

POLO JOALHEIRO DO PARÁ: RELAÇÕES ENTRE DESIGN DE JOIAS E POLÍTICAS PÚBLICAS.

Polo joalheiro do Pará: relations between jewelry design and public policy.

Chagas, Clarisse Fonseca; MsC; ESDI / UERJ; clarissecfonseca@hotmail.com¹

Resumo

O trabalho, parte da pesquisa de doutorado em design, propõe a observação crítica da estrutura do campo joalheiro paraense, apropriando-se dos conceitos desenvolvidos por Pierre Bourdieu sobre as dinâmicas de poder simbólico, esquemas de legitimação e dominação, bem como, analisa história, processo produtivo, elemento de inspiração e matérias primas inseridos na produção local.

Palavras Chave: Design; Joia; Imaginário Amazônico.

Abstract

This work is part of a doctoral research in design, and it proposes a critical observation of Pará's jeweler field structure, appropriating the concepts developed by Pierre Bourdieu about the dynamics of symbolic power, legitimacy and domination schemes, as well as analyzing history, production process, inspiring element and raw materials inserted into the local production.

Keywords: Design; Jewelry; Amazon imaginary.

Introdução

Os encantos da Amazônia sempre foram motivos de inspiração para dança, música, poesia entre outras formas de expressão artística. Para a joalheria paraense essa motivação não poderia ser diferente, contudo, ter a natureza como inspiração não é uma exclusividade do design amazônico, tendo em vista que várias culturas já baseavam suas criações nesses elementos, desde os tempos mais remotos, o homem já se apropriava de objetos orgânicos para desenvolver adornos, produtos de uso e a sua arte.

A introdução de temas do imaginário amazônico na joia tem ampla visibilidade no Norte do Brasil, especialmente no Pará, uma vez que este possui produção joalheira artesanal relevante e espaço sociocultural que proporcionam fontes para a criação das joias, por meio do uso de temas e elementos significativos da cultura material e imaterial como: sementes (açai, tucumã); patrimônio histórico (Teatro da Paz); festas religiosas (Círio de Nazaré); lendas

¹ Doutoranda em Design pela Escola Superior de Desenho Industrial /UERJ, Mestre em Artes pelo Instituto de Ciências da Arte / UFPA e Bacharel em Design pelo Centro de Ciências naturais e tecnologia / UEPA.

e mitos (vitória-régia, curupira), dentre outros. No Pará, a produção de design de joias concentra-se no Polo Joalheiro.

O programa governamental Polo Joalheiro, fundado em 2002, sediado no antigo presídio Espaço São José Liberto, será o campo de observação das dinâmicas em questão. A partir da implementação do programa Polo Joalheiro, foram identificados os agentes para constituir o espaço de disputa por legitimação do campo e de sua própria atuação no mesmo: o governo, representado pela mantenedora Secretaria de Estado de Indústria, Comércio e Mineração (SEICOM) responsável por estruturar e planejar as metas para o setor; O Instituto de Gemas e Joias da Amazônia (IGAMA), Organização Social (O.S), qualificada pelo governo para executar as metas definidas pela mantenedora e por fim os designers, ourives, lapidários, lojistas, artesãos, consultores, os quais são agentes beneficiados com as ações de capacitação.

Os desdobramentos das questões associadas especificamente ao design de joias vão além do processo criativo e comercialização, faz-se importante pesquisar o contexto político e as tensões vivenciadas pelos agentes do programa.

Design de joias e políticas públicas

O termo design de joias pode ser classificado como “concepção de produtos industriais que engloba as diversas categorias, classes, tipos e modelos de peças de joalheria, incluindo a criação de folheados e bijuterias”. (Gomes 2006, p.19). Por conseguinte, o profissional da área é denominado de Designer de Joias. As categorias de produto que são mais encontradas no mercado atualmente são: a joia, o adorno e a bijuteria, estas categorias são consideradas ornamentos, pois todas têm a mesma função de ornar. Apesar destas categorias terem a mesma função, as características estético-formal são distintas entre elas

