entusiasmado pelo tema. Muitos tinham como intenção de ir, não sei, fazer contatos, não sei o que. No final houve uma espécie de depuração, uma seleção natural de quem resistia e depois desses anos éramos em torno de 13, até que nos demos conta, o grupo atual, que estávamos fazendo o “trampo” e o que nos interessava era o contemporâneo, não nos interessava nos colocar em bazares o vender comercialmente. Senão nos aproximamos da arte.

pasando algo y con nosotros no pasaba nada. O sea, no había una asociación, no nos conocíamos todos. Entonces, a partir de eso se hizo una lista de personas interesadas y se formó un grupo enorme y cada vez entraba mas y mas gente. Pero estábamos confundidos en los objetivos, fue difícil y poco a poco la gente fue desertando. Hasta que quedamos los seis.

En 2012, fuimos al Simposio En Construcción en Argentina; ahí otra vez se movieron cosas que cambiaron en nuestra mente y nació "Sin Titulo"¹⁷³.(Entrevistada).

A partir destes relatos podemos observar a importância que os Simpósios operaram para o surgimento de uma associação em torno da joalheria contemporânea. Como no México não se encontra as instâncias de formação profissional, onde as pessoas interessadas por essa atividade possam discutir as questões relacionadas ao segmento, os Simpósios foram responsáveis por promover a descoberta da joalheria de arte.

Nesse sentido, a associação é performativa os integrantes do "Sin Titulo" deram início e se reconhecem como grupo na medida em que formaram o coletivo a fim de encontrar um objetivo que reunisse pessoas em torno de uma atividade que tem a joia como resultado de uma expressão artística. A definição do coletivo também é performativa, já que nela se encontra um esforço por sua manutenção, assim como por demarcar suas diferenças com as outras formas de atuar em joalheria. Esse aspecto de luta por se apresentar e constituir um segmento profissional é também denominado de ativismo por Holinka. De acordo com Latour, o mundo social só pode ser captado quando ocorre alguma mudança, por mais sutil que seja, na qual se opera uma diferença com uma associação mais antiga. Nesse sentido, esse movimento contínuo e performativo do ativismo praticado pelo "Sin Titulo", implica em precisar ser representado constantemente a fim de definir a joalheria contemporânea.

Portanto, em termos de formação, podem-se identificar algumas semelhanças nas trajetórias dos artistas joalheiros. Os joalheiros que foram abordados nesta

¹⁷³ Vamos completar três anos com o coletivo. Faz cinco anos que o simpósio Grey Area veio para mudar conceitos e bagunçar muitas cabeças. A partir disso nos demos conta que no mundo todo estava acontecendo alguma coisa e conosco não acontecia nada. Ou seja, não havia uma associação, não nos conhecíamos todos. Então a partir disso se fez uma lista de pessoas interessadas e se formou um grupo enorme e cada vez entrava mais gente, mas estávamos com os objetivos confusos, foi difícil e pouco a pouco as pessoas foram desertando. Até que ficamos os seis. E, 2012, fomos ao Simpósio "En Construcción" na Argentina, aí outra vez se mexeram coisas que mudaram com a nossa mente e nasceu "Sin Titulo".

pesquisa são todos autodidatas, tendo como formação em joalheria os cursos técnicos em ateliês de joalheiros ou no próprio trabalho em oficina de ourives¹⁷⁴. Tanto no México quanto no Brasil inexistem escolas de joalheria com formação mais longa e estruturada, a qual possa abarcar saberes que façam parte da joalheria, como projeto, processo de design, arte, processos criativos, estudo dos materiais, técnicas, história da joalheria e da arte, apenas para elencar alguns aspectos que envolvem o universo da joalheria. O que se destacou na trajetória dos joalheiros foi à aproximação da joalheria através da formação técnica em cursos livres. Pois, com raras exceções¹⁷⁵, praticamente não existem laboratório de joias em cursos de graduação de design ou de artes, como os que se encontram em universidades da Europa e Estados Unidos, conforme foi comentado anteriormente.

Assim como não há tradição do ensino ou formação consistente nessa atividade profissional. Também não se encontram espaços para expor trabalhos mais experimentais. Muito recentemente, em 2012, a Galeria Thomas Cohn¹⁷⁶ passou a expor arte joalheria; no entanto, quase não se apresentam trabalhos de brasileiros neste espaço. A explicação fornecida para essa decisão é que não encontram consistência nos trabalhos que são feitos no Brasil. Segundo Cohn, “eu não quero inventar para o mundo que o Brasil inventou a joia de arte, que vale a pena ser conhecido. Eu quero formar o consumidor, o mercado”. Continua Cohn:

[...] aqui não tem mercado e os artistas não têm eco, não há motivo para o qual eles tenham que trabalhar para obter um resultado”. E a explicação que ele fornece para o contexto ao qual nos encontramos é a falta de escolas, “o trabalho que é feito aqui, em termos de qualidade, está para trás”. Porque não tem condições de está na frente. Veja só, suponha que você quer ser uma grande artista em fazer joia, então aonde você vai? Você não tem aonde ir. (Entrevistado)

A condução do relato é a de que os países que possuem as melhores escolas são também locais onde se discute as questões do campo; e é para onde as

¹⁷⁴ A diferença aqui adotada entre joalheiro e ourives é que o primeiro executa os projetos que ele próprio cria, enquanto o ourives confecciona peças sob encomenda e criadas por outros.

¹⁷⁵ O único laboratório de joalheria que tenho conhecimento é o da Universidade Federal do Cariri, onde sou professora e no curso de design da Universidad Nacional Autónoma Mexicana - UNAM.

¹⁷⁶ Thomas Cohn nasceu em 1934, na Alemanha. Em 1982, abriu sua primeira galeria de arte, no Rio de Janeiro. Como houve uma retração no mercado de arte carioca, em 1997, Cohn mudou a galeria para São Paulo. É muito respeitado no mercado da arte, tendo sido responsável por apresentar vários nomes que se tornaram consagrados no mercado de arte contemporânea, como: Lia Menna Barrero, Lygia Pape, Adriana Varejão, Edgard de Souza, Caetano de Almeida, Leda Catunda, Walter Goldfarb, Rosana Palazyan, Raquel Garbelotti e Leonilson. Seu mais recente desafio é apresentar a joalheria contemporânea como arte.

pessoas do mundo inteiro interessadas em arte joalheria se dirigem em busca de formação.

“Porque tem as escolas e porque gente de todo lado do mundo vão parar aí. Então, transplante isso pra joalheria e você tem a Geri Revel, na Holanda, as numerosas universidades alemãs e agora, desde o início do século, na Escandinávia também. Bem, e ainda tem a Austrália, Nova Zelândia, onde também há um movimento sobre isso. E você vê que artistas de Taiwan, da Ásia em geral, vão onde? Vão à Europa. Eu sei que esse artista que fez esse colar com a borboleta é taiwanês. E estuda onde? Em Birmingham, na Inglaterra. Para Geri Revel, na Holanda. Na Alemanha tem três cidades, Idar-Oberstein, Munique e Pforzheim; onde se faz joalheria, antes a clássica, e agora também a contemporânea. Então, os artistas se encontram aí, onde tem as melhores escolas, estão os melhores artistas.” (Entrevistado).

Outro aspecto que apresenta semelhanças nos dois países, Brasil e México, é o desconhecimento sobre o segmento de joalheria contemporânea. Para Thomas Cohn, mais do que resistência do mundo da arte em reconhecer que a joalheria contemporânea é arte, o desconhecimento é o maior problema. Ele mesmo se disse surpreso ao descobrir esse “nicho da arte” e, para matar sua curiosidade, teve que se informar, foi preciso estudar a produção do segmento. Poleta Rodete, artista joalheira mexicana, também chamava atenção para o desconhecimento que os artistas visuais tinham em relação à joalheria contemporânea, “hay muy poca gente en México dedicada a las artes que sabe de la existencia de la joyería contemporánea”¹⁷⁷ (Entrevista concedida em 26 Março 2015).

“Agora, para ir mais longe, um dia, e para me candidatar pela primeira vez (candidatura à SP-Arte), que acabou não acontecendo, mas eu chamei um crítico respeitado como é o Agnaldo Farias... eu o chamei à minha casa, coloquei umas 15 ou 20 joias em cima de uma mesa. Agora vou te pedir um bom motivo porque isso não é arte. Não fiz a pergunta contrária, não é arte. Ele olhou e disse: isso é arte. Eu disse: se eu tivesse que fazer um catálogo, você escreveria sobre isso? Ele disse, sim, porque não? Ou seja, não estou sozinho nisto”. (Entrevistado).

Cohn tentou, por duas vezes, participar da SP Arte, feira de arte de São Paulo, convidou Agnaldo Farias¹⁷⁸ para escrever um catálogo para a mostra que

¹⁷⁷ Tem poucas pessoas no México dedicadas às artes que sabem da existência da joalheria contemporânea.

¹⁷⁸ Agnaldo Farias é professor da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, USP, crítico de arte e curador. Foi Curador Geral do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (1998/2000) e Curador de Exposições Temporárias do Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo (1990/1992). Realizou curadorias para a Fundação Bienal de São Paulo e da 1a. Bienal de Johannesburgo (1995). Atualmente é consultor de curadoria do Instituto Tomie

faria na feira, que acabou não acontecendo, pois sua candidatura foi rejeitada. Portanto, a resistência, segundo Cohn, é fruto do desconhecimento e próprio do que ocorre quando se abre um mercado novo. Por fim, resistência, desconhecimento, falta de escolas e de espaços expositivos são condicionantes que existem nos dois países, Brasil e México. Daí surgir experiências com trabalho coletivo, o trabalho em forma de ativismo e a intenção é criar uma agenda de atividades para apresentar e definir o que é a joalheria contemporânea.

5.3 Atuação Profissional

Apesar dos membros do “Sin Titulo” se definirem como artistas, ainda que não possuam uma formação específica no campo da arte, eles não consideram que a ausência de formação seja um aspecto determinante ou comprometa o desenvolvimento dos projetos. Conforme o depoimento de Cristina Celis, “La fina raya que existe entre las disciplinas creativas, se borra cada día, mas¹⁷⁹”. Ou seja, no entendimento de Cristina, não existe uma diferença substancial entre as disciplinas criativas, tendo como reflexo a dificuldade de delimitar algumas obras de arte, pois certos trabalhos compartilham e tangenciam diversas disciplinas, de tal maneira que fica difícil definir se devem ser nomeados de dança, performance ou teatro, por exemplo. Ainda assim, os membros do coletivo distinguem com clareza a atuação nas duas disciplinas, arte e design.

“La definición que tengo tiene mucho que ver con la educación que recibí como diseñador. Inmediatamente pensando en Diseño voy para soluciones en donde se engloba tanto la estética del objeto, con un objetivo, como su producción, su función, su ergonomía. Me voy por “parámetros mensurables” de la pieza, portándome en diferentes cantidades, dependiendo de lo que tu diseñas, pero me voy a producción que sea factible de hacer mas de una vez, o a tener soluciones que beneficie al momento de producir la pieza, o a tener modificaciones que beneficie el momento de portar la pieza y siempre con una intención estética. O sea, yo estoy pensando a quien va dirigir esa pieza, quien va usarlo, o cuanto tiene que pesar para costar tanto. Como que ya tengo todo un parámetro relacionado a que cosas tiene que solucionar a pieza que voy a proponer. Cuando considero una pieza de joyería mas posicionado por lado del arte, considero que solamente se va hacer una, no digo que sea así, pero case por default, pienso que va ser una. No me importa mucho

Ohtake. Autor de alguns livros de arte. Publica regularmente artigos e críticas em alguns dos principais jornais e revistas nacionais e é correspondente da revista de arte espanhola “Artecontexto”.
VER: <http://dcult-agnaldofarias.blogspot.com.br/>.

¹⁷⁹ A tênue linha entre as disciplinas criativas se apagam mais a cada dia.

la comodidad o la practicidad de producción, siempre cuando el resultado que yo obtenga sea el elegido, o sea, al mejor el proceso que realizo es tedioso, muy cansado, muy caro, lo que sea, o lento, pero si va haber el resultado que quiero, lo hago. Cosa que como diseñador no consideré varias veces y personalmente y de mayor importancia es la intención. En el diseño tengo la intención de resolver ciertos problemas o de proponer ciertas innovaciones y el arte tengo la intención prioritaria de comunicar inquietudes propias. Muchas veces en el diseño se que no estoy diseñando una pieza para mi, se que al mejor sea dirigido a una señora de 60 años, de mucho dinero, o al mejor una niña de 15 años que no le importa la calidad del material, no se, cosas así. Y en el arte pienso en lo que quiero, pienso en mi. En arte la pieza tiene que responder a mi necesidades de expresividades y en diseño tiene que responder las necesidades del usuario”¹⁸⁰. (Entrevistado).

