



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
INSTITUTO DE HUMANIDADES, ARTES E CIÊNCIAS  
PROFESSOR MILTON SANTOS  
PROGRAMA MULTIDISCIPLINAR DE PÓS-GRADUAÇÃO  
EM CULTURA E SOCIEDADE**

**GINA ROCHA REIS VIEIRA**

***DO PESO À LEVEZA: ENTRELAÇAMENTOS ENTRE  
VISUALIDADE, FORMA E CONSUMO NAS JOIAS  
INSCRITAS NO CONTEMPORÂNEO***

Salvador  
**2023**

**GINA ROCHA REIS VIEIRA**

***DO PESO À LEVEZA: ENTRELAÇAMENTOS ENTRE  
VISUALIDADE, FORMA E CONSUMO NAS JOIAS  
INSCRITAS NO CONTEMPORÂNEO***

Tese apresentada ao Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, como requisito para obtenção do grau de Doutora.

Linha de Pesquisa: Cultura e Desenvolvimento.

Orientadora: Profa. Dr<sup>a</sup>. Renata Pitombo Cidreira.

Salvador  
**2023**

Dados internacionais de catalogação-na-publicação  
(SIBI/UFBA/Biblioteca Universitária Reitor Macedo Costa)

Vieira, Gina Rocha Reis.

Do peso à leveza: entrelaçamentos entre visualidade, forma e consumo nas joias inscritas no contemporâneo / Gina Rocha Reis Vieira. - 2023.

472 f.: il.

Orientadora: Profa. Dra. Renata Pitombo Cidreira.

Tese (doutorado) - Universidade Federal da Bahia, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, Salvador, 2023.

1. Cultura. 2. Cultura - Aspectos sociais. 3. Consumo (Economia) - Aspectos sociais. 4. Acessórios do vestuário. 5. Joias. 6. HStern (Marca de joias). 7. Rommanel (Marca de joias). 8. Criação (Literária, artística etc.). I. Cidreira, Renata Pitombo. II. Universidade Federal da Bahia. Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos. III. Título.

CDD - 306.4

CDU - 316.7



ATA DA REUNIÃO DA DEFESA ORAL DA TESE Nº \_\_\_\_\_ DE **GINA ROCHA REIS VIEIRA**

INTITULADA: DO PESO À LEVEZA: Entrelaçamentos entre visualidade, forma e consumo nas joias contemporâneas.

Ao 13 (treze) dias do mês de abril do ano dois mil e vinte e três, na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, foi instalada a Banca Examinadora da Defesa da tese intitulada: DO PESO À LEVEZA: Entrelaçamentos entre visualidade, forma e consumo nas joias contemporâneas. Após a abertura da sessão, foi composta a Banca Examinadora formada pelos professores Drs.: **Prof.(a) Dr.(a) Renata Pitombo Cidreira** – Orientadora, pelas examinadoras externas: **Prof.(a) Dr.(a) Ana Beatriz Simon Factum**, **Prof.(a) Dr.(a) Ana Paula de Campos**, **Prof.(a) Dr.(a) Beatriz Helena Fonseca Ferreira Pires**; bem como, pela examinadora interna do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade: **Prof.(a) Dr.(a) Edilene Dias Matos**. Conforme o Regimento Interno do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade foi dado o prazo de trinta minutos para que o/a doutorando(a) fizesse a exposição do seu trabalho e trinta minutos para que os membros da Banca realizassem a arguição. Primeiro falou o(a): **Prof.(a) Dr.(a) Ana Beatriz Simon Factum**, seguida pela **Prof.(a) Dr.(a) Ana Paula de Campos**, e depois pela **Prof.(a) Dr.(a) Beatriz Helena Fonseca Ferreira Pires** avaliadoras externas. Após a examinadoras externas, fez sua arguição o(a) **Prof.(a) Dr.(a) Edilene Dias Matos** avaliadora interna. Depois que os membros da Banca falaram, foi dado um prazo de trinta minutos para que o(a) doutorando(a) fizesse sua réplica. Concluída a exposição, arguição e réplica, a Banca Examinadora se reuniu e considerou a tese de **GINA ROCHA REIS VIEIRA** como **APROVADA COM DISTINÇÃO**. Nada mais havendo a tratar, eu, **Prof.(a) Dr.(a) Renata Pitombo Cidreira**, orientador(a), lavrei a presente ata que será por mim assinada, pelos demais membros da Banca e pelo(a) doutorando(a). Salvador, 13 de abril de 2023.

Prof.(a) Dr.(a) **Renata Pitombo Cidreira**

*Renata Pitombo Cidreira*

Prof.(a) Dr.(a) **Ana Beatriz Simon Factum**

*Ana Beatriz Simon Factum*

Prof.(a) Dr.(a) **Ana Paula de Campos**

*Ana Paula de Campos*

Prof.(a) Dr.(a) **Beatriz Helena Fonseca Ferreira Pires**

*Beatriz Helena Fonseca Ferreira Pires*

Prof.(a) Dr.(a) **Edilene Dias Matos**

*Edilene Dias Matos*

Doutorando(a) **GINA ROCHA REIS VIEIRA**

*Gina Rocha Reis Vieira*

A minha filha Maria Eduarda,  
nossa Duda, nossa menina luz, nossa estrelinha.

## AGRADECIMENTOS

*Obrigado, coisas fiéis!  
Saber que ainda há florestas,  
Sinos, palavras; que a terra  
prosegue seu giro, e o tempo  
não murchou; não nos diluímos!  
Chupar o gosto do dia!  
Clara manhã, obrigado,  
o essencial é viver!*

**(Passagem da noite – Carlos Drummond de Andrade)**

Viver e agradecer sempre! Após anos desafiadores, o sentimento é de extrema gratidão. Agradeço a Deus e a minha Nossa Senhora de Fátima que sempre me guiam no amor e na fé.

Agradeço imensamente a profa. Dra. Renata Pitombo Cidreira, minha orientadora, pela atenção, compreensão, cuidado, confiança, comprometimento, carinho e generosidade durante todo esse tempo, acompanhando cada passo dessa importante trajetória.

Às integrantes da banca do Exame de Qualificação, profa. Dra. Beatriz Ferreira Pires e profa. Dra. Edilene Dias Matos pelas assertivas e sensíveis contribuições. Às integrantes da banca de Defesa de Tese, profa. Dra. Ana Beatriz Simon Factum, profa. Dra. Ana Paula de Campos, profa. Dra. Beatriz Ferreira Pires e profa. Dra. Edilene Dias Matos.

Aos meus pais, Jovina e Luiz (em memória e no coração), que sonharam e persistiram na minha educação. Mãe, gratidão por estar ao meu lado nesse momento. Ao meu marido Jorge por todo seu amor, amizade, companheirismo e compreensão. Te amo, Jorge. A minha menina estrela, minha filha Maria Eduarda, a quem dedico esta tese. Aos meus irmãos, André e Fernanda, que sempre estiveram ao meu lado. Aos familiares e amigos que compartilham a alegria desse momento.

Aos colegas e amigos do grupo de pesquisa Corpo e Cultura, coordenado pela profa. Dra. Renata Pitombo Cidreira, na Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Em especial, a Etevaldo Cruz, pelas ricas interlocuções. A Fernanda Barbosa, nossa Moça com Brinco de Pérola. A Larissa Molina, pelas revisões e registros tão marcantes da Festa

da Boa Morte, em Cachoeira. A Ivana Vivas, pela sensibilidade de sempre. A Naiara Moura, pelo suporte com as traduções e atenção. A Renata Leahy, por seu apoio e amizade imprescindíveis. A Rico Soares, pelo suporte técnico a qualquer tempo e hora. A Vanhise Ribeiro, pela colaboração fundamental para as pesquisas em Cachoeira sobre as festividades da Boa Morte.

Às colegas e amigas Andressa Borotti e Sarah Huber, pelas preciosas orientações técnicas, trocas, sugestões, questionamentos. Meu muito obrigada! A Gustavo Schinner, pelo trabalho primoroso de ilustração 3D.

Ao Programa Multidisciplinar de Pós-graduação em Cultura e Sociedade (Pós-Cultura), pelas contribuições e trocas enriquecedoras. Agradeço a toda comunidade do Programa.

Ao Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Prof. Milton Santos (IHAC).

A Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (FAPESB), por todo o apoio como agência incentivadora e financiadora.

Não mexe comigo  
Que eu não ando só  
Eu não ando só  
Eu não ando só  
Não mexe, não  
Não misturo, não me dobro  
A Rainha do Mar anda de mãos dadas comigo  
E me ensina o baile das ondas  
E canta, canta, canta, canta pra mim  
É do ouro de Oxum que é feita a armadura que cobre o meu corpo  
Garante meu sangue e minha garganta  
O veneno do mal não acha passagem  
Em meu coração, Maria acende a sua luz  
E me aponta o caminho (...).  
(*Carta de Amor* – Maria Bethânia)

VIEIRA, Gina Rocha Reis. **Do peso à leveza: Entrelaçamentos entre visualidade, forma e consumo nas joias inscritas no contemporâneo**. 472 f. Tese (Doutorado em Cultura e Sociedade). Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2023.

## RESUMO

Esta pesquisa contempla uma oportunidade vislumbrada na experiência acadêmica interdisciplinar de um necessário envolvimento especulativo sobre as dinâmicas de criação, consumo e aparência na concepção das joias inscritas no contemporâneo, práticas significativas ainda pouco apreendidas nos estudos em cultura e sociedade. Busca-se entender o conceito de joia na contemporaneidade para além das esferas do design e da história, através das dinâmicas de desenvolvimento de produto, reconhecendo a joia como potência sociocultural constitutiva de sentidos. Ademais, confirmando uma consciência transcendente deste adorno que, em consonância com os pensamentos do filósofo alemão Georg Simmel (2008), enaltece a personalidade do sujeito, despertando no outro agrado, reconhecimento e atenção. Como pontuado por Renata Pitombo Cidreira (2014), as formas de socialização e os processos elementares da vida coletiva precisam ser o alvo das pesquisas sociológicas. A partir dessas premissas, investe-se na análise das joalherias HStern e Rommannel, entendendo como estas marcas nacionais de joias inteiramente feitas em metais e pedras preciosos e joias banhadas e folheadas, respectivamente, associam nos seus produtos *visualidade, forma e consumo*. Compreende-se o entrelaçamento entre a *visualidade* e a moral como sendo vetores à permanência distintiva do ouro que fascina e seduz o sujeito, despertando no mesmo desejo; apreendendo, por sua vez, a *forma* a partir do arrebatamento que a experiência sensível criativa proporciona; e o *consumo* como práticas próprias da sociedade contemporânea essenciais nas engrenagens da moda. A pesquisa é qualitativa, com ancoragem metodológica na perspectiva compreensiva à percepção da moda.

**Palavras-chave:** Joias; Visualidade; Forma; Consumo; HStern; Rommannel.

VIEIRA, Gina Rocha Reis. **Du poids à la légèreté: Entrelacements entre visualité, forme et consommation dans la joaillerie inscrite dans le contemporain.** 472 f.

Thèse (Doctorat en Cultura e Sociedade). Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2023.

## RESUMÉ

Cette recherche contemple une opportunité envisagée dans l'expérience académique interdisciplinaire d'une implication spéculative nécessaire sur les dynamiques de création, de consommation et d'apparence dans la conception des bijoux inscrits dans le contemporain, pratiques significatives encore peu appréhendées dans les études de culture et de société. L'objectif est de comprendre le concept de "bijou" à l'époque contemporaine au-delà des sphères du design et de l'histoire, à travers la dynamique de développement des produits, en reconnaissant les bijoux comme une puissance socioculturelle constitutive de significations. De plus, confirmant une conscience transcendante de cette parure qui, dans la lignée des pensées du philosophe allemand Georg Simmel (2008), exalte la personnalité du sujet, éveillant chez l'autre plaisir, reconnaissance et attention. Comme le souligne Cidreira (2014), les formes de socialisation et les processus élémentaires de la vie collective doivent être l'objet de recherches sociologiques. Sur la base de ces hypothèses, nous investissons dans l'analyse des bijoux HStern et Rommannel, en comprenant comment ces marques nationales de bijoux entièrement composées de métaux et de pierres précieuses et de bijoux plaqués, respectivement, associent visuel, forme et consommation dans leurs produits. L'imbrication entre visualité et moralité est comprise comme étant des vecteurs de la permanence distinctive de l'or qui fascine et séduit le sujet, s'éveillant en lui le désir; en appréhendant, à son tour, la forme à partir du ravissement donné par l'expérience sensible créative; et la consommation comme pratiques inhérentes à la société contemporaine dans les rouages de la mode. La recherche est qualitative, avec un ancrage méthodologique dans la perspective compréhensive de la perception de la mode.

**Mots-clés:** Bijoux; Visualité; Forme; Consommation; HStern; Rommannel.

VIEIRA, Gina Rocha Reis. **From heaviness to lightness: Interweaving between visibility, form and consumption in contemporary jewelry**. 472 p. Thesis (Doctorate in Culture and Society). Institute of Humanities, Arts and Sciences Professor Milton Santos, Federal University of Bahia, Salvador, 2023.

### **ABSTRACT**

This research contemplates an opportunity envisioned in the interdisciplinary academic experience of a necessary speculative involvement in the dynamics of creation, consumption, and appearance in the design of jewelry inscribed in the contemporary, significant practices still little apprehended in studies of culture and society. The aim is to understand the concept of jewelry in contemporary times beyond the spheres of design and history, through the dynamics of product development, recognizing jewelry as a sociocultural power that constitutes meanings. Moreover, it confirms a transcendent awareness of this adornment which, in line with the thoughts of the German philosopher Georg Simmel (2008), enhances the subject's personality, awakening the other pleasure, recognition, and attention. As Renata Pitombo Cidreira (2014) points out, forms of socialization and elementary processes of collective life need to be the target of sociological research. Based on these assumptions, we invest in the analysis of HStern and Rommanel jewelry, understanding how these national brands of jewelry entirely made of precious metals and stones and plated and plated jewelry, respectively, associate visibility, form and consumption in their products. The interweaving between visibility and morality is understood as being vectors to the distinctive permanence of gold that fascinates and seduces the subject, awakening in the same desire; one learns, in turn, the form from the rapture that the creative sensitive experience provides; and consumption as essential practices of contemporary society in the gears of fashion. The research is qualitative, with methodological anchoring in the comprehensive perspective of fashion perception.

**Keywords:** Jewels; Visibility; Form; Consumption; HStern; Rommanel.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1– Aliança de noivado de Luiz para Jovina Reis, pais desta pesquisadora. ....	24
Figura 2 – Adornos pré-históricos: osso furado para uso como possível pendente; peças reputadas como joias; e modelo de adorno esculpido, respectivamente da esquerda para a direita. ....	42
Figura 3– Adorno de cabeça e par de brincos encontrados junto ao corpo da Rainha Puabi. Da esquerda para a direita, é possível ver detalhes do rico trabalho de joalheria do cocar feito em ouro, prata, lápis-lazúli e cornalina. ....	43
Figura 4– Anel escaravelho, do século IV a. C., de origem grega. Fotografia: Petra Jaschke. ....	46
Figura 5– Exemplares da exuberante joalheria egípcia, na obra <i>Jewel: a celebration of earth's treasures</i> , de Judith Miller. Dentre eles, máscara funerária de Tutancâmon e um peitoral de escaravelho, em ouro, lápis-lazúli, cornalina e turquesa. ....	46
Figura 6 - Esculturas dos baixos-relevos da porta Norte Catedral de Rouen (França), desenhadas por John Ruskin e gravada por R. P. Cuff, em 1855. ....	49
Figura 7 – Registros da exposição <i>Adolf Loos: Espaços privados</i> , que aconteceu em Madri (2018). A mostra reuniu mais de 120 móveis concebidos ou selecionados por Loos entre 1899 e 1931, num total de 218 obras (EFE.COM, 2020). ....	50
Figura 8 – Pendente para o pescoço “Princesse Lointaine”, criado entre 1898 e 1899 por Lalique. Observa-se a combinação entre técnicas de esmaltação com a cravação tradicional em pedras, tendo como base o ouro amarelo; além das linhas sinuosas e orgânicas e o colorido próprios da poética <i>Art Nouveau</i> . ....	51
Figura 9 – Algumas peças da coleção <i>Terrifying Beauty</i> , de Burcu Büyükünäl. ....	54
Figura 10 – Repórter Bette Lucchese entre as vitrinas repletas de ouro durante a gravação da reportagem especial sobre Amã, Jordânia. ....	60
Figura 11 – Anel <i>ABC</i> disponível para compra nas lojas físicas, no e-commerce da Rommanel e através de consultoras e distribuidores brasileiros, a exemplo Rommanel Pau dos Ferros (RN) e Disk Joia (PB). ....	69
Figura 12 – Logomarca atual da Rommanel e detalhe da “borboleta estilizada” no acabamento das joias. ....	70
Figura 13 – Destaque na imagem para o olhar lançado por uma admiradora da joia – um colar em pérolas e diamantes que pertenceu à rainha consorte da França, Maria Antonieta (1755 – 1793). Avaliado em até US \$827, a joia ficou exposta em Hong Kong para ser leiloadada em 2007. ....	74
Figura 14 - Impressões nas moedas antigas em ouro; a efigie de Alexandre, o Grande; e anel em ouro, do séc. II a.C. cunhada com a face de Faustina. ....	75
Figura 15 – Angelina Jolie, no Oscar 2004; e MC Guimê, em Premiação do Canal <i>Multishow</i> . ....	80
Figura 16 – Na esquerda, pulseiras Jack Vartanian (coleção JV Man II 2019); à direita, pingente em formato de diamante cravejado também com diamantes (joalheiro Ita, em 2017) para o MC Gui. ....	82

Figura 17 – Joias de Lalique, representativas da poética <i>Art Nouveau</i> : peitoral <i>Libélula</i> (1897-1898); Diadema <i>Galo</i> (1897 – 1898); placa de gargantilha <i>Perfil feminino</i> (1898-1900), .....	85
Figura 18 – Coleção <i>Shadow Jewelry</i> (1973), de Gijs Bakker. ....	88
Figura 19 – Joias de Gijs Bakker, em ordem cronológica, sentido horário: os colares <i>Dew Drop</i> (1982); <i>Dahlia</i> (1984); e <i>Double Chin</i> (1985), este, sendo usado pela cantora americana Rihanna para editorial da ELLE Magazine, em outubro de 2017; e por último, <i>Bouquet Brooch 231</i> (1989). ....	88
Figura 20 – Motivos egípcios encontrados nos tetos de tumbas de diversas partes do Egito, apresentados por Jones (2010, p. 71), em sua obra <i>A gramática do ornamento</i> (1856).....	91
Figura 21 – Joias HStern inspiradas no modernismo sinuoso de Oscar Niemeyer. ....	92
Figura 22 – Pulseira <i>Brasília</i> , em ouro branco com aplicação de 103 diamantes, inspirada no desenho do Congresso Nacional da capital federal feito por Oscar Niemeyer. ....	93
Figura 23 – Desenhos e peças da Coleção <i>Burle Marx HStern</i> (2013), elaboradas a partir dos desenhos do artista multimídia brasileiro Roberto Burle Marx (1909-1994).....	94
Figura 24 – Cabeça de guerreiro ancestral maori (comunidade nativa da Nova Zelândia) ao lado de um descendente maori com tatuagem na face que acompanha a regularidade dos padrões dos seus antepassados, da direita para a esquerda, nessa ordem.....	98
Figura 25 – <i>Amarelo-Vermelho-Azul</i> (1925), do artista russo Wassily Kandinsky, uma das obras mais significativas da arte abstrata. A pintura inclui as cores primárias, triângulos, quadrados e círculos, além de elementos abstratos. ....	103
Figura 26 – Grade de mármore rica em padrões ornamentais, compondo uma janela da Grande Mesquita islâmica, na cidade de Damasco, na Síria, cerca de 715 d.C.....	104
Figura 27 – Ilustração da folha de acanto, em <i>De Curtis's Magazine</i> (1816); e capitel coríntio (A. Riegl, 1893). ....	106
Figura 28 – Colar <i>Plume de Poan</i> (Pluma de Pavão), coleção <i>Trouble Désir</i> (2005), em ouro negro, cravejado de safiras, diamantes e esmeraldas; e versão em ouro branco com safiras. ....	107
Figura 29 – Imagens que apresentam a coleção <i>Pedras Roladas</i> (1997) na edição comemorativa do livro pelos 70 anos da HStern (Assouline). À direita, edição especial (2016), em liga exclusiva <i>HS Sterling Silver</i> . ....	108
Figura 30 – Brinco constelação, coleção <i>Clássicos Rommannel</i> , uma associação com as estrelas do céu; e brinco “manchas da girafa”, coleção <i>Memories</i> (2017), assinada por Ana Hickmann. ....	109
Figura 31 - Esquema visual com a proposição apresentada de uma intersecção latente entre as noções de adorno, ornamento, decorativo e ornamental. ....	113
Figura 32 – Bracelete serpente helenístico, referente ao período entre os séculos III e II a.C, em ouro amarelo e gema granada em tom de vermelho, de origem grega, acervo Museu de Joias Pforzheim (Alemanha). Fotografia: Guenther Meyer.....	116
Figura 33 - Coroa de e Tutancâmon adornada com uma joia, cuja serpente se apresenta como ornamento máximo e simbólico de soberania e imortalidade. ....	118
Figura 34 - Medusa de Caravaggio, criada entre 1595 e 1598, período Barroco.....	122
Figura 35 - O peitoral <i>Serpente</i> , de René Lalique. ....	123