A joia é um acessório geralmente associado à moeda de troca e em sua composição apresenta, tradicionalmente, o metal nobre (ouro, prata, platina), as gemas minerais (rubí, esmeralda, diamante e ametista) e as gemas vegetais (pérola, coral e âmbar) o conceito de joia teve início a aproximadamente 5 mil anos atrás como afirma Eliana Gola:

O conceito de joia é extremamente amplo. A construção da joia de ouro ou de prata e a combinação desses metais com pedras de cor começaram, de forma mais efetiva, no início da chamada Idade do Bronze. A partir de então, há aproximadamente 5 mil anos, o mundo viu a produção de joias desenvolver-se continuamente, em técnicas e desenhos. (GOLA, 2008, p 31)

O processo industrial da fabricação de joias é uma característica das grandes empresas de joalheria as quais atendem as demandas de empresas menores que revendem seus produtos ou atuam no mercado de forma independente com suas próprias joalherias. O Polo Joalheiro, por meio de metas estabelecidas pela SEICOM, promove capacitações para que o mercado local desenvolva o potencial industrial visando a exportação nacional e internacional.

Apesar da crescente tentativa de industrializar o setor local os agentes do programa são responsáveis por uma representativa quantidade de adornos produzidos dentro do Programa.

Os adornos foram, aos poucos, conquistando espaço no mercado. Podem ser considerados adorno os acessórios que não detêm materiais que necessitaram de produção industrial, são compostos de materiais naturais e em sua maioria são confeccionados de modo artesanal, como o adorno indígena, os ornamentos africanos e as peças de outras comunidades tradicionais.

De acordo com as características físicas do produto pode-se considerar que a bijuteria é composta de metal não nobre, resinas de plástico ou vidro semelhante às gemas naturais, a bijuteria é uma peça montada e todos os materiais são industriais, como uma representação da joia, contudo, com um baixo custo de produção.

Os questionamentos sobre os limites de onde termina o adorno e onde começa a joia são mais intensos com relação aos questionamentos sobre a bijuteria por ter um espaço claramente identificado tanto para os consumidores quanto para quem o produz – sendo uma mera imitação da joia tradicional, ou seja, similar, porém de baixo custo.

A intensidade destes questionamentos é o reflexo da fase de transição, ocasionando a mudança de valores, de comportamento, de vivência sociocultural, dos momentos políticos e econômicos, bem como, da mudança no valor estético e da significação ou ressignificação do objeto.

Considerando que ela é objeto resultante da cultura de um povo, o conceito de joia é instável, modificando-se dependendo da relação de pertencimento que o sujeito detém ao interagir o seu corpo com o objeto e chamá-lo de joia. Sobre a relação joia, cultura e pertencimento João J. P. Loureiro demonstra que:

A joia tem uma inserção muito particular na cultura, eu quis fazer essa exposição para mostrar que não é uma coisa separada da cultura e nem da história da arte, [...] a joia, ela só é joia se ela estiver colada no corpo, não tem como ninguém fazer uma joia e colocar num quadro, aí ela vira museu, museu por causa da cultura quando ela deixa de ser um pouco artística e se torna mais antropológica, se torna mais histórica, testemunho de uma cultura, tudo bem, mas a joia, ela é feita para uso corporal, ela é uma arte corporal, ou seja, ela se integra na constituição social de uma personalidade. Ela tem, portanto, uma dimensão, no ponto de vista emocional muito forte porque o corpo com a joia é um corpo culturalmente construído e ele é a materialização social de um sentimento de corpo que está no imaginário de cada um, então assim como você materializa no quadro o sentimento simbólico em uma pintura, você com o corpo, ao usar uma joia, você se transforma também numa integração cultural como o corpo se porta na joia e a joia se porta no corpo, há uma inter-relação de pertencimento, [...], qualquer tipo, qualquer etnia da Amazônia por mais antiga que seja, você tem a pintura corporal e o uso de adornos e você pode caracterizar como joia, no sentido desse uso de reconstrução estética do corpo porque

normalmente se usa joia para ficar mais bonito, a joia é a dimensão social da estética, você se insere pelo gosto e se sentido melhor na sociedade, na imagem que você quer ver nessa sociedade por meio da joia, do adorno, da vestimenta, então neste particular a joia tem uma significação muito mais ampla do que as vezes parece ter. (LOUREIRO, 2010, Informação Verbal²)

O conceito de preciosidade é uma das chaves para justificar a inserção dos materiais da floresta Amazônica sem que ocorra a desvalorização comercial da joia. Pois o mercado que consome a joia paraense compreende a inserção de materiais alternativos como valor simbólico unificado ao produto. No momento da criação a joia paraense deixa de ser um ornamento e se transforma na mimese dos elementos da natureza, sejam eles imaginários ou não.