Portanto, o que de uma forma geral eles destacaram como diferença entre as duas disciplinas, arte e design, refere-se às limitações impostas pelo processo de design, as quais estão relacionadas à otimização da produção, público ao qual o produto é dirigido, recursos financeiros e de material, enfim, toda sorte de requerimentos aos qual o projeto precisa atender como nos lembra Cristina. Para Zinna, a escala da produção é determinante para definir a produção em design; assim como as qualidades estéticas – que no design atende a uma função e na arte seguem o intento de comunicar um conceito – encontram nos processos e materiais a materialização da ideia. Fernanda destacou, ainda, que as vendas orientam as criações. Assim, para que a coleção tenha êxito comercial, é preciso se colocar um freio nos devaneios para torná-la mais vendável.

¹⁸⁰ A definição que tenho tem a ver com a educação que recebi como designer. Logo que penso em Design vou para soluções onde se engloba tanto a estética do objeto, como um objetivo, como sua produção, sua função, sua ergonomia. Vou por “parâmetros mensuráveis” da peça, comportando em quantidades diferentes, dependendo de como você projeta, mas busco a produção que seja factível de fazer mais de uma vez, ou ter soluções que beneficie o momento de produzir a peça, ou ter soluções que beneficie o momento de portar a peça e sempre com uma intenção estética. Ou seja, a quem vai ser dirigido essa peça, quem vai ser o usuário, ou quanto vai ter que pesar para custar tanto. Como que já tenho todos esses parâmetros relacionados à que coisa tenho que solucionar à peça que vou propor. Quando considero uma peça de joalheria mais posicionada pelo lado da arte, considero que vai ser peça única, não digo que vai ser assim, mas quase por default, penso que vai ser uma. Não me preocupo muito com a comodidade ou com a praticidade da produção, sempre que o resultado que eu obtenha seja o escolhido. Ou seja, apesar do processo que realizo seja tedioso, cansativo, caro, o que seja, ou lento, mas se tiver o resultado que quero, o faço. Coisa que como designer não considere muitas vezes, pessoalmente e de maior importância é a intenção. No design tenho a intenção de resolver certos problemas ou de propor certas inovações e na arte tenho a intenção prioritária de comunicar inquietudes próprias. Muitas vezes no design sei que não estou projetando uma peça para mim, sei que provavelmente é para uma senhora de 60 anos, com muito dinheiro, ou para uma menina de 15 anos, que não se importa com a qualidade do material, não sei, coisas assim. E em arte penso o que quero, penso em mim. Em arte a peça tem que responder às minhas necessidades de expressividade e em design tem que responder as necessidades do usuário. (Tradução nossa)

Holinka acrescenta que a arte é uma questão pessoal; mais que expressar algo a alguém, é uma forma de extrair algo de si para que as pessoas tirem suas próprias conclusões. Outro enunciado muito recorrente sobre a atuação no campo da arte, diz respeito a uma quase necessidade que os artistas têm de expressar suas ideias. A esse respeito, a única diferença entre a joalheria contemporânea e as artes visuais consiste no fato de que a primeira produz produtos para serem portados.

Os membros do coletivo “Sin Titulo” não veem problema na atuação em arte, apesar de terem tido formação em design. O que lhes chama atenção é ter que se dividir e exercer atividades nos dois campos. Como não conseguem viver de joalheria contemporânea, todos eles se dedicam a trabalhos relacionados ao design; uns projetam moveis, como Brenda, Fernanda e Alberto, que trabalham para uma indústria de joias; Zinna trabalha com restauração; Holinka tem uma pequena produção de joias, que comercializa em lojas de museus, além de ser freelance em design gráfico; Cristina tem um espaço onde dá aula de joalheria e cerâmica. Ou seja, todos buscam ter outra fonte de renda. A dedicação ao segmento da joalheria de arte ocorre por paixão, ou, como diz Canclini (2012), pelo interesse de uma independência pessoal. Porém, sabem que é um investimento em uma área na qual eles não têm perspectiva de resultado imediato. O foco da ação recai na apresentação da joalheria contemporânea e, dessa forma, na criação de um público.

No campo da arte se consideram autodidatas. Para Alberto há aspectos positivos e negativos na formação em design, apesar de ser o trabalho como designer que permite sua atuação como joalheiro contemporâneo.

“El pro en el sentido que conozco mas materiales, procesos, las tecnologías. Se que si tengo ciertos problemas los puedo solucionar de algún modo, valiéndome de ciertos procesos. Creo que en eso sentido tengo mucho mas libertad que un artista que ha estudiado arte propiamente. Lo contrario viene cuando esta palabra arte te gana, no se si me explico? Donde empiezas a separarlo, por lo menos así me pasa, que separo demasiado el trabajo que hago como artista y el trabajo que hago como diseñador. Entonces se te mostro las dos cosas que he hecho juntas no hay una relación. Entonces pareciera que estoy viviendo como, ah, ahora soy diseñador, ahora soy artista. Y eso creo que ha sido problemático de tratar de formular un lenguaje que sea comprensible para el espectador, tanto de diseño, como de arte. [...], no sé, el poder proponer piezas en materiales y procesos diferentes al mismo tiempo siento una división algo compleja, que si he intentado solucionar con

los workshops, o con la investigación, andar nutriéndome del arte. Pero siento que es una dificultad¹⁸¹ (Entrevistado).

Isto posto, vemos que as dificuldades que os integrantes do coletivo “Sin Titulo” enfrentam para produzir os trabalhos artísticos, sem poder contar com uma formação especializada pelas instituições culturais - escolas, galerias, museus – entre os quais prevalece o autodidatismo e faz com que eles reinterpretem o sentido do trabalho colaborativo entre diferentes disciplinas, estão relacionadas aos aspectos políticos e sociais os quais essa geração de artistas joalheiros enfrentam. Uma importante investigação coordenado por Canclini e que contou com a colaboração de vários pesquisadores das cidades do México e Madrid, tendo como tema de pesquisa a antropologia urbana, arte e juventude¹⁸² aborda a angústia contemporânea dos jovens que vivem sob a crise do trabalho. Canclini, nessa publicação ainda atual, analisa o comportamento do jovens a fim de compreender as táticas e estratégias criadas pelas novas gerações, distintas das que são diagnosticadas pelas pesquisas de opinião e balanço de vendas das indústrias culturais. Nesse estudo, o autor adota uma via distinta das tendências de análise internacional¹⁸³, as quais usam noções otimistas e veem os jovens como empreendedores independentes, formadores de tendência, prossumidores, cujo significado é ser um consumidor que gera conteúdo. Ao contrário, Canclini questiona se os aspectos salientados como positivos não estariam encobrando a gravidade do desemprego, a precariedade laboral ou a incapacidade do atual modelo econômico para incorporar a novas gerações Canclini (2012).

¹⁸¹ A vantagem é que conheço mais materiais, processos, as tecnologias. Sei que se tenho certos problemas, os posso solucionar de alguma forma, valendo-me de certos processos. Acredito que nesse sentido tenho muito mais liberdade que um artista que tenha estudado propriamente arte. O contrário acontece quando a palavra arte te ganha, não sei se me explico? Aonde começa a separar-lo, pelo menos é assim que acontece comigo, separo muito o trabalho que faço como artista e o que faço como designer. Então, se te mostro as duas coisas que fiz juntas, não tem uma relação. Então parece que estou vivendo, ah, agora sou designer, agora sou artista. E isso me parece tem sido problemático de tratar de formular uma linguagem que seja compreensível para o espectador, tanto de design, como de arte. [...] não sei, poder propor peças em materiais e processos diferentes, ao mesmo tempo, sinto uma divisão complexa, que sim tenho tentado solucionar com workshops, ou com a pesquisa, andar nutrido-me da arte. Mas acho que é uma dificuldade. (Tradução nossa)

¹⁸² Ver em Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música, 2012. O sentido que os autores empregam para juventude não é uma essência, nem uma condição estruturada por sua situação etária. A juventude é antes uma posição a partir e através da qual se experimenta a mudança social e cultural.

¹⁸³ A análise internacional a que Canclini se refere é a tendência de análises que adotam categorias fechadas como economia criativa e empreendedorismo para compreender o comportamento dos jovens. Na abordagem proposta por Canclini é preciso adotar práticas combinadas, híbridas, que envolvam seguimentos etnográficos abertos e flexíveis.

Canclini trabalha com a hipótese de que os comportamentos das novas gerações diferem das gerações anteriores, na medida em que são construídos a partir da experiência com novas formas de organização econômica e tecnológica, bem como com o fracasso de comportamentos anteriores. Por isso, segundo autor, é possível inferir, a partir do comportamento dos jovens, um análise das estruturas e processos que determinam as ações do sujeito. Em outras palavras, as práticas são explicadas também por suas correlações com as condições estruturais. Canclini se questiona até que ponto um mercado laboral precário induz a acomodação em trabalhos instáveis, pois à custa da independência pessoal, no sentido em que atuam na área cultura de predileção, produz, ao mesmo tempo, uma dependência familiar, uma vez que os rendimentos dos trabalhos não são suficientes para prescindirem do apoio familiar e do uso de táticas de agrupamento inovadores para trabalhar e lidar com a incerteza.

Ante a dificuldade de usar uma abordagem que foi adequada para um mundo mais estabilizado, no qual o sentido da ação derivava de noções como estruturas de classe, educação, nação ou etnia, o autor defende que os sujeitos organizam suas atividades como atores em rede. Dessa forma, observa-se a aproximação entre o que Canclini propõe e uma interpretação Latouriana, na medida em que entende que as ações pessoais funcionam em rede, ou melhor, em redes múltiplas e combinadas, em que os atores humanos vão escolhendo ou reunindo, segundo suas necessidades ou oportunidades. Assim, de acordo com o autor, para descrever o objeto como o desse estudo ou atuação profissional, deve-se, antes, falar de cena entorno, redes, circuitos ou plataforma, conceitos mais abrangentes.

“Seguir a los actores en red no es optar por el punto de vista de los individuos en vez de las estructuras, sino tomar en serio la relativa libertad de movimiento de quienes pueden ser actores en la medida en que los vínculos con los otros los hacen actuar en una u otra dirección¹⁸⁴” (CANCLINI, 2012, p. 7).

A independência que os integrantes do coletivo alcançaram para atuar na joalheria de arte depende de um apoio familiar ou de conseguir um trabalho em outra área, que possibilite uma renda suficiente para lhes permitir investir no segmento da joalheria que lhes interessa. Foi possível observar, não apenas entre

¹⁸⁴ Seguir os atores em rede não é optar pelo ponto de vista dos indivíduos em vez das estruturas, senão levar a sério a relativa liberdade de movimento dos que podem ser atores na medida em que os vínculos com os outros os fazem atuar em uma ou outra direção. (Canclini, 2012, p. 7, tradução nossa)

os membros do “Sin Título”, mas entre os informantes que se declararam artistas joalheiros, que: ou dependem de um membro da família, o que lhes possibilitam retardar a saída da casa dos pais; ou têm o apoio de um cônjuge, para conquistarem a independência de atuar no que gostam; ou ainda tem um emprego, em alguns casos instáveis, que viabiliza o investimento na profissão desejada. Em um dos depoimentos obtidos no México, ao comentar sobre os *workshops* que fez com joalheiros estrangeiros, uma das entrevistadas integrante do “Sin Título” informou que para ela era muito difícil fazer as oficinas, pois ou estava desempregada e não tinha recursos para pagar o *workshop*, ou tinha trabalho e já não contava com tempo disponível para fazer o curso. De forma que, a estratégia à qual eles recorrem é a de formar coletivos a fim de ultrapassar a deficiência de formação e compartilhar as informações em suas reuniões semanais e obter recursos para suas ações. Nas palavras de Cristina, “El colectivo “Sin Título” es para mí un tesoro, una unión de personas que buscan lo mismo, que se complementan y que a través de los años han desarrollado una fuerza expresiva propia y singular en un país que el arte contemporáneo es elitista y poco atendida”.

5.3.1 Formação de Coletivos

Como a atuação profissional na joalheria contemporânea não permite aos seus representantes alcançar uma renda através da comercialização dos seus produtos, a alternativa encontrada para viabilizar o desempenho na profissão desejada foi amplificar a ação por meio da formação de coletivos.