Figura 36 – Esmeralda lapidada com perfil em degraus. ....	125
Figura 37 - <i>Philodryas olfersii</i> (nomes populares: cobra verde ou cobra de cipó). ....	125
Figura 38 - Amazonita (Microclínio), serpentina e jade (jadeíta), da esquerda para a direita. ....	126
Figura 39 - A modelo Caroline Ribeiro estreado o editorial H. Stern de lançamento para a Vogue Joias, em outubro de 2010; e bracelete da coleção <i>Ancient America</i> em destaque no site da H. Stern. ....	127
Figura 40 - Ornamento <i>Serpenti</i> , relógio-bracelete de Elisabeth Taylor, no longa Cleópatra; e joia <i>Serpenti</i> atual (Bvlgari). ....	128
Figura 41 - <i>Serpenti</i> Bvlgari usada por Charlize Theron (Oscar, 2019); e Elisabeth Taylor (Cleópatra, 1963). ....	128
Figura 42 - Primeiras etapas do processo de desenvolvimento do bracelete Luar do Sertão. ....	129
Figura 43- Decisão pela sequência de cores do ornamento do bracelete e pintura com lápis de cor. ....	130
Figura 44 - Seleção das texturas que serviram de base para o ornamento. Esmeralda, jaspe, serpentina e amazonita, da esquerda para a direita respectivamente. ....	130
Figura 45 - Ornamento em fase de aplicação das texturas por colagem. ....	131
Figura 46 – Protótipo do bracelete Lua do Sertão finalizado com aplicação de ornamento através de colagem, pintura e esmaltação. ....	131
Figura 47 - Protótipo bracelete Luar do Sertão sendo testado no corpo. ....	132
Figura 48 –. Etapas da ilustração 3D do Bracelete Luar do Sertão. ....	133
Figura 49 –Bracelete Luar do Sertão modelado e renderizado em 3D. ....	133
Figura 50 – Desfile das coleções <i>Búzios</i> e <i>Sacra</i> de Carlos Rodeiro, na 21ª edição do <i>Barra Fashion</i> (2019). ....	138
Figura 51 – Retábulo <i>Adoração dos Magos</i> (1423), de Gentile da Fabriano (1370-1427); e <i>A Virgem no caramanchão de rosas</i> (1440), de Stefan Lochner. ....	140
Figura 52 – Vitrais da Catedral de Notre Dame, em Paris (França). ....	141
Figura 53 – Alguns exemplares das pedras preciosas encontradas no Brasil: Diamantes; cristal de esmeralda em matriz de quartzo (Mina de Carnaíba, Bahia); grupo de topázios imperiais com topázio lapidado ao centro (Ouro Preto, Minas Gerais); topázio azul (Virgem da Lapa, Minas Gerais); aglomerado de cristais de brasilianita (Lauro do Telírio, Minas Gerais); turmalina variedade “melancia” em matriz de lepidolita translúcida; placa de ametista com centro de ágata (Iraí, Rio Grande do Sul); água-marinha biterminada. ....	145
Figura 54 – Folheto promocional organizado pelo mineralogista Alpheu Diniz Gonsalves (1883-1973) com a proposta de apresentar a diversidade de pedras preciosas brasileiras na Feira Internacional de Nova Iorque, em 1939 (Acervo Carlos Cornejo). Nota-se a pluralidade de cor cuidadosamente representada na publicidade. ....	149
Figura 55 – Anel <i>Constellation</i> , criado pela Amsterdam Sauer, com design assinado por Marcel Kung. O anel ícone da marca tem seu design revisitado até hoje. ....	152
Figura 56 – Escultura <i>Flora Brasileira</i> exposta permanentemente no Museu H. Stern, em Ipanema (Rio de Janeiro). A joia escultura contém 125 peças de ouro, 728 diamantes e 98 rubis. ....	154

Figura 57– Exemplos de anéis da coleção <i>Alice do País das Maravilhas</i> (2010), parceria HStern e Disney. ....	156
Figura 58 – Anel de Ouro Nobre 18K da Coleção Gravity by H. Stern, com cravação invertida de alguns diamantes cognac e negros. ....	157
Figura 59 – Coleção <i>Stern Star</i> , incluindo bracelete usado pela atriz Emily Blunt no red carpet do Oscar, em 2007. ....	160
Figura 60 – Modelo usa vestido azul com aplicações de adornos removíveis da coleção Schiaparelli 2020. ....	162
Figura 61– Nelson Toledo, coordenador de visitas à fábrica, e demais colaboradores apresentando a produção seriada de joias folheadas da Rommanel. Nota-se a presença de processos formativos mecânicos associados aos artesanais aplicados à concepção das joias. ....	166
Figura 62 – Artisticidade revelada no modo de fazer singular da Rommanel, que persegue o êxito na repetição do protótipo por incontáveis vezes. ....	167
Figura 63 – Kim Kardashian, à esquerda, com “ <i>New grillz</i> ” de Dolly Cohen; e, à direita, Beyoncé com <i>grillz</i> da Adidas. ....	170
Figura 64 – <i>The World Collection</i> (1995), primeira coleção de moda das joias H. Stern, comemorativa pelos 50 anos da joalheria. Colar e brincos <i>Sofia</i> e anel <i>Lara</i> , respectivamente da esquerda para a direita. ....	173
Figura 65 – Capa do Catálogo Rommanel 2019. Ao lado, da esquerda para a direita, linhas <i>Queridinhos da Simone</i> e <i>Queridinhos da Simaria</i> . ....	179
Figura 66 – Página inicial do site Rommanel com <i>banner</i> com as irmãs Simone e Simaria, com as inscrições “Acredite” e a palavra “fé”; e campanha para captar novas revendedoras. ....	180
Figura 67 – Campanha da Rommanel coleção <i>Cosmic</i> (2017), com a atriz Giovanna Antonelli. ....	183
Figura 68 – Lançamento <i>My Collection</i> HStern com a modelo Carol Trentini (2009); e à direita, Sasha Meneghel em campanha <i>MyCollection</i> (2019) com linha assinada em parceria com a jovem estudante de moda. ....	184
Figura 69 – Coleções <i>Life by Vivara</i> 2019/2020: <i>Encanto</i> e <i>Segredos</i> , imagens na parte superior, nessa ordem. Abaixo, coleções <i>Enigma</i> e <i>Glam II</i> , na parte inferior, da esquerda para a direita respectivamente. ....	185
Figura 70 – Mão com aliança e mão sem a aliança, destacando-se a marca deixada no corpo após a retirada da joia. ....	191
Figura 71 – Imagens da campanha para a coleção <i>Flowers from Exile</i> (2020). Destaque para a joia “gaiola de castidade”. ....	193
Figura 72 – Imagens apresentadas por Campos (2021) representando os três momentos da concepção de corpo ao longo da história humana: corpo poroso, corpo fechado e corpo inacabado, da esquerda para a direita, nessa ordem. ....	197
Figura 73 – À esquerda, tiara em ouro e, à direita, pingente em ouro com pedras preciosas incrustadas em forma de flor de lótus, a flor da espiritualidade, símbolo da conexão entre a vida e a morte. As duas joias foram descobertas na escavação em Chipre, apresentada mundialmente em 2021. ....	199

Figura 74 – Amuletos fálicos de regiões mediterrâneas, no Museu Nacional (Universidade Federal do Rio de Janeiro), em 2013; doces fálicos chamados de quilhõezinhos de São Gonçalo. ....	200
Figura 75 – Algumas representações da cruz grega; e conjunto de crucifixos, medalhões e relicários com iconografia cristã tão presente na joalheria espanhola, que datam entre os séculos XVI e XIX na Câmara do Tesouro (sala 4), do Museu Lázaro Galdiano, Madri. ....	202
Figura 76 – A crucificação na A Bíblia de Floreffe (Ano 1170); e Crucifixo com oito histórias da Paixão de Cristo (Ano de 1240, aproximadamente), da esquerda para a direita. ....	203
Figura 77 – Colar bizantino em ouro com cruz trabalho através da técnica <i>opus interrasile</i> com pingente em formato de cruz central (à direita); abaixo, colar bizantino em ouro do séc. VI com onze pingentes separados por espaçadores hexagonais: uma cruz central, duas folhas e oito ânforas (vasos) de formas variadas. ....	204
Figura 78 – Estatueta para relíquia de São Jorge (Anos 1586/1587); e à direita, broche camafeu com imagem da Virgem no trono com o Menino Jesus (Anos 1000/1100). .	205
Figura 79– Busto-relicário em prata de São Francisco Xavier disposto na Catedral Basílica de Salvador, Centro Histórico. ....	207
Figura 80 – Tela “O Retrato da Armada”, de Elizabeth I com autoria sugerida de George Gower, em 1588. ....	213
Figura 81 – Retrato de Luís XIV (1701), conhecido como Rei Sol, por François Hyacinthe Rigaud; Dom Pedro II na abertura da Assembleia Geral (1872), autoria de Pedro Américo; traje majestático de Dom Pedro II (1841), compondo o acervo do Museu Imperial, em Petrópolis (RJ), da esquerda para a direita, respectivamente. ....	215
Figura 82 – Coroa (1841) feita para D. Pedro II, utilizando diamantes e pérolas da coroa do seu pai, D. Pedro I; cetro (1821-1822); manto (1841); Ordem da Rosa (1829); Ordem D. Pedro I (1801-1900); Ordem Imperial do Cruzeiro, em sentido horário. ....	215
Figura 83 - Moça com brinco de pérola (1665), de Vermeer. ....	218
Figura 84 - Em O nascimento de Vênus, de Botticelli (1485), a deusa da beleza também chamada de Pérola (PEZZOLO, 2004, p. 13). ....	219
Figura 85 – Alfinete em ouro e esmalte com diamantes, rubis e pérolas com torceduras. A joia compõe parte do Tesouro Granducal de Toscana, no Museu das Pratas, em Florença (Itália) (GRISERI, 1989). ....	221
Figura 86 – Traje do Vale do Cávado, Romeira ou Capotilha, característico da cidade de Braga, composto por colares sobre o peito, em exposição no Museu do Traje Dr. Gonçalo Sampaio. ....	227
Figura 87 – Correntões com alianças filigranadas e lisas; colar com esferas lisas e bolotas confeitadas, com Divino Espírito Santo e roseta em uma extremidade e, na outra, roseta com cruz cilíndrica; e correntão com alianças lisas com motivos florais, em sentido horário. ....	228
Figura 88 – Par de grandes pulseiras de copo em ouro repuxado e cinzelado com flores, folhas, medalhão com efigie feminina e detalhes em filigrana; e par de pulseiras de copo com excepcional trabalho de filigrana em ouro, ornadas ainda com rosetas e placas com perfil humano (PASSOS, 2017, p. 16). ....	229

Figura 89 – Par de edan ogboni, da cultura iorubá, país de origem Nigéria. ....	235
Figura 90 – Fio-de-contas do orixá Oxum; conjunto de joias com cordão cachoeirano e fios-de-contas de diversos orixás; joias e fios-de-contas de Ogum da coleção <i>Joias ao sagrado: ferramentas e adereços de orixás</i> (2021), de Andrea Barbosa; da esquerda para a direita, nessa ordem. ....	237
Figura 91 – Cenas do documentário <i>O legado cultural de José Barbosa</i> (2022). ....	238
Figura 92 – À esquerda, colar da coleção <i>Miscigens</i> HStern (1998); ao centro, imagem do catálogo da coleção estrelada por Carlinhos Brown; e à direita, pulseira com conjunto de berloques representando os orixás, da linha Mãe de Samba, da mesma coleção. ....	239
Figura 93 – Carlinhos Brown usando joias assinadas por Andrea Barbosa para o clipe <i>Rua é</i> , com a cantora Marvvila, participante do <i>reality show</i> <i>The Voice Brasil</i> , veiculado na TV Globo. Brown compõe o júri técnico do programa de entretenimento que revela novas vozes nacionais. ....	240
Figura 94 – Garota Rabari, da Aldeia Bujodi (Kutch, Gujarate, região oeste da Índia) usando de modo ostentatório amuletos sobre o corpo. ....	243
Figura 95 – Conjunto de joias e pulseira do Senhor do Bonfim Carlos Rodeiro; autora da tese amarrando uma Fitinha do Bonfim no gradil da Igreja, em Salvador (BA). ....	245
Figura 96 – Catálogo Rommanel <i>Olho Grego</i> (2019); postagens do Instagram Rommanel com joias folheadas dedicadas a uma joalheria ligada às crenças e rituais protetivos. ....	247
Figura 97 – Penca de balangandã em prata com 27 peças e corrente, origem da Bahia, século XVIII, que compõe o acervo do Museu Carlos Costa Pinto, em Salvador, Bahia. ....	249
Figura 98 – À esquerda, <i>Madonna del Solletico</i> (1426) com o Menino Jesus no colo usando um colar com pingente em coral; à direita, joias de crioulas ornadas com corais (Museu Carlos Costa Pinto). ....	250
Figura 99 – Fotografia de Pierre Verger com três mulheres de saia: duas com vestes tradicionais, à esquerda, e uma com traje de beca da Irmandade da Boa Morte. ....	257
Figura 100 – Sequência de imagens que compõem a experiência observadora feita pela autora desta tese em 15 de agosto de 2018, no Dia de Glória, terceiro dia da Festa da Boa Morte, na residência da irmã Ebomi Nice, em Cachoeira, Bahia (Brasil). ....	263
Figura 101 – Peças da marca Joia de Leite com leite materno, fios de cabelo e fragmentos de cordão umbilical. O pingente <i>Mamãe&amp;Bebê</i> é um exemplo de uso dos três elementos orgânicos na joia. ....	271
Figura 102 – Kits da Lackto Leite Materno; e informações sobre o Kit Lackto, evidenciando “por que eternizar a amamentação?”. ....	272
Figura 103 - Medalhão de origem portuguesa, séc. XVIII; bracelete de origem francesa, séc. XIX, da esquerda para a direita respectivamente. ....	274
Figura 104 – À esquerda, retrato da esposa Sophia Henriqueta de Aguiar Costa Pinto, quem provavelmente usava o broche; ao centro, broche datado do século XIX em ouro e esmalte; e à direita, retrato de Joaquim da Costa Pinto. ....	275
Figura 105 – Joias de azeviche em exposição no Museu do Traje de Madri. ....	278

Figura 106 – Medalhão relicário ornado com flores em fundo preto; e anel com fundo preto ornado com pedras.....	281
Figura 107 – Broche relicário em ouro, madrepérola e vidro com paisagem feita em cabelos com moldura ornada em lírios, do acervo do Museu Carlos Costa Pinto .....	281
Figura 108 – Medalhão relicário em ouro e vidro, e ao centro uma cornucópia em cabelos com a inscrição “La Paix”, do acervo do Museu Carlos Costa Pinto; broche em ouro com sepultura pintada sobre a madrepérola e inscrição “Willie J Grace – January, 1853”, da esquerda para a direita respectivamente.....	282
Figura 109 – Correntão de joia de crioulas com figas em azeviche do século XIX.....	284
Figura 110 – O “formigueiro humano” de Serra Pelada pelo olhar do fotógrafo brasileiro Sebastião Sagrado nas duas imagens: À esquerda, garimpeiro e policial militar anônimos em situação de confronto; e à direita, o esforço inenarrável desses homens em busca de um sonho.....	293
Figura 111 – Canteiro de garimpo no Uraricoera, na terra indígena Yanomami. ....	296
Figura 112 – Infográfico veiculado na reportagem <i>Exclusivo: Apple, Google, Microsoft e Amazon usaram ouro ilegal de terras indígenas brasileiras, da Repórter Brasil, em 25 de julho de 2022</i> . Arte assinada por Giovana Castro e Thalita Rodrigues/Shake Conteúdo Visual.....	300
Figura 113 – Infográfico publicado pela Repórter Brasil, em <i>HStern, Ourominas e D’Gold: as principais compradoras do ouro ilegal da TI Yanomami</i> , em 24 de junho de 2021, com informações cedidas pelo Ministério Público Federal, Polícia Federal, Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços.....	302
Figura 114 – Pedras de strass em uma tiara supostamente assinada por Georg Friedrich Strass.....	312
Figura 115 – <i>Bijoux de Diamants</i> (1932), coleção de Alta Joalheria assinada pela estilista francesa Gabrielle Chanel ou Coco Chanel, como ficou conhecida mundialmente.....	316
Figura 116 – Gabrielle Chanel (1935) pelas lentes do fotógrafo Man Ray Trust, com joias e <i>robe noir</i> .....	317
Figura 117 – A designer de moda referência do movimento punk, Vivienne Westwood (1941-2022) com modelos em looks no estilo antitudo, Londres (1977); brincos <i>Rock Fall</i> , da coleção <i>HStern Rock Season</i> , inspirada no movimento punk (2012); e colar em prata sugestionando um arame farpado (1970).....	321
Figura 118 – Colar <i>Say my name</i> (2013), de Leslie Boyd, em formato de pênis com grande corrente, feita em cobre, latão e banhada a ouro. ....	323
Figura 119 – Joias eróticas e sadomasoquistas de Betony Vernon. À esquerda na parte inferior, a atriz e ativista humanitária Angelina Jolie usando anel de carícia em prata da marca. ....	324
Figura 120 – Adornos da coleção <i>Ornamental Hands</i> (2010), de Jennifer Crupi.....	325
Figura 121 – Imagens do vídeo <i>Keren Wolf – My Art Show</i> com joias <i>Big Mouth</i> (2017); Madonna e Nicki Minaj com joias de Wolf; e editorial <i>Heads Up</i> , V Magazine (2018) com joias da designer. ....	326
Figura 122 – Evolução do logo da HStern, refletindo as transformações no posicionamento da empresa. Dos traços barrocos, na primeira metade de século XX, às linhas leves assumidas na contemporaneidade, com referência à silhueta feminina. De	

cima para baixa e por último, a marca atual mais contínua, sem o ponto que separava a inicia “H” e o “Stern”.....	331
Figura 123 – Anúncio HStern “Homem certo” (1997), que, conforme o site Propagandas históricas (2023), materializa literalmente “os presentes que podem vir de um homem certo”.....	331
Figura 124 – Cobertura Caras do desfile da coleção <i>Campana por HStern</i> (2001); e imagens dos bastidores e da passarela do desfile HStern e Carlos Miele, em São Paulo (2009). .....	334
Figura 125 – Sequência de imagens da postagem em vídeo da Campanha do <i>Trunk Show HStern</i> no Instagram (IG) da marca.....	335
Figura 126 – Joia criada exclusivamente pela Rommanel para a abertura da telenovela <i>Começar de novo</i> (2004), na TV Globo. ....	339
Figura 127 – Imagens de divulgação da coleção Rommanel para a novela Império (TV Globo, 2014); algumas cenas da ação de <i>merchandising</i> ; e evento em loja física de Fortaleza (CE), com parte do elenco da trama global. ....	340
Figura 128 – Imagens do Catálogo Rommanel <i>Gio 10 Anos</i> ; e <i>collab</i> (post em parceria) entre os perfis da Rommanel (@rommanel) e Giovanna Antonelli (@giovannaantonelli) para divulgar o lançamento da coleção comemorativa e impulsionar o engajamento nas redes sociais.....	342
Figura 129 – Coleção <i>Fé</i> (2021), por Simone & Simaria; coleção <i>Noite Iluminada</i> (2022), por Gio Antonelli; e coleção <i>Gotas de Orvalho</i> (2022), por Ana Hickmann Fashion Jewelry.....	343
Figura 130 – Anúncios Rommanel nas revistas Claudia (1998) e Caras (2012), respectivamente da esquerda para a direita. ....	344
Figura 131 – Página institucional <i>Rommanel 35 anos</i> reforça o propósito democrático de suas joias em acordo com a propriedade de perenidade. ....	345
Figura 132 – Na parte superior, banner capa do Facebook Rommanel Palmas (TO); posts nas redes sociais Twitter Rommanel e Instagram Rommanel.....	346
Figura 133 – <i>Prints</i> do <i>feed</i> do perfil oficial do Instagram (IG) @hsternofficial, na sequência da esquerda para a direita.....	348
Figura 134 - <i>Prints</i> do <i>feed</i> do perfil oficial do Instagram (IG) @rommanel, na sequência da esquerda para a direita.....	348
Figura 135 – Posts no Instagram (IG) Costanza Pascolato e Instagram (IG) HStern divulgando a coleção em associação com o lançamento do livro da consultora de moda da joalheria. ....	349
Figura 136 – Costanza Pascolato na revista L’Officiel, em matéria publicada em 05 de maio de 2020; e Bruna Marquezine, no Adoro Joias, em 27 de novembro de 2019. As duas usam colar de Ouro Nobre com cristais de rocha e diamantes cognac. ....	350
Figura 137 – Na esquerda, reprodução dos newsletters HStern: <i>Joias versáteis HStern: O poder está nas suas mãos</i> (2021), e <i>Choker, colar ou pulseira? Fluid Gold é tudo isto!</i> (2022); e à direita, algumas páginas do catálogo <i>Alto Verão Rommanel</i> (2023). ....	352
Figura 138 –Fashion Revolution Brasil em campanha #QuemFezMinhasJoias; e publicações da Eleva Joalheria, de São Paulo, na Semana do Fashion Revolution, e Lucia’s World Emporium. ....	362