A arte é a imitação da natureza não enquanto representa a realidade, mas enquanto a inova, isto é, enquanto incrementa o real, seja porque acrescenta ao mundo natural um mundo imaginário ou heterocósmico, seja porque no mundo natural acrescenta, às formas que já existem, formas novas, que propriamente, constituem um verdadeiro aumento da realidade. (Pareyson, 2001, p. 81)

A conceituação dos ornamentos proporciona a melhor compreensão das tipologias de artefatos produzidas dentro do programa, assim como, um dos principais gargalos do setor joalheiro paraense – a indução à produção industrial aplicada em uma realidade de produção artesanal.

A construção do setor joalheiro do Pará (Figura 1) foi resultado dos investimentos em políticas públicas³ para a área de mineração, devido à crescente ocorrência de ouro, manganês, bauxita, cobre e ferro no estado. Após a extração em larga escala das minas de serra pelada, em meados de 1980, no município de Oriximiná, o ouro recebeu maior atenção do governo e das multinacionais interessadas em monopolizar a extração do metal. Como estratégia de organizar o garimpo, beneficiar o metal para exportação e gerar mão de obra, foram criadas associações de garimpeiros e projetos focados na verticalização da cadeia produtiva de joias.

² Palestra proferida pelo professor Dr. João de Jesus Paes Loureiro, poeta e professor dos cursos de Artes e Comunicação/UFPa, em 17/09/2010, no Espaço São José Liberto a convite da diretoria executiva, direcionado para os designers cadastrados no programa Polo Joalheiro.

³ São conjuntos de programas, ações e atividades desenvolvidas pelo Estado diretamente ou indiretamente, com a participação de entes públicos ou privados, que visam assegurar determinado direito de cidadania, de forma difusa ou para determinado seguimento social, cultural, étnico ou econômico.

Figura 1:Foto aérea do Espaço São José Liberto, sede do Programa Polo Joalheiro do Pará. Fonte: Iuri Pontes, 2010



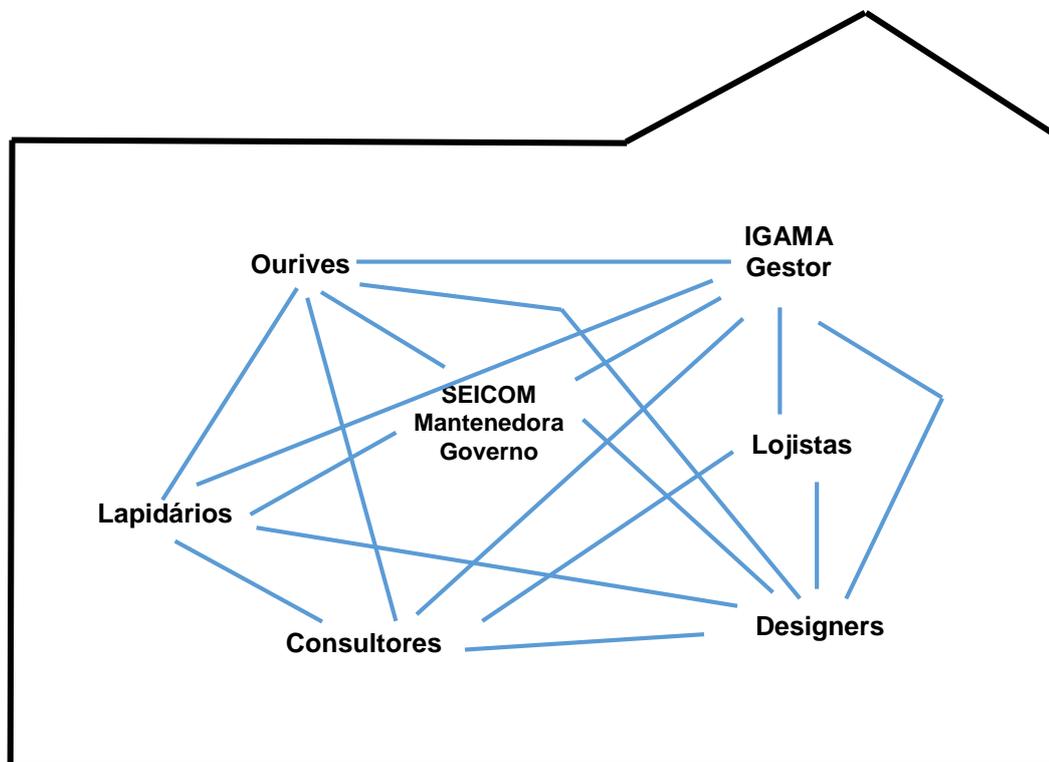
Ao passo que os projetos de capacitação, feiras de comercialização, desfiles e outras atividades foram realizadas, o campo foi tensionado pelos agentes com menor força política, os quais começaram buscar por espaços de legitimação e poder de voz. Ou seja, os ourives, designers e afins apresentaram interesse em participar ativamente nas reuniões de planejamento do setor.