Durante a pesquisa entre os joalheiros contemporâneos brasileiros e mexicanos observou-se a opção, recorrente entre esses atores, de se unirem em forma de grupo ou coletivo. A experiência mexicana foi a que se mostrou mais consolidada através do tempo. Eles mantêm os encontros semanais e, desde abril de 2015, contam com um espaço físico para o desenvolvimento de suas ações, palestras e exposições. Apesar da produção coletiva não ser abundante, nos cinco anos de existência do “Sin Título” executaram três projetos, dos quais, dois foram abordados nessa pesquisa: o “San Título” e “La Chiclera”. O coletivo apresentou-se como uma forma de manter o compromisso em produzir joalheria contemporânea. Esse compromisso é reiterado semanalmente, apesar da rotina de trabalho que seus

membros enfrentam, das distâncias percorridas e do tráfego enfrentado após o trabalho na Cidade do México, cidade mais populosa do mundo.

Passemos agora a outro contexto de atuação de coletivo, envolvendo grupo de joalheiros contemporâneos. Embora já conhecesse algumas integrantes do grupo Broca, oriunda de São Paulo foi a Valparaíso, Chile, por ocasião do Simpósio “En Construcción”, em Setembro de 2015, que as encontrei como grupo. De acordo com Maria Alves de Lima, a formação inicial contou além dela própria, com Marina Sheetikoff, Renata Porto e Claudia Senna, que resolveram dividir o ateliê Espaço Pio, o qual conta com uma área expositiva. Em 2012, na primeira edição do Simpósio “En Construcción”, conheceram outras joalheiras brasileiras, Renata Meireles, Kika Rufino, Miriam Korolkovas, Miriam Pappalardo, Nicole Uurbanus, Silvia Beildeck e, como todas tinham o mesmo desejo de pensar sobre a joalheria, criaram o grupo Broca. A proposta do grupo foi criar um espaço para a joalheria contemporânea, onde pudessem trocar estudar e entender mais a joalheria contemporânea vista a limitação de informação no Brasil. Diferente da Europa, contexto no qual a joalheria tem reconhecimento institucional, pois está nos museus, nas universidades. A partir da primeira edição do Simpósio, passaram a se encontrar mensalmente para estudo, leituras no ateliê Pio. Em seguida, resolveram iniciar a elaboração de um projeto coletivo; para isso elas fizeram workshops entre elas mesmas. Em um desses workshops elas foram para a casa que Renata Porto tem na cidade de Monteiro Lobato, São Paulo, numa imersão criativa de quatro dias. Uma das características ressaltadas por Maria Alves de Lima a respeito do grupo refere-se a não haver liderança, reiterando a atitude de colaboração e de grande respeito entre elas. O desenvolvimento do projeto levou dois anos e resultou em uma das exposições paralelas do Simpósio “En Construcción II”, em Valparaíso, cujo tema era o corpo; todas elas abordaram em suas peças uma questão relacionada a um mal estar de alguma parte do corpo. Cada uma privilegiou uma parte do corpo para trabalhar.

Elas possuem formações diversas, como arquitetura, cinema, belas artes e diversas áreas do design. Mais uma vez, o propósito em se reunir foi juntarem forças e ultrapassarem obstáculos de formação e comercialização do trabalho, pois sabiam que isoladamente seria mais difícil criar um espaço para a joalheria contemporânea

e projetar o trabalho. Juntas puderam viabilizar os custos de espaço físico; ao mesmo tempo, puderam investir no desenvolvimento de projetos maiores.

Um terceiro momento de abordagem de coletivos recaiu na nossa investigação sobre o OCCO. A proposta do OCCO – O corpo contemporâneo - contempla a intenção de suprir a deficiência de formação do artista joalheiro. Elizabeth Franco propôs um curso que contemplasse orientação de projeto, desenho e estudo teórico, incluindo a prática de joalheria. Assim, o grupo de estudo foi formatado por módulos; O ornamento do corpo, com Elizabeth Franco, tinha por objetivo orientar o desenvolvimento de novos trabalhos de joalheria contemporânea; Observação de desenho, com Luciana Maia, teve como proposta adaptar os princípios básicos de desenho de observação às necessidades do grupo de estudo, no sentido de pensar o corpo além da observação, a fim de promover uma experiência mais totalizante do corpo humano; e o último módulo, Do que é feito o corpo, com Anna Bentes, tinha o intuito de discutir o corpo contemporâneo a partir de autores que refletissem sua construção histórica, social e cultural. Como a educação é um assunto que desperta muito o interesse de Elizabeth, ela foi aprimorando os conteúdos que percebia como relevantes para a formação de uma massa crítica na educação de um artista joalheiro.

Os encontros eram mensais com carga horária de 16 horas, em um final de semana, sábado e domingo, de 9h às 18h, divididos em quatro módulos de quatro horas de duração. O primeiro encontro aconteceu no final de semana de 7 e 8 de fevereiro de 2015. Como estava na Cidade do México, participei por Skype. Nesse encontro elas apresentaram o conteúdo com o qual trabalhariam e o formato e horários em que funcionariam. A divulgação do curso não foi muito intensa; Elizabeth contou basicamente com as redes sociais e amigos, de maneira que o curso se iniciou com seis alunos. Esse formato foi um desdobramento de um curso que Elizabeth oferecia desde 2013, cujo nome era grupo de estudo “Pensando a Joalheria”. De novo, no novo formato, ela quis incorporar outros saberes que pudessem contribuir para a formação do artista joalheiro, oferecendo um curso que fosse além da técnica, pois no seu entendimento a falta de escolas de joalheria mais estruturadas é responsável pela inexpressividade e desconhecimento do segmento no Brasil.

A experiência do OCCO não durou muito tempo. Eles funcionaram de fevereiro a agosto de 2015. A dificuldade de captar alunos de uma área pouco conhecida, associada ao momento de crise política e financeira pelo qual o país passa, além do aumento do aluguel do ateliê e a conseqüente perda do espaço onde o grupo de estudo funcionava foram decisivos para interromper o projeto de educação.

Observou-se que a intenção de formação de coletivos consiste em uma estratégia para ultrapassar as dificuldades da atividade profissional. Os atores se juntam de maneira criativa para atuar de forma original; quer dizer, adotam um caminho distinto do que está posto. Como registrado na entrevista de Mirla Fernandes, por ocasião do anúncio da sua desistência em atuar na joalheria contemporânea, lidar isoladamente com as dificuldades do segmento se torna um esforço muito grande. A citada profissional diz ter interrompido seu percurso na joalheria, também, por estar cansada de seu “discurso de batalha”, de luta para constituir um campo. No coletivo, a ação é amplificada e ainda que essa escala seja diminuta, ganha uma dimensão factível de funcionar fora da via institucional. Mesmo que esse funcionamento seja apenas para a manutenção do coletivo.

Na joalheria contemporânea, alguns eventos costumam congregam muitos joalheiros e amantes da arte joalheria, como a Schmuck Show, que acontece em Munique, na Alemanha ou a SNAG - Society of North American Goldsmiths, nos Estados Unidos. São eventos que ocorrem para além de exposições, promovendo conferências com discussões sobre o segmento da joalheria contemporânea, palestras com joalheiros consagrados e apresentação de seus processos produtivos. É interessante observar que para Latour, os grupos existem na medida em que são feitos e refeitos, mas nessas alternâncias de formação dos agrupamentos alguns elementos estão sempre presentes, tais como: presença de porta-vozes que falem pelo grupo; mapeamento dos grupos diferentes; procura em se definir e estabelecer fronteiras e, por último, porta-vozes especialistas são responsáveis pelas definições do grupo. Portanto, diferente das outras teorias sociológicas, cujos representantes são denominadas por Latour de sociólogos do social, para a TAR a regra da definição das associações é performativa (LATOURE, 2012, p. 52 - 60). A maneira de dar existência à arte joalheria é através do esforço em se manter, apesar da dificuldade de exposição e comercialização, da necessidade de ser explicado, de

promover encontros e de convocar os porta-vozes com suas definições do campo. Na definição performativa a representação renova o agrupamento (LATOURE, 2016, p. 63). De novo, para Latour, a formação dos agrupamentos se opera através da participação dos recursos não sociais.

Na América Latina só mais recentemente ocorreram eventos com a proposta de debater o segmento de expressão artística da joalheria. A ideia era refletir sobre o campo e, dessa forma, corroborar com novos caminhos que ultrapassassem as fragilidades que os produtores encontram, tanto para suas formações, quanto para a viabilização do trabalho e o desenvolvimento de novos espaços expositivos. Assim, em 2010, aconteceu o “Walking in the gray área” na Cidade do México e, mais recentemente, em 2012 e 2015, aconteceram duas edições do simpósio En Construcción e En Construcción II, parceria entre joalheiros chilenos e argentinos.

De acordo com Holinka, os encontros e simpósios foram decisivos para congregar e reassociar atores ainda dispersos na Cidade do México. Despertou nas pessoas já interessadas em joalheria uma vontade de atuar, muito embora ainda

não fossem claro os objetivos que essa atuação deveria ter. O acesso às discussões, exposições e palestras de artistas antes só conhecidos por livros e internet, funcionou como se um novo mundo se revelasse para eles e os fez conceber que também deveriam fazer parte do segmento da joalheria de arte.

Por sua vez, na busca por definir a joalheria contemporânea, a artista visual argentina, Julieta Dentone, observa que o campo é, ao mesmo tempo, autônomo e atravessado por outras disciplinas. Isto é, se diferencia dos antigrupos¹⁸⁵, ou como ela mesma se refere do modelo convencional da joalheria, além de estabelecer fronteiras.

“Actualmente se puede reconocer que el concepto de joyería contemporánea ha evolucionado convirtiéndose en un campo de estudio independiente y a la vez interdisciplinar, constituyendo un medio para el análisis, la experimentación, la expresión individual y la comunicación cultural, con la habilidad de provocar, criticar, recopilar, transmitir y generar significados. De esta manera, las nuevas generaciones de la joyería contemporánea nos invitan a observarla, fuera de su marco convencional, reforzando el estudio de la relación entre la joyería y quienes la poseen y la portan, sin olvidar su

¹⁸⁵ O sentido que se usa para antigrupos é todas formas de grupo que se diferenciam do modelo em que se atua e se pretende definir.

ineludible sentido como objeto cultural y como medio de expresión artística ¹⁸⁶(Entrevistada).

Outro depoimento, também no sentido de definir o campo, nos é oferecido pela joalheira Holinka Escudero, que ressalta a dedicação do “Sin Título” em empreender atividades, cujo intuito é ampliar e posicionar o público a respeito do que vem a ser joalheria contemporânea. Muito embora o público mobilizado seja reduzido, eles acreditam que pouco a pouco a joalheria contemporânea constituirá seu nicho.

*“Creo que quizá no nos hemos cuestionados muchas cosas y sí, de pronto nos llamamos artistas. Pero, creo que no en el sentido estricto. Parte de nuestra labor es lograr que la gente vea que es arte, que no importa que este feo, grande, bonito; te guste o no, es arte. Pues es transgresor, te guste o no, algún impacto te deja. Yo sí, le compararía con el arte”*¹⁸⁷. (Entrevistado).

Conforme já foi mencionado, Francisca Kweitel é uma das coordenadoras do Simpósio En Construcción, que nessa segunda edição ocorreu em setembro de 2015, em Valparaíso, Chile. Ao ser questionado sobre o motivo que a levou a organizar um evento internacional de joalheria contemporânea, Francisca comentou que a ideia de fazer o evento surgiu do seu interesse em convidar profissionais joalheiros e, dessa forma, seguir movimentando a joalheria contemporânea em suas cidades, Buenos Aires e Santiago – já que a outra coordenadora do Simpósio é chilena.