Figura 139 – Etapas de tratamento dos efluentes físico-químicos e descarte feitos pela Rommanel.....	363
Figura 140 – Imagens do site institucional sobre os serviços prestados pela alemã Bedra GmbH. ....	366
Figura 141 – Registros do projeto RJM Brasil sendo implantado e executado no Centro de Estudos em Design de Gemas e Joias), da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG).....	368
Figura 142 – Na figura, imagens do site institucional da Responsible Jewellery Council, indicando as duas empresas brasileiras, Umicore e Vivara, como membros certificados. ....	370
Figura 143– Linha do tempo Vivara; campanha publicitária da coleção <i>Icona</i> , pelos 60 anos da grife, estrelada por Gisele Bündchen; e registros da festa, em 2022, na capital paulista.....	372
Figura 144 – Mapa de extração e lapidação de diamantes disponibilizado pela Vivara em Relatório Anual de Sustentabilidade (2021).....	373
Figura 145 – Coleção <i>Cerrado</i> Amarjon: etapas de transformação da folha do Cerrado e resultado final em bracelete e brinco. ....	376
Figura 146 – <i>Amazonia Bamboo</i> (2020), por Silvia Furmanovich.....	378
Figura 147 – Investidas criativas apresentadas por Borotti (2022) em ametista avariada. ....	380
Figura 148 – Fachada da loja HStern na 5ª Avenida, em Nova Iorque, reformada em 2015 e campanha publicitária da coleção <i>Gênese</i> , lançada também em 2015 como parte das comemorações pelos 70 anos da grife de joias nacional.....	384
Figura 149 – O ex-governador do Rio de Janeiro, Sérgio Cabral; algumas joias HStern apreendidas, assim como imagens de lotes de peças apreendidos pela Polícia Federal durante a operação; e ainda registros de O Globo, em 2017, dos donos da HStern, Roberto Stern e Ronaldo Stern, em sala de aula nas comunidades carentes da capital carioca.....	385
Figura 150 – <i>Borboletas: a arte de transformar!</i> (2023), Rommanel.....	392
Figura 151 – Colar Jardim, da Coleção <i>Ser Girassol</i> (2023), Maria Dolores. ....	393
Figura 152 – Coleção <i>Graciosidade</i> , Herreira Joias (2023).....	394
Figura 153 – Imagens das coleções <i>Orbita</i> (anel) e <i>Harmonia</i> (gargantilha) Swarovski; abaixo, menu por categoria de produtos no site da Swarovski.....	399
Figura 154 – Print do menu da página principal do site Nádia Gimenes, com categoria de produtos. Destaque ainda para as expressões “banho prateado” e “banho grafite” na segmentação de busca do site. ....	400
Figura 155 – Pulseira <i>Love Wins</i> da Sauer com composição de pedras preciosas em cores e formatos únicos, uma marca registrada da joalheria desde a década de 1950. ....	401
Figura 156 – Colar Alumbramento, joia comemorativa pelos 100 anos de Hans Stern (2022). ....	402
Figura 157 – Colar “Cocar”, broche “Pena”, anel “SP 23°32'S 46°37'W” de Miriam Korolkovas.....	407
Figura 158 – Máscara Defesa – Espinho (2020), de Miriam Korolkovas.....	408
Figura 159 – Desfile Bvlgari <i>Barocko</i> (2020), Roma (Itália).....	413

Figura 160 – Imagens da coleção <i>Grupo Corpo por HStern</i> (2008/2017).....	414
Figura 161 – Filtro <i>Stars</i> HStern da rede social Instagram. ....	416
Figura 162 – Filtro <i>Borboleta Rommanel</i> ; e <i>Yes to Life</i> Vivara pelo perfil da rede social Instagram. ....	416
Figura 163 – Campanha Coleção <i>Reencontro Rommanel</i> (2022) com consultoras e consultores. Ediane no topo e extrema esquerda da imagem. ....	424
Figura 164 – <i>Tourmaline Gardens</i> HStern (2020); joias em esmeraldas brasileiras Carla Amorim; e joias folheadas Rommanel Dia dos Pais (2022).....	425
Figura 165 – Lil Uzi Vert ao implantar o diamante rosa; e à esquerda, no Grammy Awards 2023, já sem o diamante na testa.....	427
Figura 166 – Dan Sur no seu Instagram (IG): “No me copie”; e abaixo, o rapper com o músico e humorista mexicano Chaparro Chuacheneger.....	428
Figura 167 – Autora desta tese experienciando o filtro Diamante Uzi Vert, disponibilizado pelo Instagram (IG); e abaixo, imagem do rapper sangrando diante da tentativa do fã de tomar posse da gema. ....	429
Figura 168 – Apresentação da <i>Coleção [Un]Real</i> (2022) pela Will. ....	432
Figura 169 – Atleta e modelo Vivica Ifeoma usa colar da Stern HStern; colar e pulseiras Rommanel com zircônias cúbicas e outras pedras coloridas; pingente em ouro e madeira Julio Okubo; anel em madeira Sucupira reaproveitada, prata e pedras preciosas; a influenciadora digital Thassia Naves com joias Diamond Design. ....	434

## LISTA DE ABREVIACOES

- ABGM - Associação Brasileira de Gemologia e Mineração
- AJORIO - Associação dos Joalheiros e Relojoeiros do Estado do Rio
- ANORO – Associação Nacional do Ouro
- CETESB - Companhia Ambiental do Estado de São Paulo
- COMPS - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação
- CPRM - Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais
- DGEMG - Deutsche Gemmologische Gesellschaft
- DNPM - Departamento Nacional de Produção Mineral
- FIOCRUZ - Instituto Nacional de Infectologia da Fundação Oswaldo Cruz
- GGA - Sociedade Gemológica Alemã
- GIA - Gemological Institute of America
- IPAC - Instituto do Patrimnio Artístico e Cultural da Bahia
- IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
- LEAH - Laboratório de Ensino e Aprendizagem em História
- MPF - Ministério Público Federal
- MUDE - Museu do Design e da Moda
- OCCO – Escola de Ornamentação Corporal Contemporânea
- ONU – Organização das Nações Unidas
- RJC - Responsible Jewellery Council
- RJM - Radical Jewelry Makeover
- SECULT – Secretaria de Cultura do Estado da Bahia
- SSEF - Gbelin o Swiss Gemmological Institute
- UNDP - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>23</b>
<b>PARTE I - AQUELE BRILHO QUE RELUZ O “PAVONEAR-SE”: CORPO, APARÊNCIA, ADORNO E ORNAMENTO NA CONFORMAÇÃO DO SER ....</b>	<b>38</b>
<b>1. A APARÊNCIA COMO COMPOSIÇÃO ANTROPOLÓGICA .....</b>	<b>39</b>
1.1 A materialidade na essência do valor da joia.....	39
1.2. Um novo lugar para a joia: rupturas nas dimensões tangíveis e incorpóreas da joalheria .....	47
1.3 A joia e sua capacidade dualista de igualização e diversidade sociais.....	56
<b>2. O SENTIDO E A POTÊNCIA DO ADORNO NO ARRANJO DO CORPO SOCIAL.....</b>	<b>62</b>
2.1 Adorno como um campo de batalha do “ser-para-si e do ser-para-outros” .....	62
2.2. Sobre a noção de sentido.....	67
2.3 Joias como adornos máximos à irradiação do ser humano .....	73
<b>3. JOIA: ENLACE INELUTÁVEL ENTRE ORNAMENTO E ADORNO, DECORATIVO E ORNAMENTAL.....</b>	<b>84</b>
3.1 O protagonismo do ornamento na composição da joia .....	84
3.2 Expressividade que se transmuta em visualidade pura .....	95
3.3 Efeito decorativo e efeito ornamental: Formas naturais nas gêneses criativas e criadoras das joias.....	103
3.4 Ornamento e adorno: Serpente, ornamento que transcende a materialidade das joias .....	114
<b>4. A INUTILIDADE ÚTIL DAS JOIAS.....</b>	<b>135</b>
4.1 O esplendor das formas na apreensão do belo nas joias.....	135
4.2 A experiência do sentimento do sublime nas joias .....	145
4.3 Visualidades contemporâneas experienciadas através das joias.....	161
4.4 “Nova Barroquização do mundo”: abertura e pluralismo no íntimo das joias .....	175
<b>PARTE II - CORPO, JOIA E AFETO: O LUGAR DA JOIA NOS UNIVERSOS FEMININO E TRANSCENDENTE .....</b>	<b>188</b>
<b>5. A DIMENSÃO SENSÍVEL DAS JOIAS NO CONTEXTO DA EXPERIÊNCIA .....</b>	<b>189</b>
5.1 O corpo como textura para a joia .....	189
5.2 Corporeidade humana como fenômeno social e cultural.....	194
5.3. Para um corpo fechado, uma joalheria de peso.....	210
<b>6. O SAGRADO E AS JOIAS: UM ELO COM O TEMPO “ENCANTADO” ....</b>	<b>232</b>
6.1 Joias e suas conexões com o imaterial .....	232
6.2 Joias como elo entre os tempos encantado e desencantado .....	241
6.3 As joias na Irmandade da Boa Morte.....	253
<b>7. A JOIA COMO ADORNO MEDIADOR DE PRESENÇA E AFETIVIDADES .....</b>	<b>265</b>
7.1 Joia como potência da imaginação e do imaginário na constituição da memória... ..	265
7.2 Joias: artifícios figurativos que corporificam ausências.....	272

7.3. Conformando memória e afetividade a partir de uma joalheria de luto .....	276
7.4 Joias de luto na Bahia do século XIX .....	280
7.5. Nem tudo que reluz é ouro .....	286
7.6. Tudo que reluz agora deve ser leve.....	292
<b>PARTE III - O SER JOIA NO TEMPO DA LEVEZA: NOVOS VALORES .....</b>	<b>307</b>
<b>8. AS JOIAS E AS MOVÊNCIAS FASHIONISTAS.....</b>	<b>308</b>
8.1 Joias como marcadores de um corpo aberto.....	308
8.2 Novos modos de eternizar: a moda, a leveza e o feminino.....	317
8.3 HStern e Rommannel: perenidade mundana .....	328
<b>9. POSSÍVEIS ENQUADRAMENTOS PARA UMA <i>POÉTICA HI-LO</i> NA JOALHERIA DA CONTEMPORANEIDADE.....</b>	<b>355</b>
9.1 Materialidade e senso de responsabilidade ético-ambiental às joias na contemporaneidade .....	355
9.2. Pensando processos formativos a partir de uma gestão ecológica e social.....	374
9.3 O caso HStern: um rasgo crítico e permanente na imagem da empresa .....	381
<b>10. NOVOS CONTORNOS À MATERIALIDADE: UMA <i>JOALHERIA</i> <i>AMPLIFICADA</i> .....</b>	<b>389</b>
10.1 Persistência valorativa dos metais preciosos no consumo ostentatório das joias folheadas.....	389
10.2 Bijuterias e joias: algumas proposições reflexivas .....	395
10.3 Joia como adorno à experimentação da arte .....	403
10.4 Joia e composição da aparência: gesto e performatividade.....	409
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS - PRESSÁGIOS PARA A JOALHERIA PÓS- PANDEMIA .....</b>	<b>420</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>437</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>23</b>

## INTRODUÇÃO

Quando ela dança e entorna um timbre acre e sonoro,  
 Este universo mineral que à luz figura  
 Ao êxtase me leva, e é com furor que adoro  
 As coisas em que o som ao fogo se mistura.  
 (*As joias*, em *As Flores do Mal* - Charles Baudelaire)

Fascínio é a palavra que despertou, acima de tudo, o interesse em fazer essa viagem dos sentidos através do universo brilhante e esfuziante das joias. Elas têm esse poder de deslumbramento, exibem-se, dançam e seduzem quem às miram. Mesmo aqueles olhares mais resistentes, transversos acabam por se render, ainda que sem admitir, ao esplendor desses objetos. Pois é, as joias falam (KLEIN, 2004). O magnetismo por esses objetos se revelou nas inquietantes meditações sobre corpo e aparência e fluxos culturais durante o Mestrado pelo Programa Multidisciplinar em Cultura e Sociedade (Pós-Cultura), na Universidade Federal da Bahia (UFBA); mas ele sempre se apresentou, mesmo de forma sutil na vida da autora dessa pesquisa.

Ainda criança, morando em Inhambupe, cidade do interior da Bahia, vibrava ao conseguir um pequeno anel de plástico nas embalagens de chiclete. Era muito precioso! O colorido, o brilho, a beleza na experiência de tê-lo e portá-lo era indescritível sempre. O encanto se estendeu ao olhar comprido para a porta de casa, quando surgiam vendedoras – nas recordações, eram sempre mulheres – de joias folheadas e banhadas. Lembranças ainda das viagens com a família a Tobias Barreto e Itabaiana, no Estado de Sergipe, para uma folia de compras, entre enxoval para cama, mesa, banho e as conhecidas joias folheadas da região (chamadas de micheline) com preços acessíveis. Itabaiana se tornou um polo de compra e revenda de joias em ouro puro e folheadas na década de 1980, acompanhando o movimento crescente da indústria de folheados no segmento de joalheria.

Em casa, seu pai Luiz sempre contava uma história: “Quando fui pedir sua mãe em noivado, vendi um boi para comprar essa aliança”. Pensava-se: “Nossa, muito valioso...”. Sua mãe Jovina usava a joia com cuidado, em ocasiões especiais e, o olhar comprido da filha para a peça, a fez prometer que um dia seria dela. E a promessa se cumpriu, quando já adulta, esta filha aqui recebeu a tão desejada aliança, que guarda em seu porta-joias com a certeza das memórias e dos afetos ali registrados. Os

entrelaçamentos entre as joias a as experiências pessoais desta pesquisadora sempre foram marcantes, compondo esse porta-joias de lembranças e quereres.

Figura 1– Aliança de noivado de Luiz para Jovina Reis, pais desta pesquisadora.



Fonte: Acervo da autora.

Do fascínio, desperta-se, além do mais, a curiosidade e a vontade de conhecer mais sobre o mundo das joias. Ao assumir, em 2012, a consultoria de comunicação da A&T Joias, marca baiana de joias folheadas, uma série de indagações começaram a surgir impulsionadas pelo trabalho realizado em parceria com as sócias, colaboradores e clientes da marca. Uma das primeiras questões foi, seguramente, o porquê de ainda se usar, tanto por parte dos clientes quanto por parte das próprias sócias e equipe de vendas, a nomenclatura “semijoias”. Existem semijoias? O que seriam, então? Como algo pode ser pela metade? Mas, se são feitas em ligas em que predominam o uso de metais preciosos e são cravejadas com pedras naturais, sintéticas e/ou compostas, não seriam simplesmente joias?

A partir de uma pesquisa criteriosa, realizamos, à época, mudanças importantes para a A&T Joias, a fim de valorizar, acima de tudo, o produto ali desenvolvido. Assumir as peças A&T como joias folheadas foi uma das primeiras iniciativas, que envolveram um novo posicionamento da marca no mercado local, a partir do desenvolvimento de um planejamento estratégico de comunicação, que partiu, essencialmente, da comunicação interna e prosseguiu externamente, envolvendo uma mudança em todo o posicionamento da joalheria – desde a papelaria a editoriais de moda em publicações locais e nacionais.

Mas, foi somente no fim do Mestrado em Cultura e Sociedade, em 2016, que essas perguntas voltaram a mexer com as possibilidades investigativas para o Doutorado

fomentadas, principalmente, pelos estudos empreendidos junto ao grupo de pesquisa Corpo e Cultura, coordenado pela Profa. Dra. Renata Pitombo Cidreira, orientadora desta pesquisadora. Àquela altura, os estudos das vivências corporais articulados com a aparência, a moda e os estilos de vida serviram de gatilho para um despertar da necessidade de ampliar o entendimento sobre as dinâmicas de criação, consumo e aparência na concepção das joias, incluídas como objetos socioculturais relevantes ao longo da história e enérgicos, em particular, na contemporaneidade.

As joias e seus usos somam-se às práticas significativas ainda pouco apreendidas nos estudos interdisciplinares em cultura e sociedade. Com o apoio das pesquisas empreendidas no Pós-Cultura, em que se realça o sentido de cultura alicerçado aos pensamentos de Raymond Williams, em *Cultura* (1992, p. 13), a joia é absorvida como prática cultural formante, através da qual “uma dada ordem social é comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada”. Compreende-se a joia como parte de “um sistema de significações”, que inclui todas as “práticas significativas”. Pierre Bourdieu, em *A economia das trocas simbólicas* (2007, p. 18) também atenta para a significância dos adornos e acessórios corporais às relações socioculturais:

Dentre todos os tipos de consumo e de conduta passíveis de abrigar uma função expressiva, são as roupas e os enfeites (em virtude do seu elevado rendimento simbólico) que, ao lado da linguagem e da cultura, melhor realizam a função de sociação e dissociação.

Após uma pesquisa prévia, observou-se que os estudos brasileiros que envolvem o conceito de joia na atualidade são, em grande parte, atrelados às esferas do design e da história. Há, por consequência, uma iminência pela expansão nas investigações que buscam acolher, através das dinâmicas de desenvolvimento de produto, a joia como potência social, cultural, política, econômica constitutiva de sentidos.

Fundamentada em uma perspectiva compreensiva (CIDREIRA, 2014), a relação entre cultura, estética, design e moda, então, foi priorizada através de um estudo qualitativo para se pensar sobre a joia e as transformações intensas no seu exercício criativo e modos de uso na *composição da aparência*, em especial, a partir do século XX. O conceito *composição da aparência* é entendido, nesta tese, a partir das reflexões da Renata Pitombo Cidreira, em *A moda por uma perspectiva compreensiva* (2014). Em seus estudos, Cidreira (2014) assume o modo como nos vestimos, o uso das roupas e dos acessórios, como um todo que deve ser considerado como uma técnica ativa de apresentação de si. Para Cidreira (2014, p. 14), a abordagem compreensiva afirma a

interdependência do objeto e do sujeito, assinalando que os objetos são dependentes das características sociais e pessoais dos sujeitos que os observam e constituem.

Segundo Cidreira, em *As formas da moda: comportamento, estilo e artisticidade* (2013, p. 142-143), a aparição do indivíduo se encontra intrinsecamente associada à composição da sua aparência, expondo, de algum modo, suas preferências, mas também trazendo algo do outro à aparição, algo familiar ao olhar. Logo, quando essa aparição é vista como bela ou sublime, as pessoas são tomadas por um sentimento que não necessita da mediação de um conceito; sendo o gosto essa capacidade de apreciar e valorar algo universalmente comunicável (CIDREIRA, 2013, p. 143). Tais rumos metodológicos foram vitais à orientação da tese, considerando, além do mais, que os efeitos do processo interpretativo são notados na inter-relação entre pesquisador/agente participativo, objeto e resultados.