Segundo Bourdieu (2010), a busca diária pelo poder no campo também é regida pela posição de distinção, a qual é legitimada dentro do campo, pelos seus pares e pelas próprias mudanças estruturais de hierarquia vivenciadas no espaço social. No espaço São José Liberto a relação de poder é nítida, considerando a existência de uma voz política que estrutura as relações do campo, a SEICOM e por conseguinte o IGAMA e ao final, vivenciando as consequências das tomadas de decisão política os participantes do programa governamental.

Para elucidar as tensões do campo – conceituada por Pierre Bourdieu como a dinâmica estruturada e estruturante – a figura 2, ilustra a dinâmica do campo estruturado do programa polo joalheiro com os seus agentes, cada linha do campo indica que todos os agentes se relacionam em algum momento dentro do Polo joalheiro. Ourives, designers, gestores do governo e os demais participantes do campo estão em diária tensão pela busca da legitimação de seu trabalho dentro do programa, bem como fora dele também, como em feiras e exposições fora do estado do Pará.

A luta pelo poder no campo joalheiro se movimenta de acordo com o capital cultural acumulado de cada agente, bem como pela construção de poder simbólico envolvida nas atividades de verticalização da cadeia produtiva, fazendo com que seja exportado pelo estado a joia finalizada e não a matéria-prima (ouro, cobre, gemas naturais) como era realizado antes da implementação das políticas públicas para gemas e joias.

Figura 2: O campo Espaço São José Liberto tensionado por seus agentes. Fonte: elaborado pela autora, 2014.



O campo é classificado como um espaço social desenvolvido a partir da diferenciação e da automatização de práticas/dinâmicas sociais onde a disputa de poder ocorre ao redor de especificidades de capital (econômico, cultural, simbólico, etc.). Os indivíduos, nominados como agentes, se impõe de acordo com o *capital acumulado*. É um espaço simbólico no qual as tensões entre os agentes legitimam e determinam os símbolos bem como seus códigos de valores.

Compreender a gênese social de um campo, e apreender aquilo que faz a necessidade específica da crença que o sustenta, do jogo de linguagem que nele se joga, das coisas materiais e simbólicas em jogo que nele se geram, é explicar, tornar necessário, subtrair ou absurdo do arbitrário e do não-motivado os atos dos produtores e as obras por eles produzidas. (BOURDIEU, 2010, p. 69)

O capital é a válvula motora das tensões para as disputas de poder dentro do campo, o capital cultural é afirmado como os saberes e conhecimentos reconhecidos por diplomas e títulos. O capital social são as relações interpessoais as quais podem ser capitalizadas, ou seja, transformada em prestígio ou honra. No setor joalheiro do Pará as disputas de poder são relacionadas ao poder de gestão administrativa do Espaço – entre governo e gestão, ao poder de venda – qual empresário vende mais, entre designers e

empresários ao negociar valores de projetos, espaços de dominação em desfiles, feiras.