“Cuando empezó el simposio entendí porque hacia todo ese esfuerzo y volvo a confirmarlo con este, y es lo que yo decía esta vez a la gente en Valparaíso, esto yo lo hago para mí, porque lo que quiero es está rodeada de toda esa gente maravillosa que tiene una energía impresionante, un entusiasmo por estar ahí, por compartir, por intercambiar, por generar, por debatir, por reflexionar y se hace realmente una usina de energía latinoamericana tremenda. [...]Me parece que es un encuentro muy enriquecedor. Una diferencia que hubo en el anterior y en este, nadie estaba en su casa, porque en

¹⁸⁶ VER: <<http://simposioenconstruccion.blogspot.mx/>> Atualmente se pode reconhecer que o conceito de joalheria contemporânea evoluiu convertendo-se em um campo de estudo independente e por sua vez interdisciplinar; constituindo um meio para a análise, a experimentação, a expressão individual e a comunicação cultural, com a habilidade de provocar, criticar, recopilar, transmitir e gerar significados. Desta maneira, as novas gerações da joalheria contemporânea nos convidam a observá-la, fora do marco convencional, enfatizando o estudo da relação entre a joalheria e que a possui e a portam, sem esquecer seu inequívoco sentido como objeto cultural e como meio de expressão artístico. (Dentone, 2015, Tradução nossa)

¹⁸⁷ Acho que talvez não tenhamos nos questionado sobre muitas coisas e sim, de imediato nos chamamos artistas. Mas acho que não no sentido estrito. Parte do nosso trabalho é conseguir que as pessoas a vejam como arte, não importando que esteja feio, grande, bonito, goste ou não, é arte. Pois é transgressor, goste ou não, te provoca algum impacto. Eu sim, a compararia com a arte. (Tradução nossa)

Buenos Aires había muchos participantes de Buenos Aires, que cuando terminaba el taller se iban a su casa, estaban con su familia, lavaban la ropa, cocinaban y pensaban en otra cosa. En Valparaíso ni siquiera los chilenos estaban en su casa; bueno, la mayoría era de Santiago. Y fue como una burbuja, de una intensidad inconmensurable. Esa burbuja que nos contenía a todos, que estábamos todos en la misma dirección y con un entusiasmo infinito”¹⁸⁸. (Entrevistado).

Na abordagem da TAR, o social é definido como uma associação que não se restringe aos humanos. Não há pressupostos ou estruturas fixas que definam o social; ao contrário, o social seria “um movimento peculiar de reassociação e reagregação” (DENTONE, 2012, p. 23 – 25). O evento, En Construcción, até então inédito na América Latina, surpreendeu as organizadoras pela procura, pois apesar de não contar com a tradição europeia no assunto, possibilitou a identificação de uma audiência de centenas de pessoas interessadas em refletir, debater e expor trabalhos em torno da joalheria contemporânea.

“La verdad era que apuntábamos hacer un evento Argentino y Chileno, que se juntaban en un espacio y que después tenemos ganas de hacerlo en el otro país. Dijimos, pues, empezamos por Buenos Aires, pero cuando se comenzó a notar, la gente para participar, era argentina, chilena, uruguaya, mexicana, colombiana, boliviana, venezolana, brasileña, muchas, y de repente vimos una bolla latinoamericana que nosotras dijimos, “de donde salió esa gente, como aparecieron?” ¹⁸⁹(Entrevistado).

Conforme foi dito, os eventos internacionais de joalheria contemporânea costumam congregam joalheiros ou amantes da joalheria de diversas regiões, e não foi diferente do que aconteceu nos simpósios “Grey Area” e “En Construcción I e II”. O objeto de ligação responsável por reunir essa rede é a joia de arte. Quer dizer,

¹⁸⁸ Quando o simpósio começou entendi porque fazia todo esse esforço e volto a confirma-lo neste, e é o que eu dizia esta vez às pessoas em Valparaíso, faço isso para mim, porque quero está rodeada de todas essas pessoas maravilhosas que têm uma energia impressionante, um entusiasmo por está aí, por compartilhar, por intercambiar, por gerar, por debater, por refletir e se faz realmente uma tremenda usina de energia latino-americana. [...] E acho que é um encontro muito enriquecedor. Uma diferença que teve entre a anterior e esta edição, é que ninguém estava em sua casa, porque em Buenos Aires tinha muitos participantes de Buenos Aires, que quando terminava a oficina iam para suas casas, estavam com suas famílias, lavavam roupa, cozinhavam e pensavam em outras coisas. Em Valparaíso nem sequer os chilenos estavam em sua casa, bom, a maioria eram de Santiago. E foi como uma bolha que continham todos, que todos estavam na mesma direção e com um entusiasmo infinito. (Tradução nossa).

¹⁸⁹ A verdade é que a intenção era fazer um evento Argentino e Chileno, que se juntavam em um espaço e que depois teríamos vontade de fazer no outro país. Dissemos, pois, começamos por Buenos Aires, mas quando se começou a anotar as pessoas para participar, era argentina, chilena, uruguaya, mexicana, colombiana, boliviana, venezuelana, brasileira, muitas, e de repente vimos uma bolha latino-americana que nós dissemos de onde saiu essas pessoas? Como aparecerão? (Tradução nossa)

através desse objeto de uso pessoal cria-se um tipo de conexão entre objetos e sujeitos, que circulam e ganham força nas redes joalheiras. Aqui se usa a noção de rede de Latour, no sentido em que está associada à noção de ator, no próprio nome da teoria do ator-rede, no qual se reforça a incerteza quanto à origem da ação. Portanto, seguimos as premissas do autor e, dessa forma, nos alimentamos das controvérsias que nos instiga a decifrar e compreender as formações de grupos, com vínculos sociais distintos que traem a presença oculta de certas forças sociais específicas, como conectores invisíveis, que criam os vínculos, ao mesmo tempo em que se mostram instáveis e cambiantes. Quer dizer, os mesmo atores que ora se definem como joalheiros contemporâneos, outrora podem ser entendidos como produtores do campo da arte, assim como, os objetos já se expandem e saem do corpo e passam a ser observados como obra de arte, negando a joalheria contemporânea, ou negando até mesmo que fazem joalheria ou que o objeto seja uma joia.

5.4 Artista, Joalheiro, Objeto e Corpo

No campo da joalheria ressaltam-se três tipos de coletivos formados por atores humanos e não humanos. Assim, os identificamos na criação artística; na constituição do corpo do joalheiro, no qual a transmissão e aprendizado do uso do corpo e domínio da técnica é realizada através da intervenção de todos os atores que fazem parte da tradição da ourivesaria, inclusive os instrumentos, objetos e atores humanos e, por último, na associação entre a joia e o seu usuário, no qual se forma um corpo dotado com a agência do objeto.

O primeiro coletivo que se propõe destacar no segmento da joalheira ocorre, não só na criação artística, mas nas criações de joias em geral, modificando apenas os atores envolvidos no processo. Mas como o foco deste capítulo é a arte joalheria, a ênfase será dada à criação artística. Portanto, através das associações entre os distintos materiais, toda sorte de objetos para a materialização de ideias, e a participação de outros atores humanos, para além do próprio artista joalheiro formam-se os coletivos. A criação artística, de acordo com a TAR, é observada como um processo de fazer arte, cujo resultado se torna uma obra de arte a partir de uma dinâmica negociação entre o rearranjo de diferentes atores, humanos e não humanos. Isto é, o processo artístico não é situado como sendo a elaboração de

uma mente genial; ao contrário, é visto como uma construção fruto da interação dos vários atores dentro de um coletivo observável, capaz de ser seguido através do método etnográfico. É importante esclarecer que o sentido que aqui se adota de ator refere-se a “qualquer coisa que modifique uma situação fazendo diferença [...]”. (LATOURET, 2012, p.108). Sem a obrigatoriedade de tais elementos serem todos humanos. Portanto, a TAR defende que a arte, assim como a ciência, constrói realidades a partir de uma situação quase técnica para a experimentação com os objetos. O sentido aqui dado à experimentação é baseado na participação de vários atores na elaboração tanto da arte, como da ciência. O processo de fazer arte implica que a interação entre os diferentes agentes seja amplamente pactuada, a fim de coadunar objetos, materiais, agentes e técnicas necessários para se alcançar o propósito do trabalho. Assim, na obra de arte pode haver o envolvimento do curador, artista, colecionadores, galerista, técnicos responsáveis pela execução do trabalho, para além do envolvimento dos objetos ou atores não humanos. Estes, possuem agência, emprestam seus atributos no desenvolvimento e realização da obra e podem interferir para o seu resultado final.

Um bom exemplo para compreender a adoção da agência dos materiais na elaboração de uma obra é observado no relato da artista joalheira Nanna Melland. Para decidir qual seria o material que melhor transmitisse o conceito do trabalho intitulado “Swarm”, essa produtora precisou experimentar vários materiais, antes de optar pelo alumínio.

“Aluminium is a new material for me. It’s highly versatile, being used in everything from Boeing airplanes to aluminium foil. I chose aluminium because of its formal qualities: how it captures light, how thin it can be before it breaks. I wanted something light, almost not even there, that could ‘fly’. Aluminium has all these qualities”¹⁹⁰.
(Entrevista)¹⁹¹

A instalação “Swarm”, enxame em português, Figura 37, consiste em milhares de aviões cortados em finas chapas de alumínio e fixados por alfinetes em uma parede, de preferência ampla para melhor representar a ideia de enxame – a parede é mais um elemento não humano que contribui para o resultado do trabalho. O

¹⁹⁰ Alumínio é um novo material para mim. É altamente versátil, sendo usado em tudo, de aviões Boeing à folha de alumínio. Eu escolhi alumínio por causa de suas qualidades formais: como ele capta a luz, o alcance de espessuras muito finas sem se quebrar. Eu queria algo leve, quase nem mesmo lá, que poderia “voar”. Alumínio tem todas estas qualidades. (Melland, 2015. Tradução nossa)

¹⁹¹ Entrevista concedida para o site <www.klimt02.net>

formato dos aviões não varia, só há alteração no tamanho, os quais podem ter entre 2,5 cm até 8,5cm de extensão. Swarm invoca a ideia de Melland, de que nós, seres humanos, fazemos parte de um enxame em busca de sobrevivência¹⁹². Como a força do trabalho está na repetição e leveza das peças individuais, o alumínio funciona emprestando a leveza, a cor, a reflexão da luz e movimento. Como as peças são muito leves, a instalação se move frente à corrente de ar e ainda produz um sutil ruído metálico, ao se friccionar os elementos componentes. Assim, são os atributos do material que contribuem de forma essencial para a materialização da ideia.

Figura 37- Instalação Swarm na Biblioteca da Dinamarca. Alumínio.



Fonte: Melland, Nanna (2012).¹⁹³

¹⁹² VER: <http://klimt02.net/events/exhibitions/nanna-melland-swarm-galerie-spektrum>

¹⁹³ VER: André Gali, <https://www.flickr.com/photos/norwegiancrafts/8452612127/>

Figura 38- Instalação Swarm.



Fonte: Melland, Nanna (2012).¹⁹⁴

Outro aspecto interessante da instalação de Nanna Melland, o qual pode ser observado na Figura 38, é a interação que a obra estabelece com a audiência. A forma de adquirir a peça é realizada pelo próprio espectador da exposição. Ele mesmo escolhe e retira um elemento da instalação, para em seguida efetuar o pagamento numa caixa semelhante às de oferendas que encontramos na igreja católica, pois Melland quis associar o trabalho com a tradição dos ex-votos, na qual a oferenda representa uma graça alcançada e é acompanhada por um momento de oração e fé. Portanto, trata-se de uma obra efêmera, a qual desaparecerá em função da ação do consumo dos espectadores. A materialização dessa ideia teve o propósito de relacionar os sentimentos individuais do espectador, pequeno e vulnerável frente aos sentimentos, quando confrontado com um enxame real, cuja beleza está nos movimentos sincronizados. Assim, de acordo com a artista, a força da massa, que é formada por milhares de indivíduos minúsculos, é ao mesmo tempo, impactante e assustadora¹⁹⁵.