À vista dessas considerações, sublinham-se os três vetores chave que norteiam a estrutura desta tese: *visualidade*, *forma* e *consumo*. Compreende-se o entrelaçamento entre a *visualidade* e a moral como sendo condutores à permanência distintiva do ouro e a própria noção de luxo que fascinam e seduzem o sujeito, despertando no mesmo desejo; apreendendo, por sua vez, a *forma* a partir do arrebatamento que a experiência sensível criativa proporciona; e o *consumo* como práticas próprias da sociedade contemporânea essenciais nas engrenagens da moda.

Soma-se, por sua vez, como marco teórico fundamental os pensamentos de Georg Simmel (1858-1918)<sup>1</sup>, em *Filosofia da moda e outros escritos* (2008). Simmel se dedica a temas considerados corriqueiros, porém significativos ao entendimento da vida em sociedade, como o feminino e a moda. Dentre questões caras ao autor está o sentido do adorno. Ele (SIMMEL, 2008, p. 59) acentua o desejo da humanidade de causar alegria aos outros, sendo que esta alegria e deferência, por seu turno, refluam sobre os sujeitos como reconhecimento e apreço, atribuídos à personalidade dos mesmo como um valor. O sentido do adorno estaria, logo, em evidenciar a personalidade do sujeito, na intenção de distinguir-se dos outros; não como algo imposto, mas através do agrado. A figura estética do adorno seria, então, lugar de um campo de batalha do *ser-para-si* e do *ser-para-outros*, uma síntese

---

<sup>1</sup> Georg Simmel (1858 – 1918) é um cientista social alemão que estudou os fenômenos sociais através de uma perspectiva microssociológica (análise interpretativa das interações sociais cotidianas). Fundador da “sociologia formal” ou “sociologia das formas” que investiga a sociedade a partir das ações e reações dos atores sociais inovadores. Simmel foi influenciado pelas concepções filosóficas de Kant (filosofia moderna – conhecimento como sendo uma síntese entre experiência e conceitos – relação entre empirismo e racionalismo).

do ter e do ser dos sujeitos. O que explica o inerente papel dos metais reluzentes e pedras preciosas na conceituação do adorno. Os metais e pedras preciosos, segundo Simmel (2008, p. 61), são adornos num sentido mais estrito.

Para Simmel (2008, p.61), o maior de todos os erros é pensar no adorno como uma obra de arte individual, enquanto ele deve servir o indivíduo. O adorno, supérfluo em si mesmo, é aberto; diferente, por exemplo, da tatuagem, adorno totalmente aderente. Já o vestuário encontra-se entre os dois extremos: a pessoalidade da tatuagem e a impessoalidade das pedras e dos metais preciosos. O diamante seria a pedra preciosa que empresta ao sujeito do modo mais altruísta possível sua força e irradiação (SIMMEL, 2008).

A compreensão conceitual de “joias inscritas no contemporâneo” é também, antes de tudo, basilar para a proposta de observação desta pesquisa. Com o apoio dos pensamentos de Giorgio Agamben, em *O que é o Contemporâneo? e outros ensaios* (2009), entende-se que as joias associadas à contemporaneidade não podem estar restritas a uma categoria específica, fechada a um grupo, diante de um emaranhado identitário que conforma a joalheria e toda sua condição dinâmica no sistema das joias da atualidade. A partir deste entendimento, vale salientar que no contexto dos estudos que envolvem as joias não há um consenso quanto às diversas nomenclaturas que, por ventura, caracterizam o segmento. Por conseguinte, esta pesquisa apreende, de modo particular, as joias inscritas no contemporâneo a partir de um ponto de vista ampliado, transitável. São, pois, caracterizadas por uma peculiar descontinuidade no tempo, enviesada, por sua vez, à temporalidade da moda que, mesmo gravada no agora, mira a origem situada não em um passado cronológico, mas em uma origem “contemporânea ao devir histórico” (AGAMBEN, 2009, p. 69).

Acredita-se, assim sendo, em uma religação imaginária social, emocional, afetiva das joias inscritas no contemporâneo, cujas influências estão vinculadas a uma sensibilidade dominante que não está fixada apenas no espírito cronológico de tempo. Mas, em um espaço-tempo flutuante, em que o ordenamento das coisas e do sentido se configura de um modo complexo através de uma dinâmica do estar-junto, que se desenvolve no presente; e este, por sua vez, se mantém enraizado no passado e, simultaneamente, pressagia o futuro (MAFFESOLI, 2014).

Para esta reflexão, é requerido expor também algumas ponderações normativas no que diz respeito à condição material, que se absorve como intrínseca à joia. São classificados como metais preciosos (ou metais nobres) o ouro, a prata e os metais do

grupo da platina – este último inclui platina, paládio, ródio, rutênio, irídio e ósmio. O ouro e a prata são os mais conhecidos e utilizados. Mas, segundo o Serviço Gemológico Brasileiro (2020), a platina é bem mais valiosa. Na indústria joalheira, usa-se ouro, prata, platina, paládio e ródio (este geralmente serve de revestimento para outros metais, é o chamado banho de ródio). Os metais preciosos são todos raros e finitos na crosta terrestre, embora estejam muito disseminados, como é o caso do ouro. Possuem alta densidade, são maleáveis (podem ser reduzidos a folhas) e dúcteis (podem ser reduzidos a fios) (SERVIÇO GEMÓLOGICO DO BRASIL, 2020).

Sobre a regulamentação dos folheados de metais preciosos, Eliana Gola, em *A joia do Brasil* (2020), ressalta a promulgação de 1967. Segundo decreto 567961/65, são incorporados como folheados de metais preciosos “os artigos que constituídos de um suporte de metal comum apresentem uma ou mais faces cobertas de metais preciosos seja por soldagem, seja por laminação a quente, seja por qualquer outro processo semelhante” (GOLA, 2020, p. 33). Por esta descrição, ficou entendido que produtos feitos com latão – uma liga de cobre e zinco na proporção de 7 para 3 – revestidos de prateado ou dourado se assemelham, mas não são metais preciosos (GOLA, 2020, p. 33).

Ainda com base nas normatizações, as joias em ouro puro e as joias banhadas e folheadas a ouro e a prata são classificadas na Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM) em um mesmo item – seção XIV, nota 71, da Tarifa Externa Comum Brasil, atualizada até a Resolução CAMEX N° 123 de 30/12/2015 - D.O.U. de 31/12/2015 (QUAL NCM, 2017, p.04). Esta classificação, utilizada sobretudo, nas transações comerciais de importação e exportação, é importante para entender as mudanças sofridas na noção de joia que envolvem planejamento, desenvolvimento e comercialização. Segundo a NCM (2017), a joia folheada ou chapeada de metais preciosos (plaquê) é chamada de artefato de joalheria (joia), assumindo equivalência às joias maciças, ou seja, aquelas feitas inteiramente em metais preciosos:

Pérolas naturais ou cultivadas, pedras preciosas ou semipreciosas e semelhantes, metais preciosos, metais folheados ou chapeados de metais preciosos (plaquê), e suas obras; bijuterias; moedas Pérolas naturais ou cultivadas, pedras preciosas ou semipreciosas e semelhantes, metais preciosos, metais folheados ou chapeados de metais preciosos (plaquê), e suas obras; bijuterias; moedas. (QUAL NCM, 2017, p.04)

Na classificação, é notável a permanência do termo “semipreciosos” para pedras e metais, o que já é desvalidado pelo segmento joalheiro assim como a expressão “semijoia”, sublinhada anteriormente. Desde a segunda metade do século XX, existe um

movimento consistente por grande parte das empresas do setor (indústrias, designers, varejistas, etc.) de substituição do termo “semiprecioso” e “semijoia” por “joia folheada” ou “joia banhada” a ouro, prata e/ou outros metais reconhecidos como preciosos, como o grupo da platina – um considerável efeito desse movimento reflexivo que perpassa a reestruturação do conceito de joia no Brasil e no mundo. Porém, a utilização da terminologia ainda persiste de forma significativa entre integrantes dos próprios segmentos de joias e bijuterias e seus diversos públicos consumidores.

Em consideração a esse contexto, uma atenção deve ser dedicada ao requerido rigor formativo das joias folheadas a partir da constituição de ligas metálicas cujos percentuais de metais considerados preciosos assegurem a esses objetos a propriedade da durabilidade (característica essencial à concepção de joia). Sobre essa ponderação, em específico, importa ressaltar que as peças feitas em ligas metálicas de baixo valor de mercado se distanciam da definição de joia. E aproximam-se, por sua vez, das bijuterias, entendidas como objetos que compõem os plurais acessórios corporais feitos em materiais de baixo valor de mercado, como metais e ligas não nobres, vidros e materiais poliméricos e, geralmente comercializados em larga escala. Com efeito, algumas abordagens reflexivas sinalizam para prováveis diferenças entre joia e bijuteria na terceira parte deste estudo.

Neste ponto da apresentação, salienta-se que a autora desta tese contou com o apoio essencial de duas pesquisadoras para a elaboração das notas técnicas necessárias ao esclarecimento de alguns processos que fazem parte da prática de ourivesaria e do design de joias: Andressa Borotti, mestra em Ciências, gemologista europeia membro da Sociedade Gemológica Alemã (GGA) e designer de joias; e Sarah Cesar Huber, mestra em Ciência e Tecnologia de Polímeros e designer de joias. Além do mais, durante o período de desenvolvimento da tese, a autora participou de dois cursos direcionados promovidos pelas pesquisadoras: Curso sobre Gemas Coloridas, por Andressa Borotti; e Curso sobre Metálica, por Sarah Huber.

Retomando a assimilação sobre as ligas metálicas, segundo Sarah Cesar Huber, as ligas metálicas são, essencialmente, misturas de metais diversos, que modificam as propriedades dos metais finos (puros). Quando se trabalha com ouro na joalheria, as ligas são feitas não só para ter cores (tonalidades) diferentes, mas também para deixar o metal mais duro. O quilate do ouro diz respeito à quantidade de ouro na liga: 18k = 75% de ouro + 25% outros metais. Quando são combinados outros metais, como paládio e a prata, é possível desenvolver ligas em diversas cores. Para fazer o ouro branco, a liga tem que ter

paládio. Uma liga com 25% de paládio resulta num tom de cinza, quase grafite. Mas, de acordo com Sarah Huber, existem também ligas que, ao invés de ter só paládio na composição, têm a prata junto. O baixo teor de paládio, a exemplo, resulta no tom champanhe.

Para tanto, ao corpus, foram adotados os seguintes critérios: joalherias nacionais; marcas consolidadas com potencial de crescimento e renovação; história; penetração nacional; marcas que contemplassem produção de joias feitas inteiramente em metais preciosos e joias folheadas. Priorizou-se então a observação da marca tradicional de joias em metais preciosos HStern, referência nacional e internacional; e a grife de joias folheadas Rommannel, com penetração e estabilidade reconhecidas no país. Durante todo o percurso da tese, o processo analítico se debruçou com ênfase sobre as duas joalherias, no entanto, as investigações se expandem a outras marcas nacionais e internacionais que se mostram impreteríveis à melhor compreensão das pressuposições.

Com quase 80 anos de atuação, a joalheria HStern foi, no Brasil, uma das pioneiras no desenvolvimento de produtos que valorizam o processo criativo para além da materialidade tradicionalmente respaldada no peso do ouro e raridade das gemas. Seu fundador, Hans Stern (1922-2007), foi um dos principais defensores da joalheria nacional divulgando para o mundo o valor, a riqueza e o brilho das pedras brasileiras, que por muitos anos foram percebidas como “semipreciosas”, ou melhor, consideradas menos tradicionais à joalheria. Atualmente, Roberto Stern, filho mais velho de Hans Stern fica à frente da presidência e direção criativa da marca, sendo o responsável pelas grandes mudanças ocorridas na HStern ao longo das últimas décadas. Seu irmão, Ronaldo é o vice-presidente da empresa familiar que conta com quase 1800 funcionários.

A HStern possui cerca de 70 pontos de venda distribuídas mundialmente (Argentina, Brasil, México, Peru, Estados Unidos, Israel e Rússia) e é referência no mercado de luxo (HSTERN, 2023). Suas joias podem ser encontradas nas principais capitais do mundo como Nova Iorque, Paris, Londres, Moscou, Tel Aviv, São Paulo, Rio de Janeiro. Elaboradas pelas mãos de aproximadamente 300 artesãos, as joias seguem entre as mais disputadas entre artistas e celebridades de eventos grandiosos como o Oscar, maior premiação internacional do cinema que garante às marcas uma visibilidade invejada, principalmente no comércio de luxo (HSTERN, 2020).

Em 2021, a Rommannel, marca referência no desenvolvimento e comércio de joias folheadas no país, comemorou 35 anos de atuação no mercado com um formato de negócio apoiado, sobretudo, na venda direta através de consultores. Segundo números

divulgados em 2017 (YOUTUBE ROMMANEL, 2022), à época, a empresa possuía cerca de 600 funcionários diretos e 3.500 indiretos; 220 lojas de varejo e atacado; e mais de 200 mil consultores que revendem cerca de três mil modelos de joias folheadas por todo o país, além de atuar em mais de 15 países, entre Canadá e Estados Unidos (EUA). Neste último país, detém uma unidade própria em Miami, no estado da Flórida.

A proposta da Rommanel é oferecer aos seus clientes varejistas e consultores uma oportunidade de realização pessoal, através da beleza, autoestima e sofisticação. Para atender a uma demanda de mercado por maior penetração e concorrência, a Rommanel investiu nos últimos anos em pontos de venda que acolhem consumidores finais e distribuidores, complementando suas operações de comércio. Em 2020, diante do cenário da pandemia, a marca inaugurou um canal online de compras dedicado exclusivamente aos consultores (ROMMANEL, 2020).

As joias Rommanel são folheadas a ouro 18k, rhodium, rhodium negro e paládio, além de joias em aço e prata 925. Sobre esse aspecto, outro ponto a evidenciar, com o suporte especializado de Sarah Huber, diz respeito ao uso da classificação de “joias folheadas” pela Rommanel. Em toda a tese, será mantida a referência à marca a partir desta seriação. No entanto, a partir da técnica de galvanoplastia ou eletrodeposição, é observado que a empresa realiza o banho das suas peças, e não a folheada, conforme ressalta Sarah Huber: “Apesar do processo ser o mesmo, a galvanoplastia pode ser feita por banho de imersão ou por folheada pontual, localizada”. Na joalheria, o processo galvânico de banho ou folheada é realizado a fim de proteger uma peça metálica contra a oxidação através do revestimento dela com outro metal, proporcionando uma alta resistência ao desgaste e às mudanças de cores. Esse revestimento eletroquímico é feito em metais tidos como não nobres por metais nobres, como ouro, ródio e paládio. De acordo com Sarah Huber, sob a ação da corrente elétrica acontece a eletrólise que formará a camada de metal do banho desejado.

A técnica de galvanoplastia, de acordo com Sarah Huber, é eficiente comercialmente por reduzir os custos de fabricação de peças maciças em ligas caras. Mas, Sarah Huber salienta que o método envolve muitas etapas de produção, gerando um alto custo, especialmente por demandar mão-de-obra especializada e ação humana direta, além da utilização de metais pesados nos seus procedimentos e consequente geração de resíduos poluentes e de altíssima toxicidade. Daí a atenção para processos feitos por pequenas empresas ou até mesmo oficinas improvisadas, sem uma estrutura

cuidadosamente preparada que segue todos os protocolos essenciais para o desenvolvimento de peças a partir da galvanoplastia.

Na proposta inicial de tese, estavam incluídas pesquisas de campo que contemplassem entrevistas diretas com um ou mais porta-vozes das joalherias HStern e Rommannel. Durante todo o período do estudo, a autora manteve contato com a assessoria de comunicação das marcas, a fim de viabilizar o contato, que seria de extrema relevância para uma meditação mais completa e assertiva. Mesmo em plena pandemia do coronavírus, a autora se prontificou a realizar a qualquer tempo com representantes das duas marcas chamadas em vídeo, conversas por aplicativos de mensagens e/ou contato telefônico. Com a liberação gradativa das viagens pelo país, após o período mais crítico da pandemia, a mesma se colocou à disposição para uma possível viagem até a matriz HStern, no Rio de Janeiro (RJ), e a unidade fabril da Rommannel, em Cotia (SP).

Porém, após diversas investidas - inclusive, reforçadas com o envio de Ofício para HStern, com solicitação formal sob a supervisão da orientadora, Profa. Dra. Renata Pitombo Cidreira - a autora infelizmente não teve sucesso. A HStern justificou através da assessora Juliana Lozano (Departamento de Comunicação): “Sr. Roberto nem a Alix estão disponíveis para entrevistas. E no momento também não temos nenhum outro porta-voz que possa atendê-la. Sinto muito não poder ajudar. Sorte com a pesquisa”. Já a Rommannel não passou uma posição definitiva até o fechamento da tese. A última comunicação formal - enviada à assessora que atende a conta Rommannel, Samantha Dias (Helena Augusta Assessoria em Comunicação), em 17 de novembro de 2022 - ficou sem resposta até então.

Simultaneamente, intensificaram-se as pesquisas online, principalmente na rede social digital Instagram (IG) das duas marcas: @hsternofficial e @rommannel. Foi necessariamente nesse momento, que coincide com a pandemia do coronavírus, que a autora desta tese decidiu criar, em 16 de maio de 2020, um perfil no Instagram dedicado à pesquisa. A intenção era realizar uma observação direcionada para o segmento joalheiro, em um período de conexões praticamente restritas ao virtual, tentando driblar os filtros impostos pelos algoritmos quando se tem contas pessoais nessas plataformas. Assim como, proporcionar um espaço de visibilidade e acessibilidade aos estudos diante da crise sanitária mundial, que impactou consideravelmente o cotidiano das pessoas.

Com essa proposta de uma conexão extensiva com o ambiente digital, surgiu o perfil @sentidosdasjoias, onde todos os conteúdos são pensados e veiculados pela pesquisadora. O perfil serviu ainda como espaço de exercício, explorando os recursos da

rede social através dos “destaques” segmentados com as cinco propriedades sustentadas nesta tese como inerentes à noção de joia: *raridade*, *perenidade*, *brilho*, *visualidade* e *inutilidade útil* - esta última, em especial, se apresenta neste estudo de forma propositiva. O perfil @sentidosdasjoias segue sendo alimentado e alcançou um público fiel e atento aos conteúdos veiculados.

Tais considerações estruturais são essenciais, porém, vale reforçar que esta pesquisa tem como objetivo contemplar a dinâmica da aparência, da criação e do consumo na concepção das joias inscritas no contemporâneo, através da análise das joalherias brasileiras HStern e Rommannel, entendendo como estas marcas de joias, inteiras em metais preciosos, banhadas e folheadas, respectivamente, associam nos seus produtos *visualidade*, *forma* e *consumo*; e mais, uma consciência transcendente deste adorno capaz de expandir ao máximo a personalidade das pessoas. Concebe-se, assim, a joia como potência sociocultural constitutiva de sentidos, adorno que enaltece a personalidade do sujeito, despertando no outro atenção, agrado e reconhecimento.

Portanto, foram privilegiados três momentos nesta tese, cada um deles subdividido em capítulos: Parte I - Aquele brilho que reluz o “pavonear-se”: corpo, aparência, adorno e ornamento na conformação do ser; Parte II - Corpo, joia e afeto: o lugar da joia nos universos feminino e transcendente; Parte III - O ser joia no tempo da leveza: novos valores.

Na **Parte I - Aquele brilho que reluz o “pavonear-se”: corpo, aparência, adorno e ornamento na conformação do ser**, são privilegiadas as interfaces entre corpo, aparência, adorno e ornamento ao entendimento da joia como objeto corporal enérgico à ampliação do “eu”. Para tanto, é traçada uma reflexão sobre a aparência como agente cultural de sentidos à conformação do sujeito em sociedade. As abordagens estão subdivididas em quatro capítulos. No **Capítulo 01 - A aparência como composição antropológica**, são traçados os fluxos históricos e culturais que asseguram à *materialidade* um lugar vigoroso na configuração do adorno joia, corporalizada, por sua vez, aos traços defendidos da *raridade*, *perenidade*, *brilho*, *visualidade* e, como apontado, a *inutilidade útil*, proposição lançada nesta tese como uma das particularidades da joia. São apresentadas algumas rupturas significativas que, de alguma forma, colocaram em xeque as dimensões tangíveis e intangíveis na joalheria. A capacidade dualista de igualização e diversidade das joias é associada às ideias de pertencimento, distinção, proteção, sedução, afetividade e comunicabilidade.