Devido a presença de vários agentes no campo, com diversos níveis de capital, as instâncias de legitimação das joias confeccionadas durante as ações do Programa Polo Joalheiro não eram bem definidas, causando instabilidade entre os agentes para reconhecer a própria produção como adorno de alto valor. Mesmo com a utilização de ouro e gemas preciosas (Figura 3) o reconhecimento dentro e fora do campo só foi firmado após a utilização dos materiais alternativos pelas grandes joalheiras como: Vivara, H Stern e Mana Bernardes.

Figura 3: Colar em madeira radica, ouro, rubelita, crisoprásio e esmeralda – Empresa Zeus e designer Ivete Negrão, ambas participantes do programa Polo Joalheiro. Fonte: registro pessoal da autora, 2013.



A busca pela legitimação do campo perante a sociedade, seus pares externos e internos é pautada na carga simbólica de criar, promover e vender joias inspiradas na cultura amazônica. As dinâmicas são fragilizadas também, pela relação entre o potencial produtivo e a velocidade com que as joias têm que ser apresentadas em feiras pelo Brasil e mundo, como Bourdieu desenvolve acerca do jogo de poder:

O que está nela em jogo é o poder de se apropriar, se não de todas as vantagens simbólicas associadas à posse de uma identidade legítima, quer dizer, susceptível de ser publicamente e oficialmente afirmada e reconhecida (identidade nacional). (BOURDIEU, 2010, p.125)

Com o desenvolvimento do setor joalheiro paraense as tensões e disputas de poder não ficaram apenas nas relações hierárquicas dentro do campo. A disputa, com o crescimento do setor e por conseguinte a qualificação dos agentes o poder de voz também mudou. Na categoria de design não era necessária a formação na área, bastava ter habilidade com o projeto de joias. O que gerou grandes conflitos de poder entre os participantes do programa, bem como a ausência de unidade projetual, como prancha, apresentação, desenho técnico, finalização entre demais questões para que a joia fosse interpretada sem problemas pelo ourives no momento da produção.

Na luta pela imposição da visão legítima do mundo social, em que a própria ciência está inevitavelmente envolvida, os agentes detêm um poder à proporção do seu capital, quer dizer, em proporção ao reconhecimento que recebem de um grupo. (BOURDIEU, 2010, p.145)

Entre os que criavam as joias apresentou-se o conflito de habitus, pois assim como os códigos, linguagens, ferramentas e métodos eram diferentes, a vasta quantidade e superficialidade de nomenclaturas abordadas para classificar o campo consequentemente o fragilizou com a perda da unidade para a construção dos objetos.

A maior tensão para a consolidação do setor foi a transição onde ocorreu a inserção do designer e a minimização das reproduções de joias presentes em comerciais de revistas pelos ourives, sobre a necessidade da presença do profissional de design para criar peças inéditas e imersas na cultura amazônica, com o principal objetivo de construir produtos com identidade local.

Os agentes do setor produtivo joalheiro paraense vivenciaram até meados dos anos 2000 o distanciamento da carga simbólica de representação cultural associada à reprodução de joias e com uma realidade demasiadamente distante de produção de peças inéditas. Na tentativa de sua validação no mercado local como empresários buscou-se nas associações e cooperativas a resposta para o fomento do setor na região.

A joia paraense é resultado de um campo repleto de tensões e instabilidades, pois é criada por agentes de diversas áreas de formação profissional e carrega consigo uma carga de hibridismo entre joia e acessório. Ora o metal precioso (ouro, prata, platina) recebe o destaque, ora um material orgânico (madeira, semente, fibra) aparece com mais evidência. Porém com a preocupação de passar sempre a mesma imagem – de produto oriundo da Amazônia, carregada de mistérios a serem ressignificados pelos clientes.