¹⁹⁴ VER: <http://klimt02.net>

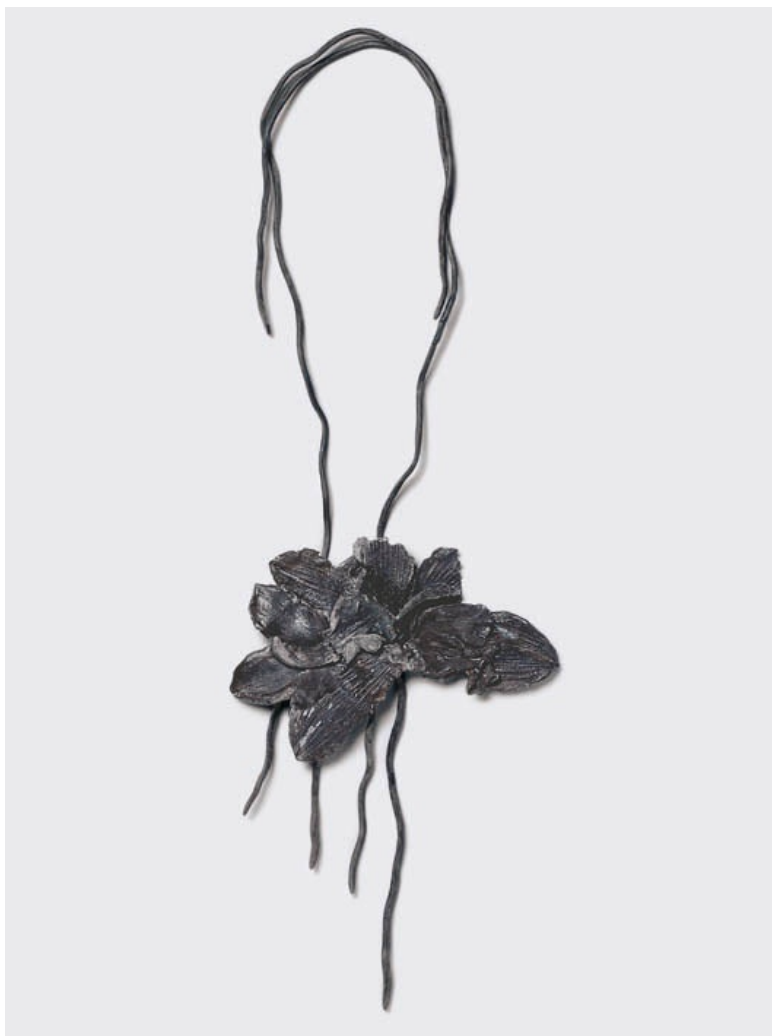
¹⁹⁵ VER: <http://www.gioiellocontemporaneo.it/tag/nanna-melland/>

Outro exemplo de pesquisa com o material ocorreu no desenvolvimento da série “Les Fleurs du Mal”, Figura 39, cujo material escolhido por Melland foi o chumbo. Apesar de ser um material nocivo à saúde e muito controverso na joalheria, contribuiu de forma única para o resultado pretendido. Entretanto, é importante esclarecer que as peças de chumbo foram cobertas por uma película, a fim de evitar o contato direto do chumbo com a pele.

“When I choose lead, it’s not because I haven’t tested out silver and gold and other materials. Lead has fantastic qualities. It’s like butter, very soft. The color is unbeatable if you’re aiming for a gloomy expression. The material’s weight is unparalleled. And you can get hold of it easily – literally by the bucket. [...] I wanted the pliability lead could offer. Had I used another metal, the results would have been stiff. Lead allows the flowers to live, but silver would have rendered them hard and pointy.”¹⁹⁶ (Entrevista).

¹⁹⁶ Quando eu escolhi o chumbo, não foi porque eu não tenha testado a prata, o ouro e outros materiais. O chumbo tem qualidades fantásticas. É como manteiga, muito macio. A cor é imbatível, se você está buscando uma expressão sombria. O peso do material é inigualável. E você pode se apossar dele facilmente - literalmente pelo balde. [...] Eu queria a vantagem que a flexibilidade poderia oferecer. Se eu tivesse usado outro metal, os resultados teriam sido duro. Chumbo permite que as flores vivam, e a prata teria tornado as flores duras e pontudas. (Tradução nossa).

Figura 39- Serie Les Fleurs du Mal.



Fonte: Melland, Nanna (2006- 2012).¹⁹⁷

A segunda forma de coletivos presentes na joalheira e uma das questões que aqui se coloca, são as redes formadas pela associação entre atores humanos e não humanos no processo de elaboração do corpo do artista joalheiro, tendo como intuito ressaltar o corpo como uma materialidade que vai sendo feita no processo de ser joalheiro. Para tanto, a constituição desse corpo é feito através de investimentos em que se requer treinamento e disciplina até serem assinaladas em forma de hábitos¹⁹⁸. Como de uma forma geral, o artista joalheiro, diferente do artista visual, é quem executa o seu próprio trabalho, o treinamento nas técnicas de ourivesaria faz parte do processo de ser joalheiro, o qual implica no desenvolvimento de habilidades finas. O treino registra no corpo o mundo sensível que nos cerca, transforma um

¹⁹⁷ VER: <http://klimt02.net/>

¹⁹⁸ Marcel Mauss (2009). As Técnicas do Corpo.

corpo, por assim dizer, destreinado em um corpo com habilidades finas, capaz de dominar a técnica e o conhecimento necessário para manusear instrumentos com justeza e precisão. Dito de outra forma, para ser joalheiro primeiro é preciso adquirir hábitos, os quais são compreendidos como habilidades que requerem muita exatidão, adquiridas através do treinamento e controle do corpo, constituído tanto do seu vínculo com outros seres humanos – pois é a forma de transmissão do conhecimento técnico e da aprendizagem – mas também a partir do manuseio dos objetos.

O guia de carreira elaborado pelo *Jewelry of America*¹⁹⁹, fornece um perfil com as habilidades necessárias ao joalheiro e as possíveis áreas de atuação. O treino na educação do futuro profissional visa disciplinar o corpo a fim de possibilitar a realização de trabalhos minuciosos e detalhistas.

*“Jewelers [...] have an aptitude for tools and machines and are good at figuring out how to build or fix things. They are detail-oriented and patient, because most jewelry work involves completing a series of small, careful steps using sharp tools and open flames. Common sense, attention to safety and the ability to plan is important. Many jewelers find creative satisfaction in solving repair problems or in determining exactly how to fabricate a piece of jewelry”*²⁰⁰
(Entrevistado)

Entre os hábitos que se desenvolve na joalheria, pode-se elencar o manuseio com martelos, alicates, pinças, serras, brocas, lupas, motores, laminadores, como também identificar os martelos indicados para os diversos materiais, saber enxergar a chama do maçarico, tanto para regulagem de acordo com a necessidade do trabalho, como para reconhecer o limite de calor necessário para a consecução de uma junta por meio da soldagem ou brasagem. A manipulação de um alicate, por exemplo, se assemelha à extensão das mãos, que para atingir uma boa desenvoltura, foi adquirida a partir de uma técnica corporal já dominada e controlada. Porém, toda técnica corporal precisa de associações com os atores não humanos. Os instrumentos, equipamentos e treino afetam e constituem o corpo do joalheiro, o qual é dotado de possibilidades de confeccionar objetos pequenos e

¹⁹⁹ VER: <https://www.jewelers.org/files/jajewelrcareers.pdf>.

²⁰⁰ Joalheiros [...] têm uma aptidão para ferramentas e máquinas e são bons em descobrir como construir ou consertar as coisas. Eles são orientados para o detalhe e paciência, pois a maioria dos trabalhos de joalheria envolve o preenchimento de uma série de pequenos passos, cuidado ao usar ferramentas afiadas e chama aberta. O bom senso, atenção à segurança e à capacidade de planejar é importante. Muitos joalheiros encontram satisfação criativa na resolução de problemas de reparação ou para determinar exatamente como fabricar uma peça de joalheria. (Tradução nossa)

minuciosos. São essas associações entre os sujeitos e objetos, inclusive com as disposições das ferramentas e instrumentos próprios do ofício nas oficinas, imagem 5 e 6, que vão construindo esse corpo específico.

Para o artista joalheiro Ramón Puig Cuyás, o artista joalheiro congrega o projeto da peça com sua execução, assim, projeto, processo de concepção e construção se concentram sob um único indivíduo, neste aspecto é um processo que se opõe à joalheria de design. “Esta unidad entre la idea y la materialización da como resultado una pieza única. El objeto que sale de sus manos es una forma de compartir con los demás una experiencia sensible”²⁰¹ (ROJAS, 2016). O resultado do trabalho do artista joalheiro conecta a ideia com a materialização da obra.

Figura 40- Virgílio Bahde em sua oficina.



Fonte: A autora. (2014).

²⁰¹ Esta unidade entre a ideia e a materialização resulta uma peça única. O objeto de sai de suas mãos é uma forma de compartilhar com os outros uma experiência sensível. ROJAS (2016) (Tradução nossa). Depoimento de Ramón Puig Cuyás. VER: <http://www.goldandtime.org/noticia/80898/Goldtime/La-armonia-matematica-del-joyero-Ramon-Puig-Cuyas.html>

Figura 41- Ateliê da Elizabeth Franco.



Fonte: A autora (2014).

Por fim, a última forma de coletivo que gostaria de ressaltar, se dá entre os sujeitos e seus objetos joias. É nessa associação de humanos com seus objetos de uso pessoal que observamos os investimentos estéticos operando na construção de um corpo artefactual, cuja intenção é incorporar a agência da joia. Através da associação de peças de joalheria contemporânea na elaboração estética sobre o corpo se formam coletivos que podem agir como disparador de comunicação ou como amuleto de proteção e segurança, por exemplo. Nesse sentido, o depoimento de Francisca Kweitel, artista joalheira e coordenadora do Simpósio “En Construcción”, é esclarecedor. Para ela, a agência das joias opera nos pequenos gestos, estabelecendo pequenas mudanças no estado de ânimo do usuário da peça ou abrindo outras possibilidades, ao emprestarem seus atributos para os sujeitos que as portam.

“Hay algunas piezas que funcionan más fuertes que otras, como talismanes, objeto de seguridad. Hay otras que funcionan como llamadores, ¿sabes como? ¡Acá estoy yo! Y genera comunicación, genera un contacto, genera un vinculo, por lo menos una mirada que ya puede ser el comienzo de algo. Creo que casi siempre tiene que ver con una historia de animo. Yo tengo muchas piezas de joyería y no me pondría cualquier día cualquiera, la elijo. Hoy tengo ganas de algo más liviano, hoy de algo más potente, o de llamar mucho la

atención, o que sea imperceptible y si no está atento a no lo ves”.
(Entrevistada).²⁰²

Outro depoimento, nessa mesma perspectiva, é o da joalheira contemporânea Marina Sheetikoff, imagem 20, que estava expondo em uma das quatro exposições paralelas ao Simpósio En Constrcción II, em Valparaíso. No seu ponto de vista, o uso de certas peças pode ser um disparador de comunicação, pois aguça a curiosidade do observador, levando-o a se aproximar a fim de tecer algum comentário. Outro aspecto ressaltado por Marina é o poder que certas peças possuem de afetar o portador, dessa forma, o usuário incorpora os atributos identificados nas peças, visto que essas joias também podem materializam memórias, na qual estaria a força dos objetos.

“Eu faço muitas peças de cabeça e acho que isso faz o contato com as pessoas ou então elas veem direto perguntar. Eu sinto, pelo fato de estar usando a peça, que estou em um estado especial, eu me considero num estado diferente. [...] esses são os anéis de uma reunião importantes que tenho que ir, sabe? Parece que dão uma força como armas ou proteção. Acho que tem a ver com armadura...”
(Entrevistada).

Figura 42- Tiaras.



Fonte: Sheetikoff, Marina (2015).²⁰³

²⁰² Há peças que funcionam mais fortemente que outras como talismã, objetos de segurança. Há outras que funcionam como chamadores sabem como? Estou aqui! E gera comunicação, gera um contato, gera um vínculo, pelo menos uma olhada, que pode ser o começo de algo. Acho que quase sempre tem a ver com uma história de ânimo. Eu tenho muitas peças de joalheria e não poria em qualquer dia, qualquer uma, eu a escolho. Hoje tenho vontade de algo mais leve, hoje de alguma coisa mais potente, ou de chamar muita atenção, ou que seja imperceptível e senão está atento para vê-lo. (Tradução nossa)

²⁰³ VER: <http://marinasheetikoff.com.br/>

Em suma, através dos depoimentos dos vários produtores, identificou-se as redes formadas entre AH e ANH na joalheria. O espectro dessas associações contempla da constituição do corpo do produtor; passando pelo envolvimento de todos os atores que participam da criação das peças; até às redes formadas pelas joias e seus usuários. Nesse sentido, nos alinhamos à argumentação de Gell (1998), quando defende que uma manifestação artística é definida por sua agência e intencionalidade que, ao imiscuir-se na vida cotidiana dos seus usuários, funciona como um mediador das relações sociais.