**O Capítulo 2 - O sentido e a potência do adorno no arranjo do corpo social** expõe os fundamentos teóricos imprescindíveis para dois conceitos caros à pesquisa: “Adorno” como um campo de batalha do “ser-para-si e do ser-para-outros” (SIMMEL, 2014); e “sentido” como algo instituído a partir das experiências do sujeito e suas relações intersubjetivas (VALVERDE, 2017). As dimensões abordadas são destacadas a partir do elo do adorno com o corpo (MERLEAU-PONTY, 2004); este entendido como caminho constante e potente de “experimentar-se a si mesmo” (VIGARELLO, 2016, p. 22). Além de realçar a vocação de independência, permanência, imortalidade das joias, a partir das meditações de Stallybrass (2016). Ao assumir as joias como adornos máximos à irradiação do ser humano, a autora se dedica a uma demarcação argumentativa das qualidades consideradas irrevogáveis à concepção da joia como fenômeno sociocultural carregado de sentidos. Com apoio dos pensamentos de Simmel (2008) e Dewey (2010), em conexão com as reflexões de Huxley (2015), Pires (2017), Ordine (2016), Appadurai (2008) e Campos (2011), são desenvolvidos argumentos que sinalizam para uma materialidade da joia entrelaçada à raridade, à perenidade, ao brilho e à visualidade dos metais, das pedras, gemas orgânicas e outros objetos também cintilantes.

No **Capítulo 3 - Joia: enlace inelutável entre ornamento e adorno, ornamental e decorativo**, empreende-se uma ousada, porém imprescindível, tentativa de diferenciação entre as concepções de ornamento e adorno, decoração (decorativo) e ornamentação (ornamental). As discussões foram fomentadas durante as aulas da disciplina optativa Ornamento, Arte e Estilo, ministrada pelo Prof. Dr. Luiz Freire, e cursada por esta pesquisadora na Escola de Belas Artes (UFBA). Com a ajuda particular de autores como Gombrich (2012) e Paiva (1999), a autora sublinha o protagonismo do ornamento na composição da joia, partindo dos estudos sobre o sentido da ordem que deriva de uma teoria da percepção vista a partir de um trabalho ativo da pessoa por meio da experiência. Além disso, investiu-se em um exercício prático-reflexivo com o intento de elucidar de uma maneira mais assertiva as diferenças sutis que envolvem as interseções entre ornamento e adorno, decoração e ornamentação. Foi, então, trilhado um caminho que envolveu pesquisa e desenvolvimento a partir da serpente como ornamento, ofídio que envolve construções imaginárias (DURAND, 2012) reconhecidas ao longo da história humana. A vivência prática descrita pela autora foi motivada pelo intenso na compreensão da dinâmica formativa à idealização, concepção do adorno joia, de uma forma livre, autônoma, sem conhecimento técnico especializado. Como resultado projetual, a joia – o bracelete Luar do Sertão – é apresentada finalizada nesta tese como

imagem 3D em versão modelada e renderizada, com o apoio de Sarah Huber e do designer e ilustrador 3D, Gustavo Schinner.

Por fim, o **Capítulo 4 - A inutilidade útil das joias** é dedicado às experiências que despertam sentimentos do belo e sublime nas joias, através do esplendor das formas, da vitalidade e pluralidade tão próprias nas ambiências moventes de “estar-junto” (MAFFESOLI, 2010) do “contemporâneo” (AGAMBEN, 2009). Propõe-se, desse modo, uma sensibilidade barroca (“Nova Barroquização do mundo”) que aponta à uma configuração de uma *poética hi-lo* à joalheria, progressivamente assumida no decorrer da pesquisa, sustentada em uma *inutilidade útil*, característica que amplia a presença e a comunicabilidade dos sujeitos no mundo. Os adornos são absorvidos, pois, como extensões ativas do corpo que acrescem a individualidade graças às atenções sensorial e emocional despertadas.

A **Parte II - Corpo, joia e afeto: o lugar da joia nos universos feminino e transcendente** esboça os elos entre o corpo, a joia e as afetividades. Essa segunda parte da pesquisa contempla os capítulos 5, 6 e 7. No **Capítulo 5 - A dimensão sensível das joias no contexto da experiência**, a perspectiva compreensiva se desenvolverá a partir de Merleau-Ponty (2018), apreendendo o corpo como textura para a joia na dinâmica da *composição da aparência*. São empreendidas meditações sobre a corporeidade humana como fenômeno social e cultural, partindo da sociologia do corpo de David Le Breton (2007). Os pensamentos de Le Breton se expandem às aproximações histórias entre corpo e joia evidenciadas por Ana Paula de Campos (2021) através de três momentos, essencialmente: *o corpo poroso*; *o corpo fechado*; e *o corpo inacabado*. As conexões das joias com o imaterial são delineadas no **Capítulo 6 - O sagrado e as joias: um elo com o tempo “encantado”**, recorrendo, em especial, a uma poética da joalheria barroca brasileira, que se revela no imaginário afro-brasileiro através da incalculável coleção de adornos pessoais com apelo às esferas mágicas e sagradas. Lança-se um olhar singular à Bahia e, em especial, às joias de crioulas por influência da *composição da aparência* da Irmandade da Boa Morte, no Recôncavo Baiano. As meditações são traçadas por intervenção de Bourdieu (2007), Merleau-Ponty (2004), Chauí (2000), Aragão (2003), Pires (2016), Factum (2019), Lody (2001 e 2015), Agostini (2011), Untracht (2008), Cidreira (2015), Silva (2005a). A passagem ainda incorpora um relato da pesquisadora que teve a oportunidade de vivenciar e partilhar nesta tese o ritual de ornamentação da Irmã da Boa Morte, Dona Ebomi Nice, no Dia de Glória, na histórica festa da Irmandade da Boa Morte, em Cachoeira (BA).

O **Capítulo 7 - Joia como adorno mediador de presença e afetividades** sublinha a joia como potência da imaginação e do imaginário na constituição da memória, com a auxílio das ideias de Halbwachs (1990), Sartre (1996), Durand (1988), Stallybrass (2016), Kopytoff (2008), Morais (2014), Passos (2017), Silva (2011b). Para além da visualidade, as joias são vistas como artificios figurativos que corporificam ausências. Reforça-se, nesse momento, a condição desses adornos de exibirem conexões intersubjetivas que envolvem experiências totalizantes. Estas proposições são destacadas a partir das joias de afeto, em particular, as joias de luto, por espelharem emoções, sensações e desejos que envolvem as tentativas das pessoas de perenizarem presenças. Uma imersão no acervo de joias do Museu Carlos Costa Pinto contribuiu consideravelmente para as observações, fazendo um contraponto entre a influência europeia e africana na conformação de uma joalheria propriamente brasileira. Ainda no Capítulo 7, são apontadas inquietações que constituem, além do mais, a natureza contraditória das joias por estarem, ao mesmo tempo, emaranhadas às disputas de poder, ganância, corrupção, inveja, dor, sofrimento. Para dar conta desta discussão tão evidente na atual condição revolucionária estética da leveza (LIPOVETSKY, 2016), a significância visual do ouro, ao exibir o prestígio do adorno como meio de realce da personalidade, é despertada a fim entender a permanência valorativa deste metal precioso, além das pedras preciosas, no campo de interação entre os indivíduos de determinados grupos sociais, econômicos e culturais na sociedade contemporânea. As considerações se voltam para o universo de disputa do garimpo. Um trabalho custoso, doloroso que seduz e atrai um grande número de pessoas, sobretudo nos dias de hoje, na esperança de mudar de vida valendo-se da exploração mineral regulamentada ou irregular.

Na **Parte III - O ser joia no tempo da leveza: novos valores**, parte-se dos elos estabelecidos entre as joias e as movências fashionistas, que constituem o “império do efêmero” na contemporaneidade, conforme pensamentos de Lipovetsky (1989). O **Capítulo 8 - As joias e as movências fashionistas** se volta, particularmente, para as reflexões de Lipovetsky (2016) a condição de dualista de imitação e diferenciação da moda, a leveza e o feminino, a fim de afirmar as joias como marcadores de um corpo aberto (CAMPOS, 2021). As reflexões continuam a partir de um olhar aos novos modos de formar e eternizar, entrelaçados ao lugar das joias no universo feminino. Propõem-se, então, uma problematização da ideia de feminilidade que assinalam para a leveza como um imperativo estético feminino (LIPOVETSKY, 2016). Dentre os autores, seguem sendo abordados os pensamentos de Simmel e Vigarello, articulados com proposições feministas apresentadas por nomes como Akotirene (2019) e Adichie (2014). Ao final,

são tecidas contemplações específicas sobre a HStern e Rommannel sobre a prerrogativa do que a pesquisadora denomina como uma *perenidade mundana* e seu vínculo com uma materialidade convergente às movências fashionistas.

O **Capítulo 9 - Possíveis enquadramentos para uma *poética hi-lo* na joalheria da contemporaneidade** aborda uma questão ímpar para a materialidade na contemporaneidade: o urgente acolhimento de um senso de responsabilidade ético-ambiental às joias. Para tanto, são anunciados alguns processos formativos a partir de uma gestão ecológica e social, que miram as aplicações em uma fiscalização no processo de extração dos metais e pedras preciosos, na rastreabilidade, reuso e reciclagem desses materiais naturais finitos, além dos investimentos nas biojoias (BENATTI, 2013) e na reconfiguração de materiais avariados (BOROTTI, 2022). Nesse momento, torna-se imprescindível uma meditação particularizada sobre a HStern, que tem hoje, aos quase 80 anos, sua imagem atravessada por um rasgo crítico e permanente diante do envolvimento da grife de joias nacional em um dos maiores esquemas de corrupção e lavagem de dinheiro do Brasil.

Ao final, o **Capítulo 10 - Novos contornos à materialidade: uma joalheria amplificada** se empenha em expor alguns argumentos sobre a materialidade, que se apresenta paradoxalmente em associação a imaterialidade (MILLER, 2013b). A condição trágica da cultura de Simmel (2005) é acionada, assim como Mauss (2003) e seu sistema de dádiva ao pôr em relevo a materialidade para além do utilitarismo. Nesse contexto, proposições da tese apontam para uma apreciação de uma *joalheria amplificada* articulada e construída obstinadamente pela raridade, perenidade, brilho, visualidade e *inutilidade útil*. Aqui, a autora ainda se atreve a abordar argumentações incipientes que demonstram um afastamento entre a joia e a bijuteria. A inquietação se estende às meditações seguintes sobre as interações da joia com a experimentação artística, com base em Besten (2011), Ana Paula de Campos (2022 e 2011), Pareyson (1993), Cidreira (2013). O último ponto promove uma discussão sobre a competência da joia em provocar uma encenação de si a partir dos gestos e performatividade corporal. Recorre-se a Le Breton (2003), Goffman (1985) e Cidreira (2003) para discorrer sobre as habilidades expressiva e interativa do corpo, que conquistam nos dias de hoje novos contornos com as redes sociais digitais.

**PARTE I - AQUELE BRILHO QUE RELUZ O “PAVONEAR-SE”: CORPO,  
APARÊNCIA, ADORNO E ORNAMENTO NA CONFORMAÇÃO DO SER**

“Doutor mestre pensamento”  
me disse um dia: – Você  
Camilo, vá visitar  
o país “São Saruê”  
pois é o lugar melhor  
que neste mundo se vê (...).  
Tudo lá é festa e harmonia  
amor, paz, benquerer, felicidade  
descanso, sossego e amizade  
prazer, tranqüilidade e alegria:  
na véspera de eu sair aquele dia  
um discurso poético, lá eu fiz,  
me deram a mandado de um juiz  
um anel de brilhante e de “rubim”  
no qual um letrado diz assim:  
é feliz quem visita este país (...).

*(Viagem a “São Saruê” – Manuel Camilo dos Santos)*

## 1.A APARÊNCIA COMO COMPOSIÇÃO ANTROPOLÓGICA

### 1.1 A materialidade na essência do valor da joia

No interior da relação entre cultura, estética, design<sup>2</sup> e moda, lança-se um olhar compreensivo para a noção de *joia*, objeto cultural que vem sofrendo nas últimas décadas mudanças no seu exercício criativo, assim como nos seus modos de uso à *composição da aparência*. Ao vislumbrar tal noção, o estudo pretende assimilar a dinâmica da aparência, da criação e do consumo na concepção das joias inscritas no contemporâneo, através da análise das joalherias brasileiras HStern e Rommannel, entendendo como estas marcas de joias, inteiras em metais preciosos, banhadas e folheadas, respectivamente, associam nos seus produtos *visualidade, forma e consumo*. Concebe-se, assim, a joia como potência sociocultural constitutiva de sentidos, adorno que enaltece a personalidade do sujeito, despertando no outro atenção, agrado e reconhecimento.

A partir dessas proposições, projeta-se neste tópico uma reflexão substancial sobre a aparência como agente cultural de sentidos à conformação do sujeito em sociedade. Inicia-se, deste modo, a tentativa de trilhar um caminho que conduza a um conhecimento mais assertivo do setor das joias diante dos enérgicos movimentos característicos do sistema de moda, em uma sociedade de consumo<sup>3</sup> apoiada, sobretudo, por necessidades, desejos e emoções, ou melhor, por critérios cada vez mais intersubjetivos, a partir da relação eu, o outro, as coisas e o mundo.

Conforme salientado por Marlon Mercaldi, na sua pesquisa *Joia contemporânea: relações entre o adorno e o corpo* (2016, p. 11), “a definição do objeto joia, até a segunda

---

<sup>2</sup> É importante sublinhar o conceito de design a partir de Rafael Cardoso, em *Design, cultura material e o fetichismo dos objetos* (1998), como sendo uma entre diversas atividades projetuais, tais quais as artes, o artesanato, a arquitetura e a engenharia e outras, que visam dar existência concreta e autônoma a ideias abstratas e subjetivas. A partir das reflexões da autora desta tese em sua dissertação de Mestrado (VIEIRA, 2017), o valor do design é percebido como um eixo central para a criação de artefatos (cultura material, objetos produzidos pelo trabalho humano) a partir do seu diálogo entre concepção e formação; design como ato de investir os objetos de sentidos que não lhes são inerentes. Cardoso (1998) sugere que o design se caracteriza principalmente como um exercício de processos mentais (artifício/engenho), podendo aparentar-se ao fetichismo por forjar uma ligação entre o imaterial e o material sem passar necessariamente pela feitura. O design aplicado à moda está intrinsecamente implicado neste diálogo que vai além da utilidade das roupas e acessórios. Segundo Cardoso (1998, p. 35), não seria, então, necessariamente função do designer “atribuir ao objeto aquilo que ele já possui, aquilo que já faz parte (*in haerere*) da sua natureza, mas de enriquecê-lo”.

<sup>3</sup> Utiliza-se aqui a noção de *sociedade de consumo* proposta por Jean Baudrillard, em *Sociedade de Consumo* (1991, p. 24). Segundo ele, a universalidade do *fait divers* na comunicação de massa caracteriza essa sociedade apoiada, por sua vez, no consumo de signo ou *commodity sign*. “Culturaliza-se ao mesmo tempo, a mercadoria (vestuário, especiarias, restaurantes, etc.), culturaliza-se igualmente, porque surge transformada em substância lúdica e distintiva, em acessório de luxo, em elemento no meio de outros elementos da panóplia geral dos bens de consumo (BAUDRILLARD, 1991, p. 18).

metade do século XIX, não era complexa, difícil e artilosa como nos dias de hoje, já que estava atrelada ao valor implícito relacionado ao material no qual era produzida”. Com a Revolução Industrial, os adornos dos novos empresários e industriais ricos rivalizavam com as joias usadas e apreciadas pela aristocracia. Almejava-se por novas formas de expressão e, conseqüentemente, por novas joias que contemplassem essa disputa social.

As joias, então, começaram a ser produzidas industrialmente com materiais mais baratos. “Dessa maneira, foram sucumbindo gradualmente às normas da moda e se tornaram menos vinculadas a ocasiões especiais e a seu uso formal obrigatório” afirma o autor (2016, p. 81). O pesquisador sublinha a crítica à preciosidade como sendo uma das principais questões atuais por desafiar a ideia de que o valor da joia estaria atrelado ao material no qual é produzida. De acordo com Mercaldi (2016), há uma liberação das joias para experimentação artística e questões simbólicas, que resultam em um engajamento maior com a sociedade e uma nova consciência do usuário e suas relações com o corpo.

Pode-se considerar que, até pregressos do século XIX, esse valor tangível estava enlaçado, principalmente, às gemas<sup>4</sup> e aos metais considerados preciosos; consequência da aderência, ao longo da história, do conceito de joia à materialidade vinculada às características como, raridade, perenidade, esplendor e beleza. Porém, o vigor dessa materialidade - que ultrapassa a pré-história e a história humana e vem persistindo mesmo diante das rupturas modernas e contemporâneas - só é legitimado a partir da capacidade da joia incorporar sentidos associados à autoconfiança e ao poder diante das disputas que envolvem diferenciação, pertencimento, proteção, sedução e afetividade.

Deste modo, a função da joalheria somente pode ser definida se estiver alicerçada nesses significados que a joia acrescenta à pessoa que a usa para seu próprio benefício ou propósito, conforme aponta a historiadora de arte holandesa Liesbeth den Besten, em *On jewellery: a compendium of international art jewellery* (2011, p. 11, tradução nossa): “As joias são complementares aos seres humanos; sem o homem, as joias servem apenas

---

<sup>4</sup> As gemas são materiais naturais inorgânicos, orgânicos e biogênicos, que podem conter características como inclusões, deslocamentos ou irregularidades, que têm a capacidade de auxiliar no entendimento da origem do depósito desses materiais e, também, na identificação dos mesmos. Existem, por exemplo, inclusões minerais mais recentes do que o próprio material hospedeiro. De modo geral, as inclusões das gemas são desvalorizadoras entre os designers de joias e joalheiros, pois influem, principalmente, na claridade, uma das quatro principais características de classificação da gema, além dos fenômenos ópticos e da resistência mecânica. Contudo, algumas inclusões minerais estão entre as mais apreciadas, como o efeito olho de gato (SCHUMANN, 2005). Há também, na contemporaneidade, um movimento empreendido por alguns designers de joias em direção à joalheria responsável, que reconhecem a raridade, finitude e beleza desses materiais naturais, procurando dar protagonismo a tais inclusões no desenvolvimento de suas peças.

parcialmente a sua função”<sup>5</sup>. Uma finalidade múltipla e intrincada o bastante se comparada a outros objetos das artes, do artesanato, do design, dentre eles, carros, adornos e utensílios para a casa. As joias, para a autora, estão relacionadas às pessoas mais do que qualquer outro objeto e, entretanto, elas são normalmente negligenciadas a aspectos meramente adicionais. Isso ocorre uma vez que as atribuições vinculadas a esses adornos não são óbvias. Por essa razão, Besten (2011) acredita que é imprescindível realizar uma categorização a fim de contribuir para o entendimento das joias e seus compromissos com o decorar, o embelezar e seus significados.

Segundo ela, no domínio público e privado, as funções da joalheria estariam, assim, em seus significados: social e religioso; econômico; ornamental; sentimental ou memorial (memória); mágico; e simbólico (relacionada a uma inutilidade inerente ligada ao corpo como expressão de uma situação e identidade social). “Uma joia é um daqueles artefatos pequenos e íntimos, completamente adequados para lembrar uma pessoa ou um momento importante da vida”, afirma Besten (2011, p. 13, tradução nossa)<sup>6</sup>. Memórias estas que podem e devem ser compartilhadas com o outro, posto que essas acepções são reconhecidas, de uma forma geral, pelas pessoas que estão interrelacionadas com esse sujeito.

Eliana Gola, em *A Joia: história e design* (2008, p.24) ademais destaca que, desde a época pré-histórica, alguns utensílios carregam consigo um sentido ampliado, que não está relacionado apenas ao adornar-se; visto que, desde então, tinham outros valores atribuídos a comportamentos de conexão e/ou fragmentação à formação da aparência em uma comunidade. Dentre os muitos aspectos, por exemplo, pode-se elencar a função de mérito do adorno para um bom caçador e provedor, representado como um troféu por sua coragem e determinação dentro de uma comunidade.

As primeiras manifestações da humanidade em relação ao adorno de uso pessoal regressam ao período pré-histórico Paleolítico (Pedra Lascada), há aproximadamente 35 mil a.C.. Os achados arqueológicos revelam adornos feitos com e em elementos naturais, como conchas, ossos, presas de animais, minerais supostamente amarrados com tiras de couro ou fibra vegetal. Os materiais para a elaboração desses prováveis adornos pessoais eram, certamente, recolhidos durante os deslocamentos nômades que eram praticados constantemente por esses povos. As pesquisas apontam que se colecionava “todo tipo de

---

<sup>5</sup> “Jewellery is supplementary to humans; without man, jewellery only partially serves its adds function”.