As joias do Pará têm, no plano comum, o que é próprio de todas as joias: o ouro, a prata, o diamante, as gemas, a platina, as fibras, a madeira, os caroços, as penas, as folhas, as sementes, a técnica, o profissionalismo e o bom gosto. Mas arrancam sua originalidade de materiais e símbolos da cultura paraense, mimetizada ou recriada, integrando tradição e modernidade, particular e universal, local e mundial, presente e passado, indianismo e cosmopolitismo, natureza e cultura, ecologia e

tecnologia, sonho e realidade, desejo e posse. (Associação São José Liberto, 2004, p.5)

Para fomentar a legitimidade do campo joalheiro, foram realizados diversos trabalhos de construção, ou resgate de uma tradição até então inexistente de joia com características e de inspiração paraense. Com a construção, por vezes induzida por cursos de criação de novos produtos, designers e ourives firmaram diversas parcerias para a realização de joias com temas locais até hoje utilizados: a cerâmica marajoara, muiiraquitãs a floresta Amazônica entre outros símbolos da cultura local.

Conclusão

Ao perceber o deslocamento dos agentes com menor poder de transformação dentro do campo, nota-se a mudança de pensamento e posicionamento perante as políticas públicas para o setor de joias, assim como, a mudança de consciência, em um campo totalmente fragilizado pelas oscilações de metas governamentais a cada quatro anos.

A mudança de comportamento advinda de designers, ourives, lapidários e lojistas se faz relevante para a nova forma de pensar as decisões, as quais antigamente eram destinadas ao estado, sobre qualidade dos produtos, serviços e a construção do futuro para o setor de joias. Cabendo ao estado proporcionar novos suportes para a organização da cadeia produtiva e não apenas aplicar o assistencialismo para apenas alcançar metas governamentais.

Para um campo organizado e estável se faz necessário que o estado ouça as demandas do setor e provoque a aproximação entre os agentes, trazendo-os para as reuniões de elaboração dos projetos plurianuais, visando a participação de todos, e para tanto, estimular o desenvolvimento da reflexão crítica sobre a própria produção, assim, construindo a história por meio da constante busca a favor da legitimação para que a joia paraense seja reconhecida pela qualidade criativa e produtiva entre os principais polos joalheiros do Brasil.

REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO SÃO JOSÉ LIBERTO. Coleção de joias: Pará Expojoias, 2004.
- BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. Perspectiva: São Paulo, 2009.
- _____, O poder simbólico. 13ª ED. Bertrand Brasil: Rio de Janeiro, 2010.
- HALL, Stuart. A identidade cultural na pós modernidade. DP&A, Rio de Janeiro, 2006.
- HENRIQUES, H. S.; SOARES, M. (Coord.). Políticas Públicas e ações para a cadeia produtiva de gemas e joias. MDIC/IBGM. Brasília, 2005.
- IBGM. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEMAS E METAIS PRECIOSOS. Informações setoriais. Perfil / Grandes números. O setor de gemas e metais preciosos em grandes números 2004/2005/2007/2008. Disponível em: <www.ibgm.com.br>.
- LOUREIRO, João de Jesus Paes. Elementos da Estética. 2ª Ed. Belém: EDUFPA, 2002.
- _____. O imaginário Amazônico: Uma poética do Imaginário. 4ª Ed. Belém: Cultural Brasil, 2015.
- MINISTÉRIO DA AGRICULTURA. O que são políticas públicas. Disponível em <http://www.meioambiente.pr.gov.br/arquivos/File/coea/pncpr/O_que_sao_PoliticasPublicas.pdf>
- PARÁ, Secretaria Executiva de Ciência e Tecnologia e Meio Ambiente. Diagnóstico do setor joalheiro do Estado do Pará: Belém, Ananindeua e Marituba. Belém, SECTAM/PPTA, 2002.
- _____. Plano Diretor Joalheiro do Estado do Pará: Proposta de viabilização. SEICOM, 1996.
- PAREYSON, Luigi. Os problemas da Estética. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- SEBRAE-NA, Programa SEBRAE de Artesanato: Termo de referência. 1ª Ed. Distrito Federal, 2004.
- PARÁ, Secretaria de Mineração. mineração no Pará: Elementos para uma estratégia de desenvolvimento regional. Governo do Estado do Pará: SEICOM, 1994.