6 DESFECHO - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao reconstruir as diferentes posições no interior do campo da Joalheria, levando em consideração tendências que vem do mercado e tendências que vem do campo da arte, a fim de ver como tudo isso se articula, objetivou-se localizar as diversas categorias que compõem a estrutura interna deste campo. A princípio cogitou-se a possibilidade de que as diferentes categorias, sobretudo aquelas que cultivam ligação mais forte com o mercado consumidor e as de expressão mais artística, mantivessem veios comunicantes. Ou seja, imaginamos certa capilaridade entre uma produção mais experimental e a produção industrial, de maneira semelhante ao que ocorre na moda, um campo também composto de várias categorias, em que os segmentos mais conceituais, como representados nos trabalhos desenvolvidos por alguns designers da alta costura, por terem um viés mais experimental, funcionam como inspiração para o segmento *prêt-a-porter*²⁰⁴. A produção seriada adapta as peças concebidas para a passarela para obtenção de escala, a fim de alcançar um produto mais barato e atingir um público mais amplo. Como se a função da arte fosse alimentar a produção da indústria joalheira a partir de formas mais inventivas. Não obstante, de acordo com o que se pôde observar no trabalho de campo com os artistas joalheiros, tanto aqui no Brasil, quanto na Argentina e no México, não é isso que ocorre; não se identificou veios comunicantes entre a joalheria industrial e a joalheria contemporânea. Como esta última categoria é mais recente, sem “tradição” no campo e desconhecida não apenas do público em geral, como também entre boa parcela dos joalheiros, não foi identificada conexão entre tais categorias que compõem o campo da joalheria, sendo mais comum a indústria estabelecer parceria com representantes da moda, artes, música e entretenimento.

Identificou-se uma série de outros aspectos que impactam na atuação do joalheiro contemporâneo, pois, como inexistem algumas instâncias para a atuação no segmento, a saber: escolas de formação, pontos para comercialização e colecionadores, a solução que esses profissionais encontram para garantir o sustento e permanecer atuante na categoria consiste no desempenho de outras

²⁰⁴ Pronto-a-vestir (Tradução nossa). A expressão *prêt-a-porter* refere-se à roupa confeccionada industrialmente em série, a fim de baratear o produto.

atividades dentro e fora do campo. Os trabalhos alternativos identificados variaram bastante; no México, como o coletivo era formado quase exclusivamente por designers, com exceção da Zina, que era restauradora de formação e intercalava a restauração com a joalheria, os trabalhos alternavam entre designers de indústria, como Brenda Farías, que trabalha para a indústria moveleira, enquanto outros atuam como designers de marca comercial de joalheria, ou como docente. Ainda do México, Holinka se responsabiliza por um blog, cujo foco da ação reside em comunicar e divulgar a joalheria contemporânea. Dessa forma, no caso do coletivo “Sin Título”, as reuniões acontecem em horário alternativo ao do trabalho remunerado; quer dizer, seus membros trabalham no horário comercial, quando é exigido cumprir esse horário, e se dedicam ao trabalho do coletivo à noite e nos finais de semana. Quem tem o horário mais flexível, além de se dedicar às atividades do coletivo à noite, também frequenta a sala que eles possuem no centro da Cidade do México. Portanto, além da atuação no coletivo “Sin Título”, todos possuem uma fonte de renda em outras atividades, de acordo com o depoimento de Holinka.

Pode-se, observar as mesmas dificuldades enfrentadas pelos outros representantes pesquisados da categoria da arte joalheria; assim, Francisca Kweitel, trabalha como professora da disciplina de design de assessorios, na Universidade de Buenos Aires, atividade que concilia com a gestão dos eventos de joalheria contemporânea e sua produção artística. Flammarion, em São Paulo, faz trabalhos de decoração e estamparia, concomitantemente ao trabalho desenvolvido na joalheria de arte. Elizabeth Franco, no Rio de Janeiro, por entender a importância da formação para a atuação no segmento, fez um investimento nos últimos anos na sua educação, culminando com o ingresso no mestrado, em 2016, cujo foco da investigação será o seu trabalho de joalheria, ao mesmo tempo em que forma grupos de estudo para explorar e refletir sobre a joalheria contemporânea. Por último, temos Virgílio, único informante dessa categoria, para quem a joalheria contemporânea é a sua fonte de renda. Ele é o único representante que se dedica integralmente e vive de sua produção, apesar de ter poucos pontos de venda. Virgílio possui uma boa aceitação, tanto do público, quanto da mídia. Mesmo através da experimentação e ousadia das formas que adota em suas peças, o fato de usar metais nobres e gemas o fez conquistar um nicho do mercado, independente do seu

esforço nessa conquista, pois como ele próprio diz, “eu não quero alimentar mercado, eu quero estar fora do mercado”. Cada vez mais eu estou sendo bem aceito no mercado e posso restringir esse mercado pra mim [...].²⁰⁵.

Neste contexto, pode-se concluir que a atuação na joalheria contemporânea está condicionada às limitações da pouca visibilidade e reconhecimento, intrínsecas a esse segmento, impondo aos seus produtores a precariedade das práticas laborais. Se foi possível verificar esse padrão, apesar de não ser um padrão absoluto e, portanto, apresente diferentes matizes em sua composição, o fato de Virgílio Bahde fugir do modelo da precariedade laboral nos fez reconsiderar a sua posição nessa categoria. Embora a sua classificação tenha sido pensada para figurar de acordo com sua autodenominação, e ainda que em sua produção explore e experimente as formas adotadas nas suas peças, somente essa característica não é determinante o suficiente para que possa-se prescindir de todos os outros aspectos que compõe a categoria da joalheria contemporânea. Virgílio, além de ser muito bem sucedido comercialmente, após mais de 30 anos dedicado à joalheria em seus diversos formatos, atualmente encontrou seu nicho de mercado e conta com muita simpatia da imprensa, o que lhe gera, espontaneamente, algumas matérias nos cadernos de moda.

A proposta de seguir a atuação dos membros de cada categoria nos levou a acompanhar os elementos e conexões que os atores fazem em torno das duas classes da joalheria: a de expressão artística e a joalheria de design.

Mais uma vez, identificou-se que o trabalho dos membros da categoria da joalheria contemporânea é condicionado por alguns fatores, inicialmente destaca-se a dificuldade em atuar exclusivamente na própria categoria, conduzindo-os a trabalhar em outras áreas, inclusive em trabalhos temporários ou por projetos e/ou ainda serem financiados pela família, compreendido no sentido de um alargamento da permanência na casa dos pais ou através do suporte de um cônjuge que os permitem trabalhar no que gostam. Além disso, outros aspectos estão interligados à dificuldade de atuação na categoria; de um lado, tem-se a ausência de escolas para essa formação específica, o que os levam a ser autodidatas no fazer joalheria de arte. Mas não é só isso: as escolas além de formar, geram uma movimentação em torno da atividade; por isso, nas localidades onde se encontram essas escolas, há

²⁰⁵ Entrevista concedida por Virgílio Bahde em 29 Maio 2014.

uma concentração de pessoas interessadas nas questões que envolvem o objeto de estudo, gerando, conseqüentemente, um movimento em torno da atividade profissional.

No universo pesquisado, o ingresso na joalheria de expressão artística ocorre através de escolas que ensinam as técnicas de ourivesaria, e não por escolas de arte joalheria, tampouco por escolas de design, razão pela qual seus membros reinterpretam o sentido tanto da arte, quanto do design, adotando, muito vezes, um entendimento próximo ao do senso comum, o qual consiste, no caso da arte, em “deixar aflorar sentimentos que estão no interior do artista”; ou ainda, definiam que nas joias de arte as “peças transmitem um significado ou uma mensagem vertido do interior de quem as criou”. Definições de arte que há muito foram ultrapassadas pelo campo da arte. O mesmo dá-se com os joalheiros que não possuem formação em design, a respeito das questões de projeto. Os egressos das escolas de técnicas de ourivesaria não exercitam as etapas de um processo de design nas escolas focadas no ensinamento das técnicas.

Acrescente-se a isso o desconhecimento do público em geral sobre o segmento e, conseqüentemente, a inexistência de instâncias de comercialização do trabalho da joalheria contemporânea; assim como, público consumidor para o que é produzido por essa categoria.

Nesse ponto, vale lembrar as observações contidas no artigo do Murray (2014), as quais despertaram minha curiosidade e motivaram o meu interesse pelo coletivo de artistas joalheiros mexicanos. Em seu artigo, o autor aponta que a atuação do coletivo “Sin Título” fora uma forma de driblar as condições desfavoráveis com as quais os atores se deparavam no México, onde, diferentemente do contexto da Europa, não encontravam espaços expositivos ou colecionadores. Contudo, ao contrário desse argumento, o que se observou nas performances desses atores, foi o ativismo social, o empenho em difundir e desenvolver a joalheria contemporânea no México. O sentido aqui empregado para ativismo refere-se aos novos modos de engajamentos político, conduzindo a ação dos joalheiros contemporâneos no esforço em constituir uma categoria. Para isso, promovem eventos, palestras, convidam outros membros como porta-vozes para darem seus depoimentos e, dessa forma, auxiliarem na construção da categoria. Quer dizer, o coletivo de joalheiros mexicano sabe que o público interessado pela

joalheria de arte é muito reduzido, por isso, elegeram como foco de ação, essa forma de ativismo objetivando expandir sua comunicação a mais pessoas, para, aí sim, poder criar condições de atuação. Portanto, nesse momento, a luta é centrada em instituir a categoria.

Para a joalheria ser considerada arte é necessário que o trabalho tenha uma proposta, incorpore uma intenção e tenha a capacidade de comunicar a noção de um nexo de intencionalidade entre os vários atores envolvidos na sua criação. Propõe-se a “interpretabilidade para o processo de constituição da obra de arte” (GELL, 1996, p. 182), em contraponto com a joalheria comercial, na qual os materiais e as técnicas que a compõem possuem relevância em detrimento dos outros aspectos. De maneira que, na joalheria industrial, o material e técnicas determinam a composição da peça, cujo intuito é a produção de um objeto bonito. Por outro lado, na obra de arte, de acordo com a premissa que aqui se adota, trabalha-se com um problema relativo a um conhecimento, sendo as técnicas e materiais escolhidos de acordo e em consonância com a ideia norteadora do problema. Dessa forma, a agência do objeto de arte está vinculada ao pensamento de quem a fez. Para ilustrar essa ideia cita-se Gell, quando propõe que “as armadilhas podem ser consideradas como textos sobre o comportamento animal” (GELL, 1996, p. 184). Em si mesma, a armadilha não é engenhosa; entretanto, ela objetifica ou representa o conhecimento do caçador sobre o animal. Ao introduzir a agência e intencionalidade, Gell rompe com a separação entre artefato e arte, e se afasta da interpretação clássica da arte via contemplação. No caso da joalheria, tomamos como exemplo o trabalho de Elizabeth Franco, nos quais ela utiliza cacos de louça e talheres deformados, deslocando a utilização desses objetos e adotando-os como extensões do corpo. No caso específico dos talheres, a artista mantém suas funções, como a de cortar, de transportar alimento à boca, mas numa intenção de levar às últimas consequências essas funções, “de leva-los ao limite de sua utilização”²⁰⁶.

É neste momento que Gell sugere associar, numa exposição imaginária, obras conceituais ocidentais com armadilhas de povos sem tradição artística institucionalizada. As armadilhas africanas, oceânicas e amazônicas se aproximariam mais da arte conceitual contemporânea do que as máscaras ou esculturas, por causa da complexidade cognitiva envolvida na montagem das armadilhas; por

²⁰⁶ Entrevista concedida por Elizabeth Franco em 13 Fevereiro 2014.

causa da maneira como age sobre a mente do receptor, sugerindo uma complexa rede de intencionalidades, onde o caçador mostra conhecer bem os hábitos da sua presa através da própria estrutura da armadilha (LAGROU, 2010, p.17).

Mais ainda, na maior parte das vezes a joia precisa do corpo ou de sua referência para dotá-la de sentido, diferente de outras linguagens artísticas nas quais a intensão do artista está no próprio objeto. Isto é, a joalheria contemporânea não utiliza apenas uma linguagem para a concepção da joia; a linguagem de quem a porta é incorporada, complementando o sentido. Seguindo a argumentação de Gell (1998), para quem o objeto de arte é o mediador da agência do seu produtor, nesse caso o artista; na joia, tem-se associada a essa agência, a agência de quem a porta. Ao mesmo tempo, essa abordagem se conecta à teoria do ator-rede, no sentido da multiplicidade das mediações, numa reflexão que propõe revelar outros seres ativos no momento em que alguém age, evidência de que é preciso desvendar a vida secreta dos objetos. Muito embora se tenha indícios da participação de todos os numerosos seres de uma ação, sobretudo quando se pensa em um corpo artefactual, cuja constituição é feita a partir dos objetos, na maioria das abordagens se continua a pensar como se o único ator fosse o humano, afastando a capacidade de entender que não há esse "eu", esse sujeito individual e autônomo que age no mundo.