<sup>6</sup> “A piece of jewellery is one of those small and intimate artefacts completely suited to remind one of a person or an important moment in life”.

material *estranho, raro e brilhante*” (GOLA, 2008, p. 27, grifos nossos) que se encontrava, dentre eles, pedaços de cristal-de-rocha, pedras como jade e gemas orgânicas como o coral.

Todos esses achados dão indícios da incipiência da técnica de produzir adornos e, também, dos valores a eles atribuídos. Ao que parece, foi a necessidade de adornar-se do homem – que, em matéria de aparência, se compararmos a espécies mais vistosas, é dotado de poucos atributos -, para igualar-se aos mais “belos” (o que quer que isso signifique), diferenciando-se de seus semelhantes (e qualificando-se perante eles), que o levou a incluir os aviamentos – e entre eles os objetos de ourivesaria e de joalheria – como uma das mais antigas formas de arte, concomitante à pintura, que, também, de início, era um ‘aviamento’. (GOLA, 2008, p. 24).

Figura 2 – Adornos pré-históricos: osso furado para uso como possível pendente; peças reputadas como joias; e modelo de adorno esculpido, respectivamente da esquerda para a direita.

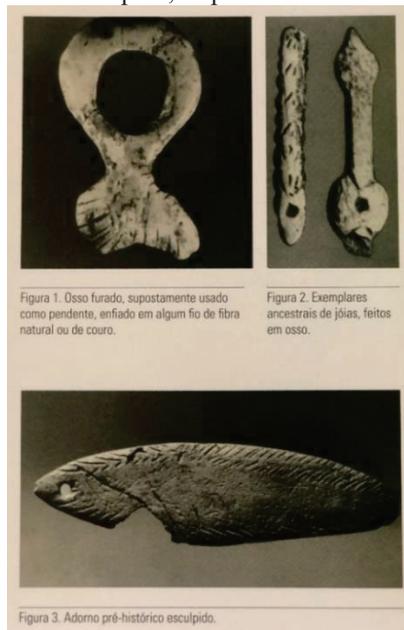


Figura 1. Osso furado, supostamente usado como pendente, enfiado em algum fio de fibra natural ou de couro.

Figura 2. Exemplos ancestrais de jóias, feitos em osso.

Figura 3. Adorno pré-histórico esculpido.

Fonte: Gola (2008)

Sucessivamente, novos materiais passaram a ser empregados na fabricação de armas, utensílios e adornos pessoais, destacando-se de modo contínuo a preferência por aqueles mais excepcionais, escassos e resistentes; assim como, para os arranjos, eram privilegiadas formas mais complexas e elaboradas. Na pré-história, período Neolítico (cerca de 7000 a.C. a 2500 a.C.), predominaram substâncias mais maleáveis, como o alabastro<sup>7</sup>, além de pedras como a ametista, o quartzo, a jadeíta, as gemas orgânicas coral e âmbar, e, àquela altura, também os metais cobre e o ouro<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> Mineral macio frequentemente utilizado para esculpir. É referenciado a dois minerais distintos: gesso (sulfato hidratado de cálcio) e calcite (carbonato de cálcio).

<sup>8</sup> Na pré-história, a humanidade já tinha contato com o ouro na natureza, sobretudo no estado de pepita (grão ou fragmento de metal nativo).

Entre as primeiras civilizações, os sumérios<sup>9</sup> (mesopotâmicos originários da Pérsia, hoje Irã), um dos povos mais importantes da antiguidade, costumavam recorrer aos minerais e pedras a fim de prever o futuro e melhorar, assim, as colheitas. Naquele tempo, o cultivo de cereais, como trigo e cevada, já era uma atividade. Os sábios dessa civilização utilizavam os minerais como principal elo entre o plano terrestre e o Universo. Tentavam desvendar os mistérios entre esses dois planos através da observação das estrelas, fazendo associações entre as cores das pedras com o colorido percebido no céu. Criaram, deste modo, laços místicos entre o sujeito e a natureza (GOLA, 2008), cujas considerações acerca do Universo contribuíram notadamente para o desenvolvimento da astronomia.

Figura 3– Adorno de cabeça e par de brincos encontrados junto ao corpo da Rainha Puabi. Da esquerda para a direita, é possível ver detalhes do rico trabalho de joalheria do cocar feito em ouro, prata, lápis-lazúli e cornalina.



Fonte: Penn Museum, (<https://www.penn.museum/blog/collection/125th-anniversary-object-of-the-day/queen-puabis-headdress-object-of-the-day-70/>), 2020

Nos túmulos sumérios, eram encontrados braceletes, brincos, peitorais, colares, pendentes em ouro depositados para os homens; já para as mulheres eram conservados anéis, diademas<sup>10</sup> e outros adornos de cabeça, brincos e braceletes em ouro e pedras. Precisamente na cidade bíblica de Ur, no Cemitério Real, foram descobertos junto ao corpo da Rainha Puabi, um dos mais opulentos adornos pessoais entre as primeiras civilizações. Uma espécie de cocar (**Figura 3**) composto por vinte folhas de ouro combinadas com

<sup>9</sup> Os sumérios chegaram ao sul da região dos rios Tigre e Eufrates no período entre 6 500 a.C. e 1 940 a.C., e fundaram cidades-Estados, como a bíblica Ur. Desenvolveram uma das primeiras formas de escrita, a cuneiforme sobre placas de argila.

<sup>10</sup> Diadema é uma joia usada na cabeça, que simbolicamente é distintiva e, por isso, bastante utilizada pela realeza e por noivas em seus casamentos.

pedras lápis-lazúli e cornalina, detalhes em ouro e um pouco de prata, além de um pente grande e um par de brincos em ouro. Segundo Gola (2008), lápis-lazúli e cornalina eram as pedras favoritas do começo da joalheria oriental.

A maioria dos joalheiros desse período da antiguidade<sup>11</sup> estava ligada a algum templo. Nestes lugares, controlados por sacerdotes, a sociedade era planejada e a produção agrícola era administrada. Os sacerdotes controlavam, sobretudo, a circulação de ouro, prata e pedras vistas como de grande valor. Porém, é significativo perceber que os registros arqueológicos sugerem a existência de sinais de resistência e luta entrelaçados aos modos sociais, políticos, econômicos e culturais à época, que podem, por sua vez, ser evidenciados no túmulo da Rainha Puabi.

De acordo com informações do Penn Museum (2020), que detém a peça entre suas coleções de objetos, em um dos três selos cilíndricos com os quais a Rainha foi enterrada, existem dois sinais cuneiformes onde se lê “Puabi”: “Durante a era da Rainha Puabi, a maioria dos selos cilíndricos das mulheres dizia ‘esposa de \_\_\_’. O fato de não haver menção ao marido da Rainha Puabi nos diz que ela pode ter sido uma rainha por si mesma” (PENN MUSEUM, 2020).

Como observado, a materialidade da joia entrelaçada à *raridade*, à *perenidade*, ao *brilho* e à *visualidade* dos metais, das pedras, gemas orgânicas e outros objetos também cintilantes se manifestam com potência desde as primeiras civilizações. À vista dessas percepções iniciais, seria legítimo arriscar, desde esses primeiros apontamentos deste estudo, que a joia para ser revelada como adorno cultural deve estar corporalizada a esses contornos. Assim sendo, é convincente acentuar que essas peculiaridades serão invocadas continuamente ao decorrer dos pensamentos aqui propostos na tentativa de explorar o processo criativo da joia inscrita no contemporâneo.

Entre os egípcios, considerados um dos povos mais hábeis quando se pensa nas suas produções histórica, artística e cultural, tais condições impostas ao conhecimento da joia são vivamente notáveis. Entre 3000 a.C. e 2500 a.C., os egípcios se constituíram através de suas crenças e instituições e perpetuaram seus conhecimentos da escrita, documentados em grandiosos túmulos e no Livro dos Mortos<sup>12</sup>. Para esse povo, o ouro representava o poder

---

<sup>11</sup> Em grande parte dos relatos históricos, é considerado como o período entre o fim do Neolítico e a queda do Império Romano do Ocidente, em 476 d. C.

<sup>12</sup> Considerados por muitos o primeiro livro da humanidade, o Livro dos Mortos se trata de uma coletânea de textos produzidos em rolos de papiro, compostos por ornamentos tipográficos (espécie de vinhetas). Nela, eram registrados rituais e feitiços relacionados à morte, que serviam como uma espécie de orientação para se alcançar o Reino de Osíris (principal divindade cultuada pelos egípcios). Evidencia-se no livro a crença dos egípcios na imortalidade, na vida em um mundo espiritual, assim como na reencarnação. Uma coleção de papiros pode ser vista no Museu Britânico, em Londres.

do Sol – a divindade máxima (e, para o faraó Akhenaton, única) do mundo dos vivos. Para eles, as gemas lápis-lazúli e cornalina<sup>13</sup> e a turquesa, significavam o céu, a terra e o mar, respectivamente (GOLA, 2008).

Os achados arqueológicos, principalmente em tumbas, apontam a opulência da joalheria egípcia. Muitos exemplares podem ser conhecidos em grandes acervos no mundo, como no Museu Britânico (Londres), Museu das Jóias da Família Real do Egito (Alexandria) e Museu Egípcio de Antiguidades (Cairo). Neste último, encontra-se a famosa máscara funerária de Tutancâmon (*Tutankhamun*), relíquia do Egito Antigo. O tesouro apontado como pertencente ao faraó Tutancâmon, descoberto pelo arqueólogo britânico Howard Carter no Vale dos Reis (Luxor, Alto Egito), é a mais prestigiosa coleção do Museu Egípcio de Antiguidades do Cairo. Além da máscara funerária, a coleção compreende quatro grandes túmulos de madeira dourados, as joias do faraó e três grandes camas de velório.

Quando o arqueólogo Howard Carter abriu o caixão de ouro maciço de Tutancâmon em 1923, ele levantou a tampa da cultura dos antigos egípcios, que remonta a 5000 a.C. As câmaras funerárias egípcias estavam mergulhadas em ouro, em homenagem aos deuses, e as joias eram colocadas sobre os corpos dos mortos, e tinham geralmente a forma de um *Wedjat* - um olho simbólico do deus Horus - e de animais que carregavam simbolismos religiosos. (MILLER, 2016a, p. 178, tradução nossa)<sup>14</sup>

Paralelamente a grandiosidade das joias faraônicas, ressalta-se ainda, através de Gola (2008), que entre os egípcios havia uma profusão de joias mais habituais, como os sinetes<sup>15</sup> e anéis de sinetes cuja ornamentação variada representava uma diversidade de temas, como o besouro escaravelho - símbolo da ressurreição e renascimento do sol para esses povos.

Na **Figura 4**, um anel escaravelho em ouro amarelo, do século IV a. C., de origem grega. A joia pertence ao acervo do Museu de Joias Pforzheim, na Alemanha e ilustra a influência da arte egípcia nas criações dos artesãos no período clássico da Grécia Antiga, além de representar uma época em que a região da Turquia fazia parte do Império Persa.

<sup>13</sup> Conforme sublinhado anteriormente, a lápis-lazúli e cornalina também estavam entre os materiais mais valiosos entre os povos sumérios, principalmente, a partir de uma associação com um mundo místico, espiritualizado.

<sup>14</sup> “When archaeologist Howard Carter opened the solid gold coffin of Tutankhamun in 1923, he lifted the lid on the culture of the ancient Egyptians, which dates back as far as 5000 BCE. Egyptian royal burial chambers were steeped in gold, in honour of the gods, and jewellery was placed on the bodies of the dead. Jewels often took the form of a *Wedjat* – a symbolic Eye of the god Horus – and animals that had religious symbolism”.

<sup>15</sup> Espécie de selo impresso como assinatura, monograma ou divisa gravada em alta ou baixo-relevo.

Figura 4– Anel escaravelho, do século IV a. C., de origem grega. Fotografia: Petra Jäschke.



Fonte: Google Arts & Culture, (<https://artsandculture.google.com/asset/scarab-ring/fAHd3moB8JiDTw>), (2020).

Percebe-se, singularmente, nas civilizações antigas, que a autodefesa e a necessidade de proteção eram, sem dúvida, decisivas nos modos de viver em sociedade e, conseqüentemente, nos cuidados vitais para a sobrevivência. Essa consciência, tanto da ordem do real (armaduras, peles de animais para se proteger do frio) quanto da ordem imaginária (adornos pessoais e amuletos), foram decisivas à configuração da humanidade e ao seu modo de aparecer.

Figura 5– Exemplares da exuberante joalheria egípcia, na obra *Jewel: a celebration of earth's treasures*, de Judith Miller. Dentre eles, máscara funerária de Tutancâmon e um peitoral de escaravelho, em ouro, lápis-lazúli, cornalina e turquesa.



Fonte: MILLER, Judith. *Jewel: a celebration of earth's treasures*. Londres: Editora Dorling Kindersley Limited, 2016a, p. 178)

## 1.2. Um novo lugar para a joia: rupturas nas dimensões tangíveis e incorpóreas da joalheria

Conforme aponta Daniel Roche, em *A cultura das aparências: Uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII)* (2007, p. 51), “a leitura da diferenciação indumentária revela uma história das aquisições individuais, sexuais e sociais”. As roupas e os adornos são, assim, “uma das muitas maneiras pelas quais o corpo é modelado e controlado”, seja por uma tendência individualista para o exibicionismo, quanto para o reconhecimento por determinados grupos e comunidades.

Uma série de ritos e símbolos marcam a educação do vestir “num afastamento progressivo da natureza e da animalidade para a cultura e a humanidade” (ROCHE, 2007, p. 51). Quando a criança nasce, logo nos seus primeiros momentos de vida, são acrescidos fraldas, meias, cobertores para que ela se adapte ao novo meio. No Brasil, por exemplo, a saída da maternidade é feita por muitos pais com roupas vermelhas, simbolizando saúde e proteção. Manifestação esta que compõe uma crença popular bastante difundida nacionalmente associada a valores culturais ligados a cor vermelha por representar saúde, proteção, sorte e segurança contra energias ruins. Para as meninas, a joia aparece em primeiro plano desde os primeiros momentos de vida, quando são presenteadas com um par de brincos, normalmente feitos com pequenas pérolas ou peças em ouro amarelo.

Observa-se, particularmente, entre os séculos XVII e XX, o crescimento de um discurso de proteção do corpo permeado por uma racionalização da roupa para que uma ordem de mundo fosse transmitida. Suas noções centrais eram a de “modéstia” e “moderação” que difundiam o que seriam virtudes da ordem, do controle, da adaptação ao meio de acordo com a idade, o *status* e o sexo. Esse novo ordenamento de mundo impactou o consumo, o luxo e, imensamente, a diferenciação sexual que incorporou um novo sentido das aparências contrastantes entre homens e mulheres (ROCHE, 2007).

O século XVIII testemunhou notadamente o início de uma descontinuidade histórica expressiva. Em favor de uma aparência austera, o homem renuncia ao adorno e até mesmo à elegância, com significados ideológicos, morais e práticos. A demonstração burguesa de consumo ostentatório, porém, era continuada pelas mulheres representadas, conforme destaca Roche (2007), como vitrinas do homem, onde as joias e os adornos de uma maneira geral se tornaram protagonistas à exibição feminina. Nesse momento da história, novos códigos e modos sociais eram construídos, e os homens, que perdiam seu poder no âmbito das aparências, passam a ganhar um grande poder social, como aponta Roche (2007).

À medida que essas transformações aconteciam, a distinção ornamental - considerada essencial nas sociedades das ordens (a exemplo das monarquias do século XVII e XVIII) - passa a ser ultrapassada pela performance dominante da moda<sup>16</sup>. Participe entre o “traje fixo e o traje de moda”, o ornamental se enlaça ao contraponto entre a indumentária tradicional, que valoriza a adesão e a inovação, anunciada pela diversidade, liberdade e particularidade das escolhas.

A moda, essa deusa das aparências, torna-se, por seus caprichos, o principal motor das mudanças, denunciadas por seus detratores e elogiadas por seus partidários (...). A corte e o Estado moderno foram sem dúvida instrumentos decisivos no estabelecimento de uma civilização da moda e da condução de toda a sociedade, (...). Assim, do nexos entre as necessidades e as proibições é que se faz a cartografia dos objetos, que contam bem menos do que aquilo que simbolizam. (ROCHE, 2007, p. 55-56)

A moda se configura efetivamente como um ponto de partida para uma meditação reveladora dos significados, o que permite compreender os princípios pelos quais a sociedade se organiza. Seu progresso, impulsionado aqui pelo conjunto de mudanças históricas, culturais, sociais e políticas fomentadas, em particular, pela Revolução Industrial (séculos XVIII e XIX), passa a delinear a cultura das aparências.

A partir do fim do século XIX e início do século XX, a joalheria, como adorno aderente a uma moda consolidada e às configurações da aparência, também é repensada por parte dos joalheiros. Frente às demandas socioculturais da época, a joia se conecta à experimentação e expressão das artes, impulsionada, acima de tudo, por movimentos artísticos culturais contestatórios inclusive à lógica da Revolução Industrial e ligados ao Modernismo<sup>17</sup>, como o *Arts and Crafts* (Movimento de Artes e Ofícios)<sup>18</sup>.

<sup>16</sup> Nos séculos XVII e XVIII, a moda como sistema, com metamorfoses constantes e extravagâncias, já estava seguramente consolidada. Segundo anuncia Gilles Lipovetsky, na primeira página da sua obra *O Império do Efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas* (1989), a moda não pertence a todas as épocas. Por milênios, a vida coletiva se desenvolveu sem culto das fantasias e novidades tão características da moda. Foi exatamente a partir do fim da Idade Média (século XV) que se reconheceu uma ordem própria da moda, com sua instabilidade, temporalidade. Esse é considerado o nascimento da moda.

<sup>17</sup> O Modernismo é caracterizado por um conjunto de movimentos culturais e históricos, surgidos no fim dos séculos XIX e XX, que impactaram de forma acentuada as artes plásticas, o design, a literatura, a música, o cinema. Isto porque, nas primeiras décadas do século XX, grandes transformações na sociedade, política, economia, tecnologia e culturas impulsionaram uma série de mudanças nos modos de vida e na organização social mundo a fora. Vale destacar as lutas travadas no Brasil e no mundo por melhores condições de trabalho pela classe operária e as políticas genocidas de nacionalismo exacerbado de alguns países como Alemanha, que eclodiram na Primeira Guerra Mundial (1914-1918) e Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Ao mesmo tempo, as grandes nações europeias ainda exploravam colônias numa disputa por matérias-primas e consumidores dos seus produtos industrializados; momento também do despertar dos movimentos por independência dessas nações até então subjugadas (ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL, 2020).

<sup>18</sup> *Arts and Crafts* é um movimento estético e social inglês, liderado por William Morris, que surgiu na segunda metade do século XIX. Pintor, escritor e socialista militante, Morris tentava combinar os pensamentos de Marx às ideias de John Ruskin, artista, crítico e teórico da arte, na defesa de uma arte "feita pelo povo e para o povo", cujo objetivo é tornar o operário artista para que este consiga conferir valor estético ao trabalho apontado como desqualificado da indústria. Teóricos e artistas aderiram ao movimento que buscava revalorizar o trabalho manual e recuperar a dimensão poética dos objetos produzidos mecanicamente para uso cotidiano. A expressão "artes e ofícios" - incorporado em

O *Arts and Crafts* defendia o artesanato criativo como alternativa à mecanização e à produção em massa, fazendo uma crítica à sociedade industrial. Nesse período, buscava-se superar formas consideradas tradicionais das artes e da vida social a partir de um olhar aguçado e crítico para cada aspecto da existência, incluindo desde o comércio à filosofia.

As ideias do inglês John Ruskin, artista, crítico e teórico da arte e da sociedade, contribuíram seguramente para o surgimento das correntes *Arts and Crafts* e *Art Nouveau* (Arte Nova)<sup>19</sup>, impactando na reforma e no desenvolvimento do design industrial. Esse debate moderno provocou uma agitada repercussão sobre as relações entre arte e natureza, criação e imitação, representação e abstração, trabalho alienante e trabalho enriquecedor, fruição estética e consumo - dualismos refletidos nas expressões do ornamento.

Figura 6 - Esculturas dos baixos-relevos da porta Norte Catedral de Rouen (França), desenhadas por John Ruskin e gravada por R. P. Cuff, em 1855.