Nessa perspectiva, de acordo com a abordagem teórica aqui adotada, a joia de arte alinha-se com as premissas da antropologia da arte e simétrica. Ou seja, tanto por ser um trabalho com intencionalidade, o qual revela o pensamento de quem o criou, quanto é constituído pela agência da associação da qual é resultado. Não obstante, apresenta-se como crítica a esse instrumental a negativa da interpretação por parte do pesquisador, conforme defende Latour (2004a). O que observou-se, diante do material coletado para essa pesquisa, foi que os atores podem se equivocar na correspondência de suas produções com as categorias que compõem o campo da joalheria. Assim, o pesquisador ao eximir-se do análise das ações dos atores, corre o risco de não abordar possíveis distorções em suas elaborações.

Através da observação das práticas dos atores foi possível identificar as mudanças ocorridas no segmento da joalheria de arte dentro do universo da pesquisa: se por um lado vimos uma luta em forma de ativismo para criar um campo, de outro, os atores avançam e querem também o mesmo estatuto do artista de

outros segmentos. Já não se interessam em serem denominados de artistas joalheiros; antes, preferem ser nomeados de artistas ou criadores. Os joalheiros contemporâneos que antes de se aproximarem da arte, passaram por formação em joalheria contemporânea– tendo, inclusive, incorporado a joalheria, no sentido de tê-la integrado dentro dos seus corpos, conforme relato da informante Francisca Kweitel – se sentem limitados na disciplina de origem, de forma que passam a experimentar em outras disciplinas. Ainda que permaneçam produzindo joias, ser joalheiro é impor limites. Assim como o escultor, o pintor ou o performer são denominados artistas e não artista pintor, os joalheiros parecem não querer se limitar a categoria de artista joalheiro, por isso, preferem, antes, serem chamados de criadores ou, simplesmente, artistas.

Na joalheria comercial; por sua vez, o campo de maior repercussão é o design, e o seu processo tem uma lógica própria, que não dá para ser aplicado ao pensamento e instrumental da arte. Conforme dito anteriormente, a contribuição do design na joalheria industrial teve como intuito otimizar a produção e, dessa forma, obter escala, mas a adoção do projeto fica mais evidente nos produtores que possuem formação em design. Como a inserção do design pela indústria foi fruto de uma ação política, contando inclusive com a participação do Estado nesse esforço em transformar o campo, essa introdução foi lenta e intuitiva, apesar de ter passado a ser exigida aos ingressantes dos setores de criação formação em design. De uma forma geral, o design ainda fica restrito ao setor de criação, diferente do que é praticado pela designer de joia Lívia Canuto, para quem todos os aspectos do negócio devem estar cuidadosamente articulados em torno de uma identidade, não se restringindo ao produto. Isto é, para os designers de joias a atenção aos detalhes faz parte do modelo de atuação no campo. O termo design, no sentido de perícia, artesanato e atenção obsessiva aos detalhes, assim como de habilidade, modificaram e expandiram o conceito de criação. Para Latour (2009), a mudança foi tão profunda que acarretou a própria transformação no significado de “fazer”, ao invés de serem feitas, as coisas passaram a ser cuidadosamente designed.

Entretanto, não se pode deixar de observar que o design também já apresentou resistência em aceitar a joia no seu escopo de práticas, sobretudo por identificar nos artefatos uma falta de função. No caso específico do design, a crítica à joia se dava mais pela frivolidade do artefato; argumentava-se que na joia não

havia uma função social. Vale ressaltar que essa mesma característica da joalheria – a funcionalidade – percebida, negativamente pelo design, por sua falta, é alvo da crítica das instâncias de consagração da arte, por ter uma criação orientada para o corpo. Ou seja, dependendo do campo, o mesmo aspecto pode ser observado por possuírem sentidos opostos. Outras características, como a produção artesanal, dificuldade de reprodução em escala ou a ornamentação, a distanciaram tanto da arte, quanto do design. Todas essas características só reforçam a liminaridade do campo da Joalheria. Os produtores se situam entre esses dois campos, de maneira que em um espaço de inúmeras graduações, ficam, individualmente, mais próximos de um campo ou de outro.

Por fim, vale ressaltar a dimensão da feitura do corpo do joalheiro. A partir da rede que se forma com os instrumentos e ferramentas usados na fabricação de joias, associado ao treino para o desenvolvimento de habilidades finas, constitui-se um corpo capaz de enxergar detalhes minuciosos, numa busca incessante pela perfeição, capaz também de usar as técnicas com o intuito de atender à complexidade dos projetos. Esse corpo é desenvolvido não só com o auxílio de ANH, mas conta também com a participação de AH, entre os quais se destaca a participação dos professores, pois através da demonstração no manuseio das ferramentas e das técnicas, como também por meio de orientação para a qualidade que as peças de joalheria devem possuir, vão balizar esse corpo. Nesse sentido, todos os joalheiros passam por esse treinamento, independente da categoria em que irão atuar. Para ilustrar, conta-se com o depoimento de Lívia Canuto a partir de sua experiência na prática docente, para quem o neófito de joalheria sente dificuldade em visualizar algumas características técnicas da ourivesaria. “A gente fica impregnado com isso; e é com o tempo. Então, quando você pega um aluno novo, que está iniciando e o apresenta à técnica de recozimento, ele não consegue ver a coloração avermelhada desse ponto. [...] Isso tudo você vai adquirindo”²⁰⁷. A partir da incorporação das técnicas, via treino, das técnicas o joalheiro passa a usar o ferramental da joalheria como extensão do seu corpo, não sendo mais necessário pensar em como deve manusear as ferramentas. Quer dizer, a partir de muito treino, é possível incorporar as técnicas da joalheria e sentir o comportamento do metal, no

²⁰⁷ Entrevista concedida por Lívia Canuto em 1º Outubro 2015.

sentido em que se identifica os limites do material e até onde pode responder às técnicas.

Lívia ainda relata uma experiência recente que teve com uma aluna. A estudante lhe chamou atenção, pois na primeira aula ela tinha realizado o exercício de forma muito tosca, até o som produzido pela serra denunciava a dificuldade em executar a tarefa. Por demonstrar falta de habilidade, Lívia pensou estar diante de alguém com mais dificuldade em assimilar os ensinamentos da ourivesaria. Entretanto, surpreendentemente, após insistir em demonstrar a maneira correta de utilizar a serra e mostrar o resultado que a aluna precisava atingir, depois do primeiro mês, constatou que a aluna havia se superado, tendo alcançado um excelente resultado no exercício com aplicação da serra. Mais que isso, passou a identificar as imperfeições contidas no seu próprio trabalho, demonstrando estar consciente dos aspectos que precisava melhorar. Em suma, a partir dos relatos, verificou-se que é possível disciplinar o corpo dos interessados em joalheria. Isto é, pessoas que demonstram ser mais inquietas e agitadas, com o trabalho manual minucioso, passam a agir de forma mais comprometida e concentrada ao longo das aulas. Sem esquecer, claro, dos casos de candidatos que apesar das tentativas, não se encaixam no ofício; querem fazer, tentam, mas pela dificuldade enfrentada, acabam por abandonar a atividade, desistem da oficina e partem pra outras experiências.

Para rematar, as outras redes que se formam entre atores humanos e atores não-humanos na joalheria apresentam-se de dois modos. De um lado, tem-se o processo criativo, no qual os materiais e técnicas emprestam suas agências, no sentido de que participam e contribuem com a realização do trabalho. O outro aspecto se refere à associação que se forma entre a joia e o usuário. Nessa acepção, a agência do objeto afeta o sujeito. Portanto, são os atributos da joia que agem na pessoa, fazendo a mediação entre os atores humanos. Para ilustrar as formas de agência das joias, obteve-se dos informantes relatos que sinalizavam para as várias situações que se instalam na relação entre coisas que medeiam relações sociais, tais como: a comunicação que se estabelece através do uso da joia, quando a partir da curiosidade que uma determinada peça desperta, se instaura um contato entre o usuário e aquele que observa; ou pelos atributos das peças, entendidos como fonte de proteção; entre outros. Enfim, se as joias afetam quem as

usa, entende-se que é porque a joia possui a qualidade de partilhar os seus atributos.

Nesta pesquisa pode-se, portanto, verificar que os objetos de uso pessoal, como as joias, participam da constituição do sujeito de diversas formas. Neste sentido, uma das contribuições do presente estudo estudo foi pensar a própria construção do corpo do agente envolvido nessa prática profissional. Corroborando para a abordagem que pensa os atores humanos como um dos partícipes das redes nas quais se associam, ao mesmo tempo em que refutou-se a possibilidade de sua autonomia.

REFERÊNCIAS

- ALEXANDER, J.C., **The Reality of Reduction: the failed synthesis of Pierre Bourdieu**. In: **J.C. Alexander, Fin de Siecle Social Theory: Relativism, Reduction and the problem of reason**. Verso, 1995.
- ARCHER, Michael. **Arte contemporânea: uma historia concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- BELTING, Hans. **O fim da história da arte: uma revisão dez anos depois**. São Paulo: Cosac Naify. 2006.
- BESTEN, Liesbeth den. **On Jewellery – a compendium of international contemporary art jewellery**. Stuttgart: Arnoldsche Art Publishers, 2011.
- BOMFIM, Gustavo Amarante. **Sobre a Possibilidade de uma Teoria do Design**. In: Anais do P&D Design. Rio de Janeiro: AEnD-BR, v.2, n.2, nov. 1994.
- BOMFIM, G. A. **Metodologia para desenvolvimento de projetos**. Campina Grande: Ed. Universitária da UFPB, 1995.
- BOMFIM, G. A. **Fundamentos de uma Teoria Transdisciplinar do Design: Morfologia dos objetos de uso e sistemas de comunicação**. In: Estudos em Design. Rio de Janeiro: AEnD-BR V. V, n.2 (dez) , 1997.
- BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. 2010.
- _____. **“La metamorfosis de los gustos”**. In: Cuestiones de Sociología. Madrid: Ediciones Istmo, 2011a.
- _____. **Pero ¿quién créo a los creadores?** In: Cuestiones de Sociología. Madrid: Ediciones Istmo, 2011b.
- _____. **Razões Práticas: sobre a teoria da ação**. Tradução Mariza Corrêa – 11ª Ed. – Campinas, SP: Papirus, 2011c.
- _____. **Coisas Ditas**. São Paulo: Brasiliense, 2011d.
- _____. **A distinção – crítica social do julgamento**. 2. ed. rev. 1. reimpr. Porto Alegre: Zouk, 2013.
- BRUSEKE, F. J. **A questão da técnica e da antropotécnica em Sloterdijk: depoimento**. Instituto Humanitas Unisinos, 2014. Entrevista especial com Franz Josef Brüseke. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/530655-a-questao-da-tecnica-e-da-antropotecnica-em-sloterdijk>.

CAMPBELL, C. **A Ética Romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Ed.Rocco, 2000.

CANCLINI, Nestor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 1998.

_____. **Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2007.

_____. Introducción De la cultura postindustrial a las estrategias de los jóvenes. In: CANCLINI, Nestor García. G., CRUCES, F. e POZO, M. U. C. (Org). **Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales**. Barcelona: Editora Ariel, 2012.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Editora Blucher, 2008.

CARDOSO, Cármen; CUNHA, Francisco Carneiro da. **Gerenciando Processos de Mudança: A arte de agir estrategicamente e enfrentar resistências nas organizações**. Vol. 03, Recife: Publicações INTG, 2003.

COUTO, R. M. de Souza. **Reflexões sobre A Possibilidade de uma Teoria do Design, treze anos depois**. Palestra apresentada no Simpósio LARS 2008. <http://www.pedagogiadodesign.com/blogdesign/tag/teoria-do-design/>

DANTO, Arthur C. **Após o fim da arte: a arte contemporânea e os limites da história**. São Paulo: Odysseus Editora/Edusp, 2006.

_____. **Andy Warhol**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

_____. **Crítica de arte após o fim da arte**. *Viso – Cadernos de estética aplicadas*. n. 14 – jul-dez. 2013.

DAWSEY, John C. **Victor Turner e antropologia da experiência**. Cadernos de campo n. 13, p.163 – 176, 2005.