Fonte: The Victorian Web, (<http://www.victorianweb.org/painting/ruskin/drawings/7lamps14.html>), (2020)

Em *Beleza sob suspeita* (2000), o pesquisador e ceramista Gilberto Paim realça, em especial, a significância do ornamento nesse período de agitação da arte e de grandes mudanças no mundo. O ornamento - essencialmente entrelaçado e aderente às artes, à decoração, à arquitetura e ao processo criativo das joias - aparecia no centro das discussões que envolviam artesãos, artistas, arquitetos, designers, críticos, teóricos e historiadores da arte. Questionava-se no processo criativo ornamental a exploração das

---

inglês ao vocabulário crítico - deriva da Sociedade para Exposições de Artes e Ofícios, fundada em 1888 (ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL, 2020).

<sup>19</sup> O estilo artístico conhecido como *Art Nouveau* se desenvolveu entre o fim do século XIX e as primeiras décadas do século XX, principalmente até a Primeira Guerra Mundial (1914-1918). O termo tem origem na galeria parisiense *L'Art Nouveau*, inaugurada em 1895 pelo comerciante de arte e colecionador Siegfried Bing. O movimento *Arts and Crafts* está nas origens do *Art Nouveau* por atenuar as fronteiras entre belas-artes e artesanato pela valorização dos ofícios e trabalhos manuais, e pela recuperação do ideal de produção coletiva, segundo o modelo das guildas medievais (associações de profissionais formada por mestres, oficiais e aprendizes). O *Art Nouveau*, por sua vez, consegue dialogar com a produção industrial em série. Sobretudo, a partir da utilização dos novos materiais do mundo moderno, dentre eles, o ferro, o vidro e o cimento. O movimento também valorizava a lógica e a racionalidade das ciências e da engenharia, acompanhando os traços plantados pela industrialização e pelo fortalecimento da burguesia (ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL, 2020).

formas naturais, a escolha dos materiais, o tipo de trabalho envolvido na sua realização, assim como a estrutura que os recebe, a partir da qual se apresentam.

Segundo Paim (2000), o modernismo, até os dias de hoje, tem sido insistentemente caracterizado pela rejeição ao ornamento e persiste influenciando de modo transversal e obscuro os valores contemporâneos. Tais convicções modernistas de aversão ao ornamento são explicitadas sobretudo no manifesto *Ornamento e Crime* (publicado em 1910), do arquiteto austríaco Adolf Loos, o qual sublinha a condição supérflua do ornamento a partir de uma perspectiva cética e desacreditada.

No seu manifesto, Loos atacou a prática dos ornamentos, e condenou o próprio impulso que os tornava possíveis. Os objetos cotidianos e adornos pessoais estão entre seus principais alvos. À época, Loos chegou a tecer elogios, por exemplo, às conquistas na rigidez alcançada pelo vestuário masculino, além de defender uma arquitetura minimalista sob linhas retas, que pode ser atestada em suas declarações apresentadas por Paim (2000, p. 72 e 62): “É preciso que as casas modernas estejam de acordo com nossas roupas”; ou ainda “nós preferimos comer sobre um fundo branco”.

Figura 7 – Registros da exposição *Adolf Loos: Espaços privados*, que aconteceu em Madri (2018). A mostra reuniu mais de 120 móveis concebidos ou selecionados por Loos entre 1899 e 1931, num total de 218 obras (EFE.COM, 2020).



Fonte: Margarida Amaro (2018)

Ao se pensar nos adornos corporais e seus ornamentos, vale evidenciar aqui a teoria sobre a tatuagem do antropólogo criminalista Cesare Lombroso, abraçada também por Loos: o uso de tatuagens por um indivíduo revelava, de acordo com eles, sua propensão natural ao crime (PAIM, 2000). Essa abstração perversa tem efeitos até os dias de hoje, quando a tatuagem e outras práticas de modificações corporais - apesar de já ser

compreendidas, de uma forma geral, a partir de uma dinâmica da moda - são ainda persistentemente associadas a aspectos negativos e a grupos estigmatizados da sociedade. Ademais, Adolf Loos reconhecia como legítimo o impulso artístico, mas estava convencido de que, no mundo moderno, o impulso ornamental era impiedoso. O uso dos ornamentos era estrito às pessoas muito ignorantes ou equivocadas, as quais, segundo ele, estavam condenadas a viver às margens da civilização.

No entanto, em acordo com Paim (2000, p.09), evita-se na verdade uma ponderação “sobre o efeito propriamente estimulante que as restrições modernistas tiveram sobre as diversas práticas ornamentais”. Como apontado anteriormente, o empenho anti ornamental encorajou expressivamente a revitalização dos ofícios artesanais que estavam em crise com a industrialização. Contrariamente às teorias de Loos, John Ruskin, como um dos principais entusiastas da poética ornamental, contribuiu de forma decisiva para a valorização do ornamento.

Para Ruskin (*apud* PAIM, 2000, p.65), o ornamento é “capaz de preparar o homem para a percepção da beleza e da vitalidade das formas naturais”, através da força e resistência do trabalho artesanal, apoiadas na liberdade de criar e transformar padrões. Inspirados em Ruskin, muitos artistas-artesãos buscaram inspiração no dia a dia, na exaltação da natureza com suas linhas sinuosas e na diversidade dos materiais; que foram, por sua vez, primordiais justamente para o surgimento do *Art Nouveau* - um dos acontecimentos artísticos mais notáveis para o processo criativo da joia, referenciado de modo singular no trabalho do francês René Jules Lalique.

Figura 8 – Pendente para o pescoço “Princesse Lointaine”, criado entre 1898 e 1899 por Lalique. Observa-se a combinação entre técnicas de esmaltação com a cravação tradicional em pedras, tendo como base o ouro amarelo; além das linhas sinuosas e orgânicas e o colorido próprios da poética *Art Nouveau*.



Fonte: Lalique, (<https://www.lalique.com/fr/la-maison-lalique/chronologie-histoire-lalique>), (2020)

As obras de Lalique assinaram a poética *Art Nouveau* e sua estilização de formas assimétricas e orgânicas animadas pela natureza, “que não exigiam apenas o *precioso*” (GOLA, 2008, p.100, grifo do autor); explorando elementos como o esmalte, vidro associados aos metais e gemas considerados preciosos.

Esse curso de rupturas nas dimensões tangíveis e incorpóreas da joalheria continua ativo ao longo do século XX. Na década de 1990, em especial, a joalheria engajada na contemporaneidade passa então a ser percebida como uma prática reflexiva que coloca o corpo em pauta questionando seu papel “como o local natural para a joia e passa a encará-lo como um lugar problemático e móvel, aberto a uma ampla gama de possibilidades e interferências” (MERCALDI, Marlon; MOURA, Mônica, 2016, p. 55-56).

Para Besten (2011, p. 15), assim como nas artes visuais, artes aplicadas e no design, os limites da joalheria são embaçados e os artistas (criadores, designers) tomam empréstimos livremente dessas expressões criativas e artísticas. A pesquisadora aponta, em particular, as joias contemporâneas<sup>20</sup> – uma das seriações mais significativas para o segmento na atualidade – para ressaltar que tais adornos não envolvem apenas enfeites, pulseiras e miçangas, mas também fotografia, instalação, performance, vídeo e assim por diante. Sob o ponto de vista de Besten (2011), essa nova autonomia pode dar lugar a todas as emoções, inclusive nojo, horror e aversão, perversidade e provocação. As joias, como um objeto usável considerado belo e decorativo, passam então a romper esses limites e explorar também acepções de repulsa, horror, distância e imoralidade.

Joias precisam ser observadas e pesquisadas como um fenômeno, concebidas como uma obra de arte, criadas como uma peça de joalheria e percebidas como uma peça controversa que precisa de um usuário espirituoso, mas encontra seu máximo poder de expressão quando combinada com o pleno conhecimento do conceito, material e história. (BESTEN, 2011, p.15, tradução nossa)<sup>21</sup>

Concorda-se com Besten com a extensão criativa que as joias alcançaram, sobretudo durante o século XX, em particular, a partir da rubrica de “joia contemporânea/joalheria contemporânea” ou outras assinaturas que conformam o segmento. No entanto, essa considerável abertura do adorno joia e seus elos com as artes e com o simbólico estão sempre ligados a uma materialidade que em circunstância

---

<sup>20</sup> Nos estudos relacionados ao design de joias, associados a moda, cultura e as artes, não há um consenso com relação à nomenclatura “joia contemporânea”, sendo indistintamente chamada também de joalheria de arte, joalheria de estúdio, joalheria de autor, joalheria de design, joalheria de pesquisa... (BESTEN, 2011, p: 9).

<sup>21</sup> “Jewellery observed and researched as a phenomenon, envisioned as a work of art, created as a piece of jewellery and perceived as a controversial piece that needs a spirited wearer but finds its utmost power of expressions when combined with the full knowledge of the concept, material and history”.

nenhuma é desprendida dos traços de *raridade*, *perenidade*, *brilho*, *visualidade* e de uma *inutilidade útil*. Esta última, no que lhe concerne, se apresenta nesta pesquisa como uma ideia a ser desenvolvida por esta pesquisadora, que surge de uma paráfrase a partir de Nuccio Ordine, em *A utilidade do inútil: Um manifesto* (2016). Ao longo de toda a história da humanidade com as joias, a *inutilidade útil* se mostra tão relevante quanto às demais por sua habilidade em conduzir, a partir da sua inerente superficialidade, os vínculos entre o sujeito, o outro e os objetos. Tais ponderações reforçam ainda mais a necessidade de pensar o conceito de joia na contemporaneidade, tendo como ponto de partida as dinâmicas de desenvolvimento de produto alicerçadas nos tensos e múltiplos encadeamentos entre criação, consumo e aparência.

Esse novo lugar da joia se expõe em processos criativos como o realizado pela designer, Burcu Büyükcünal. Em matéria publicada no jornal britânico *Daily Mail*, em 26 de novembro de 2010, a também pesquisadora de arte turca enfatizou a necessidade de uma reflexão sobre o conceito das joias na contemporaneidade a partir de um olhar para a própria Turquia e também para o mundo. Em sua coleção *Terrifying Beauty*, ela apresentou peças que dão um efeito distorcido à face a fim de propor uma reflexão sobre os padrões estéticos promovidos pela sociedade, difundidos por uma cultura mediatizada sobre o que é belo. Através das suas joias, Burcu Büyükcünal propõe, principalmente, uma crítica à obstinação dos ocidentais por cirurgias plásticas.

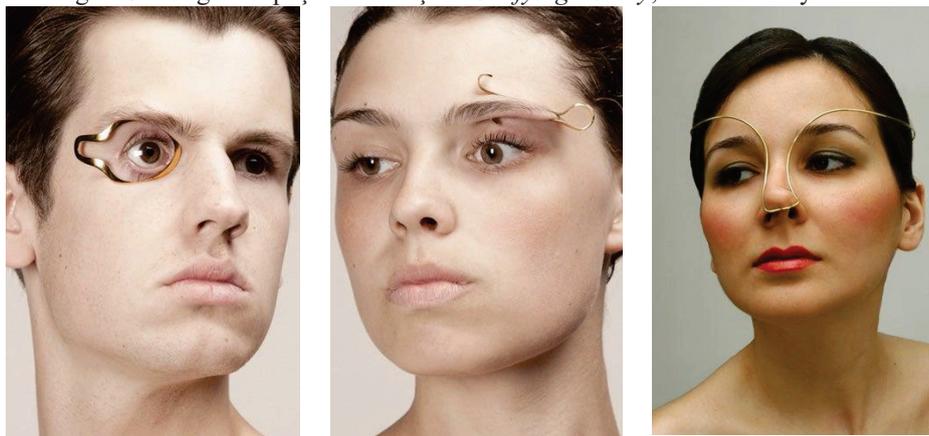
Meu trabalho é dirigido por convenções e normas sociais relacionadas ao corpo. A *Terrifying Beauty* foca nas tendências da cirurgia estética para questionar convenções de beleza e desafiar a função da joalheria como adorno. Eu desejo que as pessoas se perguntem imediatamente se usariam ou não essas peças. (BURCU BÜYÜKÜNAL, DAILY MAIL, 2019)

Beatriz Pires, em seu artigo *Possíveis relações entre corpo, pele, gestual e adornos corporais* (2017), observa inclusive o modo inventivo da designer turca e acrescenta, de forma assertiva, que tais motivos estéticos não compreendem somente alterações nos contornos e volumes do corpo; mas também a negação da passagem do tempo sobre este, seu irremediável envelhecimento. As joias evocam, segundo a pesquisadora, os termos linha (elemento usado na sutura, cosedura dos tecidos epidérmicos) e traço (capaz de designar qualidades e/ou atributos distintivos entre os indivíduos). “Inúmeros, tanto nos tipos e na oferta, como nas intervenções já realizadas e desejadas, tais procedimentos deixam evidente a progressiva e íntima relação existente entre moda e ciência médica”, ressalta a autora (2017, p. 117). Dialogando especificamente com o Brasil, Pires destaca que são contabilizados, pela Sociedade

Brasileira de Cirurgia Plástica<sup>22</sup>, trinta e cinco procedimentos e cirurgias, sem contar os subtipos que dependem dos modos de feitura.

Segundo estudo realizado em 2017 pela Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica e Estética (ISAPS), o número de cirurgias plásticas no Brasil demonstra um aumento de 5% no total de procedimentos cirúrgicos. No ranking mundial, o país fica à frente de Japão e México. Entre os procedimentos mais populares, estão, nessa ordem: aumento da mama; lipoaspiração, cirurgia das pálpebras, rinoplastia e abdominoplastia (PORTAL TERRA, 2020).

Figura 9 – Algumas peças da coleção *Terrifying Beauty*, de Burcu Büyükünal.



Fonte: Refinery 29, ( <https://www.refinery29.com/en-us/face-distorting-je>), (2020)

Nas imagens acima (**Figura 9**), é visível o questionamento sobre os ditames estéticos, que incluem os efeitos da passagem do tempo no corpo. Da esquerda para a direita, respectivamente, duas peças em ouro amarelo se aderem à região do olho, uma alusão aos procedimentos constantes de intervenção plástica e de preenchimentos realizados na região das pálpebras. Na segunda imagem, especificamente, a associação da linha ao corpo faz referência ao movimento de cosedura da linha e da agulha adentrando o tecido corporal. A terceira imagem mostra uma outra joia em ouro amarelo que, por sua vez, traça linhas sobre o rosto, tendo como sustentação a ponta do nariz, referência direta às modificações em uma das partes mais marcantes da face, que frequentemente passa por cirurgias reconstrutoras.

À vista dessas compreensões, a joia - como objeto do design investido de sentidos que forja uma conexão entre o material e o imaterial a partir de um diálogo entre concepção e formação - deve ser percebida em sua complexidade. Em particular, precisa ser assumida como um “fenômeno sociocultural que possibilita entender a diversidade

<sup>22</sup> Dados coletados na época por Pires (2017).

das práticas de diferenciação das sociedades humanas”, como sublinha Ana Beatriz Simon Factum, em sua tese *Joalheria escrava baiana: a construção histórica do design de joias brasileiro* (2009, p. 133). A pesquisadora destaca que os artefatos para adornar o corpo sempre acompanharam a história da evolução humana. Como efeito, a joalheria pode ser considerada como uma das primeiras atividades a utilizar técnicas de produção em série em acordo com o desenvolvimento do processo de fundição de metais. Os vínculos de utilidade e simbolismo, segundo a autora, compreendem o objeto joia de uma maneira geral, sendo imprescindível à expressão de valores nas mais diferentes culturas.

Diante das atuais dinâmicas e exigências socioculturais, faz-se necessária a ampliação da concepção sobre as reestruturações que o segmento da joalheria vem passando, percebendo a joia como objeto de design, adorno, acontecimento que transcende a esfera visível. Assume-se, assim sendo, o uso da joia como uma prática cultural<sup>23</sup> formante, através da qual “uma dada ordem social é comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada” (WILLIAMS, 1992, p. 13). Compreende-se a sociedade como um produto das interações dinâmicas entre os atores sociais (indivíduos), que somente toma forma a partir do momento em que se efetivam essas relações de interdependência e contatos de reciprocidade.

Como parte de “um sistema de significações”, substancialmente envolvido em todas as formas de atividade social, a joia, assim como os demais sistemas de adorno à *composição da aparência*, compõe essa esfera enigmática que é a cultura, os modos de vida compartilhados pelos indivíduos em sociedade. Em acordo com Raymond Williams (1992, p. 11-13), a joia está alinhada, portanto, intimamente com o sentido mais especializado de cultura como “atividades artísticas e intelectuais”, definidas agora de uma maneira muito mais ampla. Por integrarem não somente as artes e as formas tradicionais de produção intelectual; mas todas as “práticas significativas”, incluindo, a moda.

---

<sup>23</sup> Essa é uma das bases do conceito de cultura defendido pela autora desta tese, que foi criteriosamente estudado e refletido, em sua dissertação de Mestrado *Um diálogo entre a cultura local e o design de moda* (2017), defendida no Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, da Universidade Federal da Bahia.

### 1.3 A joia e sua capacidade dualista de igualização e diversidade sociais

Apoiada no entendimento da noção de joia tecida a partir de uma liga aderente entre espiritualidade e materialidade, sugestionam-se alcançar quais seriam os desafios, ou melhor, as competições imaginárias que compõem o lugar dos sujeitos no mundo e suas relações com os objetos. A joia, neste ponto, se vincula aos intentos da pessoa de agradar, de ser reconhecida e reconhecer-se, de ser única e, ao mesmo tempo, experimentar o *estar-junto*<sup>24</sup> que se concretizam, acima de tudo, através do empenho altruísta dos adornos corporais. As joias têm a expertise de realçar, ou melhor, de “estilizar a existência” (MAFFESOLI, 2010, p. 141) do sujeito no mundo.

O ambiente de disputa que se constrói, por seu turno, à concepção da joia pode ser assimilado a partir da própria etimologia da palavra, que está conectada às noções de jogo, enigma, brincadeira, prazer, *jocalia* (latim), como aponta Eliana Gola, em *A Joia: história e design* (2008, p.20):

Nas línguas romanas *iocus* suplantou *ludus*, criando novas etimologias para *jogo*. A esse sentido soma-se o de *gaudia*, do latim, que significa “alegria”, “prazer”, “objeto de amor”; ou ainda a raiz grega *gán(os)*, presente em *gánymai* (“brilhar, estar radiante de alegria”) e *ganáo* (“brilhar, reduzir”). Os significados de *iocus* e *gaudia* acabam por associar-se, quando encontramos, para o primeiro, “gracejo” e “brincadeira”, e, para o segundo, “prazer” e “alegria”. As línguas latinas parecem aproximar o sentido das duas palavras, que na língua italiana chegam a fundir-se: *gioia* tem tanto o significado de “alegria” quanto de “joia”. (GOLA, 2008, p. 21, grifos da autora)

Chevalier e Gheerbrant, no *Dicionário dos símbolos: Mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números* (1992, p. 521), destacam ainda as palavras *bijou* (joia) e *joyau* (gema) que derivam do vocábulo *joie* (francês antigo: joia; francês moderno: alegria, júbilo, contentamento) para marcar a gíria francesa *Le Bijou* (A Joia), como uma menção, desde a Idade Média, “às mulheres de vida alegre (fr. *filles de joie*, meretrizes, prostitutas)”, à sensualidade, à atração recíproca entre os sexos.

Mais tarde, com a ajuda da moral e do puritanismo, *joie* passa a designar o “prazer da alma”, enquanto descobre-se para *bijou* um novo sentido esotérico (momento em que se começa a pregar a vaidade das coisas terrenas) “que pode chegar até o ponto de fazer dele um substituto ou uma figuração da alma, no sentido junguiano do termo” (CHEVALIER;

<sup>24</sup> Tal compreensão se apoia no conceito de “estar-junto” proposto por Michel Maffesoli, em *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa* (2010). O autor defende que o indivíduo não pode existir isolado, pois ele está ligado pela cultura, pela comunicação, pelas suas práticas cotidianas a uma comunidade. Seria, então, um laço em que o entrecruzamento das ações, das situações e dos afetos formam um todo. E acrescenta (2010, p. 141, grifos do autor): “No quadro do paradigma estético, que me é caro, o lúdico é aquilo que nada tem a ver com finalidade, utilidade, ‘praticidade’, ou como o que se costuma chamar ‘realidades’”. O estar-junto consiste nesta espontaneidade vital que assegura a uma cultura sua força e sua solidez específicas.

GHEERBRANT, 1992, p. 522). As joias, a partir dessa perspectiva, simbolizam o conhecimento esotérico ligados às pedras, aos metais e suas formas que passariam do plano do conhecimento secreto ao da energia primordial, sendo fontes de energia e luz.