DÍAZ, R. Una propuesta para los estudios culturales de la tecnociencia. In: A. GIGLIA, C. GARMA y A. P. de Teresa (Org.), **¿Adónde va la antropología?** México: UAM – Juan Pablo, 2007.

DIEGUEZ, Consuelo. **HStern: a história do homem e da empresa**. Rio de Janeiro: Record, 2015.

DORMER, P; TURNER, R. **La nueva joyería. Diseños actuals y nuevas tendencias**. Barcelona: Editorial Blume, 1986.

DOUGLAS, Mary. **Estilos de Pensar**. Tradução para espanhol: Alcira Bixio. Barcelona: Editorial Gedisa, 1998.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**: por uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

ESCUDEIRO, Holinka. Sin Título. Cidade do México, La Chiclera, 2014. Disponível na internet por http em: < <http://holinkaescudero.com/blog/>> Acesso em 19 de nov. 2014.

FISHER, Tom H. **What We Touch, Touches Us**: Materials, Affects, and Affordances. Massachusetts Institute of Technology – MIT. Design Issues Journal. 2004.

_____. Plásticos: a cultura através das atitudes em relação aos materiais artificiais. In: BARBOSA, Lívia; CAMPBELL, Colin, (Org.) **Cultura, Consumo e Identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

FORTY, Adrian. **Objeto de desejo**: design e sociedade desde 1750. São Paulo: Cosac Naif, 2007.

GELL, Alfred. **Recém chegados ao mundo dos bens**: o consumo entre os Gonde Muria. In: A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2010.

_____. **The technology of enchantment and the enchantment of technology**. Oxford/New York: Clarendon Press/Oxford University Press, 1992.

_____. **Wrapping in Images**: Tattooing in Polynesia. Oxford: At the Clarendon Press, 1993. Pp. xi, 347, 36 figs., bibliography, index.

_____. Vogel's Net: traps as artworks: artworks as traps. *Journal of Material Culture*, v. 1, n. 1, p. 15-38, 1996.

_____. **Art and Agency**. Oxford: The Clarendon Press, 1998.

GOODMAN, Nelson. **Linguagem da Arte**: uma abordagem a uma teoria dos símbolos. Lisboa: Gradiva, 2006.

_____. **When is art?** The arts and cognitions. Eds. David Perkins and Barbara Leondar. Baltimore: Johns Hopkins UP, p.11-19, 1977.

GOLDENBERG, Mirian; RAMOS, Marcelo Silva. **Nu & Vestido**: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro: Record, 2002.

GRUNOW, Evelise. **Antonio Bernardo**. Rio de Janeiro: Viana & Mosley, 2006.

HEIDEGGER, Martin. **O que é uma coisa?** Doutrina de Kant dos princípios transcendentais. Lisboa: Edições 70, 1987.

HOBBSAWM, Eric J. **A era das revoluções**: Europa 1789 – 1848. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

HORTMANN, Sergio R. **Como vender joias?** 2004. Disponível em <http://www.joiabr.com.br/comex/agos04.html> Acesso em 12 de Janeiro de 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEMAS E METAIS PRECIOSOS. **Políticas e Ações para a Cadeia Produtiva de Gemas e Jóias** HENRIQUES, Hécliton Santini; SOARES, Marcelo Monteiro (coords.). – Brasília: Brisa, 2005. Disponível em <http://www.ibgm.com.br/2005>.

JONES, John Christopher. **Designing**. London: Architecture Design and Technology Press, 1991.

_____. **Design Methods**. Indianapolis: Willey, 1992.

KLIAUGA, Andrea Madeira e FERRANTE, Maurizio. **Metalurgia básica para ourives e designers: do metal à joia**. São Paulo: Editora Blucher, 2009.

KUECHLER, Susanne. Materials and Design. In: CLARKE, Alison (ed). **The Anthropology of Design**. H.C. Beck. p. 130-145, 2010.

_____. The Prototype in Art. **Special Issue Journal of Visual Communication**. v.9, n. 3. p. 301-313. 2010.

LAGROU, Els. **A fluidez da forma: arte, alteridade e agência em uma sociedade amazônica** (Kaxinawa, Acre). Rio de Janeiro: Topbooks. 2007.

_____. **Arte indígena no Brasil: agência, alteridade e relação**. Belo Horizonte: C/Arte. 2009.

_____. **Um corpo feito de artefatos: o caso da miçanga**. Cahiers de Anthropologie Sociale. College de France, 2012.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.

_____. **A esperança de Pandora: Ensaio sobre a realidade dos estudos científicos**. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

_____. **A Dialog on Actor Network Theory**. In: The Social Study of Information and Communication Study, edited by C. Avgerou, C. Ciborra, and F.F. Land, Oxford University Press, pp.62-76, 2004. Disponível em: <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/90-ANT-DIALOG-LSE-GB.pdf> 2004a.

_____. Por uma antropologia do centro: **depoimento. [fevereiro de 2004]. Rio de Janeiro: Mana. (entrevista)**

_____. Como falar do corpo? A dimensão normativa dos estudos sobre a ciência. In: **Body and Society**. Texto apresentado no simpósio. v. 10. p. 205-229. 2004.

_____. **A cautious Prometheus?** A few steps toward a philosophy of design (with special attention to Peter Sloterdijk). In: HACKNE, Fiona; GLYNNE, Jonathn; MINTO, Viv (editors). Proceedings of the 2008 Annual International Conference of the Design History Society – Falmouth, 3-6 September 2009.

_____. **Reagregando o social:** uma introdução à teoria do ator rede. Salvador: Edufba, 2012.

LEVI-STRAUSS, Claude. **Tristes trópicos.** São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

_____. **O feiticeiro e sua magia.** In: Antropologia Estrutural. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

LÖBACH, Bernd. **Design Industrial:** bases para a configuração dos produtos. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.

MAUSS, Marcel. **As técnicas do Corpo.** In: Sociologia e Antropologia. São Paulo: Cosac Naif, 2003.

MCCRACKEN, G. **A Cultura e consumo.** Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MILLER, Daniel. **Material culture and mass consumerism.** Lodon: John Wiley Professio, 1997.

_____. **Teoria das Compras.** São Paulo: Nobel, 2000.

_____. **Consumo como cultura material.** Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007.

_____. **Trecos, troços e coisas:** estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

MORAES, Dijon. **Limites do design.** São Paulo: Edgard Blücher, 2008.

_____. **Análise do design brasileiro:** entre mimese e mestiçagem. São Paulo: Edgard Blücher, 2008.

MAUSS, Marcel. **As técnicas do Corpo.** In: Sociologia e Antropologia. Tradução Paulo Neves. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

MELLAND, Nanna. **Interview with Nanna Melland.** 2015. Disponível em: <http://klimt02.net/forum/interviews/interview-nanna-melland-klimt02>. Acesso em: 25 Set. 2015.

MORAES, Dijon. **Análise do design brasileiro:** entre mimese e mestiçagem. São Paulo: Edgard Blücher, 2008.

MORPHY, Howard. **Arte como um modo de ação:** alguns problemas com Art and Agency de Gell. PROA: Revista de Antropologia e Arte, v. 1, n. 3, 2011/2012.

Disponível em: <http://www.revistaproa.com.br/03/?Page_id=125>. Acesso em 03 Fev. 2016.

MURRAY, Kevin. **Keeping the Faith with Contemporary Jewelry**: The Rise of the Collective in Mexico, Taiwan, and Beyond. São Francisco: Art Jewelry Forum, 2014. Disponível na internet por http em: <<http://www.artjewelryforum.org>>. Acesso em 30 nov. 2014.

OOSTERLING, Henk. **Dasein as Design or: must the design save the world?** In: Premisela lecture, 2009. Disponível em: http://www.premisela.org/en/activities/premisela-lecture_1/

OVERING, Joanna. Personal autonomy and the domestication of the self in Piara society. In: JAHODA, G. & LEWIS, I. (eds.). **Acquiring cultures: cross-cultural studies in child development**. London: Croom Helm. 1988.

PEIRANO, Mariza. **Uma antropologia no plural**: três experiências contemporâneas. Brasília: UnB, 1991.

_____. **A favor da Etnografia**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1995.

ROJAS, Jorge. **Ramón Puig Cuyás**: la armonía matemática. In: GOLDTIME | Diário online de información sobre joyería y relojería. Noticias y actualidad del sector de la joyería y la relojería. Disponível em: <http://www.goldandtime.org/noticia/80898/Goldtime/La-armonia-matematica-de-Ramon-Puig-Cuyas.html> Acesso em 29 Jan. 2016.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda e outros escritos**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.

SKINNER, Damian. A Künzli for Our Time? In: **Art Jewelry Forum**. 21 mai 2013. Disponível em: <<http://www.artjewelryforum.org/print/2912>>. Acesso em 27 mar. 2015.

SLATER, D. **Cultura de consumo e modernidade**. São Paulo. Nobel, 2001.

SLOTERDIJK, Peter. **Esferas I. Burbujas**. Ediciones Siruela, Madrid, 2003.

STRATHERN, Marilyn. **O efeito etnográfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

TURNER, Ralph. **Jewelry in Europe and America**: new times, new thinking. London: Thames and Hudson Ltd, 1996.

TURNER, Victor W. **O processo Ritual: estrutura e anti-estrutura**. Petrópolis: Vozes, 1974.

VAN VEGGEL, Rob JFM. **Where the Two Sides of Ethnography Collide**. Design Issues. Massachusetts: Institute of Technology. v. 21, n. 3, 2005.

VENDAS no Natal têm 1ª queda em cinco anos, informa SPC Brasil. Jornal O Globo digital. Brasília, 26 Dezembro 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2014/12/vendas-no-natal-tem-1-queda-em-cinco-anos-informa-spc-brasil.html>> Acesso em: 28 Dez. 2014.

VIDAL, Lux; LOPES DA SILVA, Aracy. “Antropologia estética: enfoques teóricos e contribuições metodológicas”. In: VIDAL, L (ed.). **Grafismo indígena: estudos de antropologia estética**. São Paulo: Studio Nobel/EDUSP. 1992.

WACQUANT, Loic. **Mapear o campo artístico**: sociologia, problemas e práticas. n, 48, 2005. Lisboa. 115-121p.

WALSH, Vivien. **Design, Innovation and the boundaries of the firm**. Manchester. ELSEVIER. Research Policy 25. p. 509-529. 1996.

WASSON, Christina. **Ethnography in the Field of Design**. In: Human Organization, n. 4, winter 2000, p. 377-388.

VIDELA, Ana Neuza Botelho; ARAUJO, Kátia Medeiros de. **Arte joalheria, um campo em vias de constituição**. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDANTES DE ENGENHARIA CIVIL, 2014. Rio de Janeiro. Anais Eletrônicos – ENEC. p. 01-12.

VIDELA, Ana Neuza Botelho; ARAUJO, Kátia Medeiros de. **A noção de campo aplicado à joalheria**. In: 11º CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, n. 4., 2014. São Paulo. Anais, p. 506-513

APÊNDICES

APÊNDICE A – Roteiro de entrevista aplicado aos joalheiros do eixo Rio – São Paulo

ROTEIRO DE ENTREVISTA APLICADO AOS JOALHEIROS

- 1 Qual é sua área de atuação profissional?
- 2 Qual foi a sua formação?
- 3 Como você define o campo em que atua?
- 4 Aonde você comercializa o seu trabalho?
- 5 Quem são os consumidores das suas joias?
- 6 Você procura estabelecer algum tipo de interação com o público através das suas peças?
- 7 Como você percebe a recepção do seu público?
- 8 No seu trabalho há algum tema que você procura discutir com mais recorrência?

APÊNDICE B – Roteiro de entrevista aplicado aos joalheiros do México

ROTEIRO DE ENTREVISTA APLICADO AOS JOALHEIROS INTEGRANTES DO COLETIVO “SIN TÍTULO”

1. ¿Cual es tu formación?
2. ¿En que área actúas profesionalmente?
3. ¿Como surgió tu interés por la joyería?
4. ¿Como tu defines el campo de la arte joyería o joyería contemporánea?
5. ¿Hay una preferencia por una de esas dos denominaciones: arte joyería o joyería contemporánea?
6. ¿Procuras establecer algún tipo de interacción con el público, a través de tus piezas?
7. ¿Como ustedes ven la cuestión del mercado? ¿Piensan en formar público?
8. ¿Como percibes la recepción de tu público?
9. ¿En tu trabajo hay algún tema que tu buscas discutir con mas recurrencia?
10. ¿En que aspectos esa joyería se aproximaría del arte visual, del arte contemporánea?