Esse breve percurso sobre o âmbito semântico da palavra joia aponta para uma prudente apreensão do seu domínio simbólico que se amplia passando pela atração, pelas emoções, sensações até às aspirações do espírito. Sentidos inerentes à condição vigorosa desse adorno pessoal para a expressividade, cujas motivações, inspirações e imposições transmutam-se ao longo do tempo.

Mas a joia não é apenas a pedra preciosa em seu estado natural: é a pedra trabalhada e montada, é a bora [obra] do joalheiro e do ourives [aquele que forja os metais preciosos], bem como da pessoa que a tiver encomendado ou escolhido. E é então que se realiza a aliança da alma, do conhecimento e da energia, e que a joia termina por simbolizar a pessoa que a usa e a sociedade que a aprecia. Toda a evolução pessoal e coletiva intervém, portanto, a cada época, na interpretação particular das joias. (CHEVALIER; GHEERBRANT, 1992, p. 521)

Essa competência dos enfeites/adornos ao alargamento da função expressiva de sociação e dissociação apresentada por Simmel (2006) é evidenciada inclusive por Pierre Bourdieu, em sua obra *A economia das trocas simbólicas* (2007). Os traços distintivos mais prestigiosos seriam aqueles que conseguem simbolizar claramente a posição diferencial dos agentes na estrutura social; “a roupa, a linguagem ou a pronúncia, ‘as maneiras’, o bom gosto e a cultura – pois aparecem como propriedades essenciais da pessoa, como um ser irreduzível ao ter, enfim como uma *natureza*, mas que é paradoxalmente uma natureza cultivada” (BOURDIEU, 2007, p. 16, grifos do autor).

Isso explica, logo, o porquê certas maneiras de tratar as linguagens e as roupas – inclui-se ainda, neste ponto, os adornos – “introduzem ou exprimem desvios diferenciais no interior da sociedade, sob forma de signos ou insígnias da condição ou da função” (BOURDIEU, 2007, p. 18). Conforme enfatiza o pensador, por conta do seu elevado rendimento simbólico, os enfeites estão, certamente, entre os tipos de consumo e de conduta susceptíveis a abrigar com maior ênfase a responsabilidade com a manifestação desses marcadores de aproximação ou distanciamento social.

Entretanto, seria a partir das considerações de Bourdieu em *A distinção: crítica social do julgamento* (2007), que é possível entender a joia como adorno pessoal que se consolida como *habitus*, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes capazes de gerar e orquestrar práticas e representações. As joias têm intimamente essa vocação de produzir condutas e obras classificáveis associadas às

competências de diferenciar e apreciar tais costumes e produtos. Neste ponto, estaria também em jogo a questão do gosto, uma vez que os indivíduos passam a deter o que gostam, porque gostam do que têm, conforme aponta Bourdieu (2007, p. 166): “O gosto de necessidade ou o gosto de luxo – e não uma baixa ou elevada renda – é que comanda as práticas objetivamente ajustadas a tais recursos”. A posse e o desempenho simbólico e material dos adornos corporais e, em especial, das joias podem, logo, ser concebidos como princípios geradores e unificadores dos estilos de vida. Porque estão substancialmente ajustados às demais práticas à *composição da aparência* dos sujeitos na e para a sociedade.

O filósofo e sociólogo francês (2007) recorre ainda aos pensamentos do filósofo e sociólogo alemão Georg Simmel, ao concordar que a moda combina a individualização e a imitação, exprimindo “de modo paradoxal a vontade de afirmar a particularidade pela busca da diferença última” (BOURDIEU, 2007, p. 18). Reconhece, além disso, o vestuário como um sistema simbólico com função significante que obedece à lógica das oposições significativas. Um estilo, ao ser bem divulgado, não pode se universalizar “sem que perca a significação, o ‘valor’ (no sentido de Saussure) que deriva de sua posição num sistema e de sua oposição aos outros elementos do sistema” (BOURDIEU, 2007, p. 19).

Não é por acaso que o esnobe, enquanto personagem social, criador e imitador de procedimentos expressivos em matéria de vestuário, de habitação e estilo de vida, é contemporâneo da revolução industrial e do desaparecimento das “ordens” estatutárias. Ao contrário, tudo leva a crer que, à medida que se atenuam as diferenças objetivas, econômicas ou de *status*, a renovação incessante dos procedimentos expressivos que caracteriza o esnobismo se impõe cada vez mais, nas esferas mais diversas e a grupos cada vez mais extensos. (BOURDIEU, 2007, p. 20)

Esse duelo de sociação e dissociação, tão característico da moda, passa a mobilizar energicamente a conformação do sujeito nas diversas esferas da sociedade, principalmente aquelas capazes de ampliar ao máximo a presença destes mesmos sujeitos no mundo. Seguindo os exemplos expostos por Bourdieu, podem ser citados a aquisição de um automóvel, a decoração de um apartamento e, decerto, acrescenta-se a este respeito a criação, aquisição e o uso singular de joias.

Para se pensar essa associação entre o sujeito e o mundo a sua volta, a referência feita por Bourdieu (2007) a Georg Simmel é imprescindível. Em *Questões fundamentais da Sociologia: indivíduo e sociedade* (2006, p. 17), Simmel destaca os laços entre os sujeitos como uma fluidez incessante e uma pulsação “que atam os indivíduos mesmo quando não atingem a forma de verdadeiras organizações”. Todas as relações - sejam elas de menor ou maior grau de intimidade, proximidade, momentâneas ou duradouras,

conscientes ou inconscientes, consequentes ou inconsequentes - são praticadas, segundo o pensador, de pessoa para pessoa e as unem ininterruptamente.

São nesses vínculos que “encontramos a reciprocidade entre os elementos que carregam consigo todo o rigor e a elasticidade, toda a variedade policromática e a unidade dessa vida social tão clara e tão misteriosa” (SIMMEL, 2006, p. 17). *Sociedade* seria, assim, algo funcional, posto que os sujeitos estão associados sofrendo entre si influências mútuas, podendo inclusive ser caracterizados como uma unidade. Pensando deste modo, Simmel propõe se falar em sociação, e não em sociedade; dado que a sociedade não é “uma substância, algo que seja concreto para si mesmo; ela é um *acontecer* que tem uma função pela qual cada um recebe de outrem ou comunica a outrem um destino e uma forma” (2006, p. 19, grifo do autor).

Defino assim, simultaneamente, como conteúdo e matéria de sociação, tudo que existe nos indivíduos e nos lugares concretos de toda realidade histórica como impulso, interesse, finalidade, tendência, condicionamento psíquico e movimentos dos indivíduos – tudo que está presente nele de modo a engendrar ou mediatizar os efeitos sobre os outros, ou a receber esses efeitos dos outros. (SIMMEL, 2006, p. 60)

Porém, de acordo com Simmel, essas matérias e motivações (fome, amor, trabalho, religiosidade, técnicas, funções, resultados da inteligência) com as quais a vida é preenchida por si só não são sociais. São fatores de sociação quando são capazes de transformar “a mera agregação isolada dos indivíduos em determinadas formas de estar com o outro e de ser para o outro que pertencem ao conceito geral de interação” (SIMMEL, 2006, p.60).

A sociação seria, então, a forma (passível de ser realizada de diversas maneiras) na qual os indivíduos, em razão dos seus interesses (sensoriais, ideias, conscientes, inconscientes, duradouros, momentâneos, casuais, determinados), se desenvolvem conjuntamente em direção a uma unidade no contexto da qual essas propensões se realizam. Esses interesses são, para o pensador, a base da sociedade humana. A partir de tais considerações, a aquisição e o uso das joias podem ser concebidos como fatores pujantes de sociação por motivarem um “acontecer” do indivíduo na sua existência em sociedade.

Para os povos árabes, as joias são matérias essenciais para revelar motivações como o amor, a religiosidade e o trabalho. Conforme apresenta a pesquisadora e designer de joias Julieta Pedrosa (BRASILEIRAMENTE, ÁRABES, 2020), as funções mágicas e sagradas das joias podem ser reconhecidas nos amuletos muito usados pelos árabes, alguns contendo inclusive minúsculos pedaços de papel com versos do Alcorão. Os braceletes e tornozeleiras em prata decoradas com pequenos sinos são também bastante utilizados pelas

crianças árabes. Segundo a tradição, o barulho emitido por estes sinos, ao serem movimentados através dos gestos corporais, tem a propriedade de afastar espíritos ruins. Outra relevante presença das joias entre os árabes é no casamento. Quando uma mulher beduína<sup>25</sup> se casa, parte do seu dote<sup>26</sup> é pago em joias. Sua coleção de joias é capaz de expressar sua condição de mulher casada, mãe e/ou “esposa bem quista” pelo seu marido.

Em 15 de novembro de 2019, o programa jornalístico Globo Repórter (Vídeo 01) (Globoplay; 2019), da TV Globo, exibiu uma reportagem sobre a histórica cidade de Amã (Jordânia)<sup>27</sup>, que ajuda a ilustrar o valor das joias para os povos do Oriente Médio, sobretudo quando se pensa no lugar da mulher em uma constituição social extremamente patriarcal. “Tudo que reluz em Amã, não tenha dúvida, é ouro mesmo. Os árabes expressam o amor não com flores, mas com muito ouro”, afirma a repórter Bette Lucchese, que destaca a poligamia como um dos principais costumes dos países árabes, que não é considerado pecado na tradição islâmica.

Figura 10 – Repórter Bette Lucchese entre as vitrinas repletas de ouro durante a gravação da reportagem especial sobre Amã, Jordânia.



Fonte: Globoplay

Lucchese acrescenta: “Mas ele precisa cuidar de todas igualmente (...). O Alcorão diz ‘mulheres são valiosas como o ouro, joias perfeitas’”. Através dos corpos dessas mulheres/esposas, os maridos - a partir das motivações religiosas e distintivas características de uma sociação centralizada no homem – declaram seu poder, seu status. Os corpos dessas mulheres adornados por suntuosas joias são, em essência, vitrinas

<sup>25</sup> Beduínos são povos nômades que normalmente habitam as áreas desertas do Oriente Médio e Norte da África.

<sup>26</sup> Em alguns países e entre comunidades específicas da Ásia e África, ainda persiste a transferência de recursos ou dote, como propriedades, dinheiro e presentes, principalmente, joias por parte da família da noiva para o noivo ou sua família.

<sup>27</sup> A cidade de Amã tem 5 mil anos, sendo mais antiga do que a própria Jordânia. Diversos povos habitaram a cidade, que possui um valioso sítio histórico e arqueológico. Dentre eles os povos que ocuparam a região estão os Persas (539 a.C – 332 a.C.), Bizantinos (635 a.C. - 324 a.C.) e Romanos (324 a.C.- 63 a.C.).

montadas a partir de uma aparência vista como uma condição excessivamente feminina<sup>28</sup>, anunciando a posição secundária das mesmas naquela determinada ordem social e familiar. Já o uso de adornos em ouro pelos homens é desencorajado pelo Alcorão<sup>29</sup>. Os homens sauditas costumam usar alianças de casamento em prata para honrar as palavras anunciadas pelo livro sagrado.

Tais considerações conduzem à apropriação das joias como “suportes para insígnias específicas dos ocupantes de um território, são marcas de um momento histórico, sinais importantes no relacionamento de um indivíduo com determinado grupo” (GOLA, 2008, p.15). As joias contemplam sentidos culturais por agruparem em sua natureza vontade e inteligência, individualidade e ânimo, forças e disposição de almas específicas e um conjunto delas (SIMMEL, 2006).

---

<sup>28</sup> Esta condição de uma separação evidenciada dos sexos também é estabelecida no Ocidente, sobretudo a partir do século XIX. Segundo Daniel Roche, em *A cultura das aparências: Uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII)* (2007, p. 73), para as mulheres ocidentais, a história de transição social burguesa foi de continuidade, pois não houve mudanças nos círculos regulares da moda e da elegância da roupa feminina. A importância, pontuada pelo autor, reside justamente no novo sentido das aparências contrastantes entre homens e mulheres. “A mudança veio de outra parte, nos significados ideológicos e morais, senão nas práticas (...), a demonstração de consumo ostentatório representava uma boa publicidade. A mulher era a vitrina do homem”, ressalta Roche (2007, p. 73).

<sup>29</sup> Livro sagrado que contém o código religioso, moral e político dos muçulmanos. Segundo a tradição, é o registro das palavras reveladas por Deus (Alá).

## 2. O SENTIDO E A POTÊNCIA DO ADORNO NO ARRANJO DO CORPO SOCIAL

### 2.1 Adorno como um campo de batalha do “ser-para-si e do ser-para-outros”

Em sua obra *Filosofia da moda e outros escritos*<sup>30</sup> (2008), Simmel dedica, particularmente, reflexões a temas considerados corriqueiros, porém especialmente significativos para o entendimento da vida em sociedade, dentre eles, o feminino e a moda. Ao se debruçar sobre a obra do cientista social alemão, a pesquisadora Renata Pitombo Cidreira, em *A moda por uma perspectiva compreensiva* (2014, p. 28), enfatiza, sobretudo, que “o alvo da sociologia deve ser visto nas formas de socialização e nos processos elementares onde se realiza a vida coletiva”. Isso explica, segundo Cidreira, a razão pela qual Simmel se esforçou em concentrar seus pensamentos “sobre processos isolados e processos que se produzem nos indivíduos e condicionam o ser social deles”.

Em seus estudos, o sociólogo dissolve a imagem de sociedade da sociologia do século XIX em uma série de “*dimensões de socialidade*, que compreendem a uma só vez o indivíduo e o social e existem alternativamente como entidades autônomas ou elementos interdependentes” (CIDREIRA, 2014, p.30, grifo da autora). As concepções de Simmel apontam anseios contraditórios, no entanto, indissociáveis: a vontade de agrado, de provocar alegria aos outros, sentimento este particularmente altruísta; e, por outro lado, o desejo ambicionado por uma distinção diante dos outros.

A partir do jogo das socialidades, o sujeito põe em realce seu desejo de cativar o olhar do outro, forjando um diálogo inseparável à construção do seu sentimento de si sobre a consciência de que o mesmo outro tem que lhe estar subordinado. Alegria e deferência regressam, assim, ao sujeito com formas de reconhecimento e admiração, atribuídos à personalidade como um valor.

Aqui agradecer converte-se em meio da vontade de poder; mostra-se aqui em muitos espíritos a espantosa contradição de que eles precisam das pessoas acima das quais se elevam com o seu ser e o seu fazer, para conseguirem construir o seu sentimento de si sobre a consciência que elas têm de lhes estarem subordinadas. (SIMMEL, 2008, p. 59)

À vista desses combates, o individualismo estaria ensimesmado nos círculos sociais, sobretudo nas dinâmicas dos grandes centros urbanos em que a despersonalização das

---

<sup>30</sup> Tratado publicado por Simmel em 1905, e republicado pelo pensador em 1919 sob o título *Die Mode*.

relações humanas motiva, cada vez mais, a necessidade de se fazer notar; aflorando o “culto da originalidade (mais propagandeada do que real)” (CIDREIRA, 2014, p. 33).

Entre os mais enérgicos elementos para a *composição da aparência* está o adorno. Este atua, no que lhe concerne, como uma verdadeira *síntese do ter e do ser* (SIMMEL, 2008), permitindo a exibição com prestígio das diversas modulações de papéis, possibilitada, especialmente, pela performance em uma incessante relação com o corpo. Desse modo, pode-se destacar como ponto de partida para essa reflexão a compreensão da figura estética do adorno como um campo de batalha do *ser-para-si e do ser-para-outros*, a partir, sobretudo, dos conceitos de Simmel. O sentido do adorno, para o filósofo, reside singularmente nos fascínios estético e sociológico que configuram um círculo de irradiação vigoroso em dissipar distanciamento e cumplicidade, despertando atenção, agrado (alegria), desejo, vaidade, inveja, deferência.

É justamente nesse ambiente intenso de enfrentamento que é possível reconhecer a potência do adorno à expressão do nosso eu. O sentido do adorno estaria na relação dialógica e subjetiva, no entanto indissociáveis, entre “o realce estético da personalidade e a acentuação sociológica” (SIMMEL, 2008, p. 68). Entre aquele desejo latente individual e o efeito social de pertencimento ou diferenciação proporcionado pela ornamentação de si. Como ressalta Simmel (2008, p. 60), “adornamo-nos para nós mesmos, mas só o podemos fazer enquanto nos adornamos para os outros”.

É oportuno destacar o ofício do corpo como primeira e incondicionada propriedade ao alargamento da personalidade do sujeito. Simmel, em seu texto *Psicologia do adorno*, que compõe a coletânea de ensaios do livro *Filosofia da moda e outros escritos* (2008), afirma que toda ou qualquer propriedade é capaz de ampliar as impressões do sujeito, mas, sem dúvida, é no corpo adornado que “possuímos mais; somos, por assim dizer, senhores de um domínio mais amplo e mais nobre” (SIMMEL, 2008, p. 69).

Ao corpo, é assegurado seu lugar de sede da experiência, como caminho constante e enérgico de “experimentar-se a si mesmo”, conforme aponta Georges Vigarello, em *O sentimento de si: História da percepção do corpo* (2016, p. 22). Em sua obra, Vigarello sublinha a importância do filósofo e escritor francês Diderot por romper “com uma tradição acostuada a só reter dos sentidos físicos sua relação com o ‘de fora’, como ‘estes sentidos exteriores’, que são, desde sempre, a visão, a audição, o paladar, o olfato e o tato” (VIGARELLO, 2016, p. 20).

Há, nas reflexões do iluminista e enciclopedista Diderot, uma evidência às impressões perceptivas que estão associadas ao corpo presente no mundo, que é, por seu

turno, acionado a todo instante por interferências cotidianas. A atenção às redes nervosas do corpo se amplia e alcança as sensações sentidas, relatadas, vividas. Desse modo, as experiências com o corpo físico estariam, particularmente, ligadas às experiências individuais desse sujeito em sociedade. Conforme ressaltado por Vigarello (2016, p. 22), “o imaginário da mudança física sugeriria um imaginário da mudança íntima”. O corpo deixa, assim, de ser um invólucro limitado, passando a ocupar seu “lugar de imanência, instância primária, aquele cujas impressões deslocadas deslocariam a própria razão dessas impressões” (VIGARELLO, 2016, p. 23-24).

Daniel Roche (2007) traz também uma elucidativa passagem de Diderot para evocar a harmonia da cultura material e da estética moral como resultado da *composição da aparência* e da escolha da roupa. Ele conta que o filósofo foi presenteado com um novo robe de chambre, que passou a ocupar o lugar do seu antigo traje. Segundo Roche (2007, p. 453), “o robe de chambre era uma vestimenta dos ricos e ociosos e um adorno para as mulheres”. A decepção de Diderot por ter abandonado seu antigo robe de chambre fica evidenciada nas suas palavras, que lamentam e revelam o sentido daquela peça para além da sua funcionalidade. O velho traje é reconhecido como componente vivo necessário ao próprio reconhecimento de si. Ao se desapegar do seu traje antigo, Diderot revela sua insegurança de não mais ser o que já fora, uma vez que tal roupa – adorno vestimentar que se associa tão intimamente ao seu corpo - comunicava com clareza sua condição de intelectual criativo; além de ser testemunha ativa das suas penas e labores cotidianos.

As constatações feitas pelo iluminista demonstram esse momento de importante ruptura, em concordância com as reflexões de Vigarello ao destacar o imenso campo do sensível que se desnuda, pouco a pouco, a partir das Luzes. Para Vigarello, o indivíduo, ao experimentar-se circunscrito ao espaço de seu corpo, tenta evocar diretamente suas consequências. Dessa maneira, “existir seria em primeiro lugar viver um ‘estado’ orgânico, com suas ‘impressões’, confusões e efeitos imaginários, onde se inscreveria e viveria a identidade” (VIGARELLO, 2016, p. 31).

Segundo Peter Stallybrass, em *O casaco de Marx: roupas, memória e dor* (2016), os objetos carregam as marcas de estruturas sociais conflitantes, que incluem materiais da vida familiar, materiais da autodependência e materiais do trabalho assalariado. As coisas adquirem, deste modo, uma vida social própria e complexa. Ele acentua o quanto era recorrente<sup>31</sup> listar cuidadosamente roupas e adornos em testamentos como uma afirmação

---

<sup>31</sup> Sobretudo até o séc. XVIII, quando se dá o início da produção de algodão barato, impulsionada pela Revolução Industrial.

do poder de quem doava e da dependência de quem os recebia. Os espólios do Conde de Dorset (1536-1608)<sup>32</sup> e da sua esposa Anne Clifford (1590-1676) transmitem com detalhes suas vestimentas e joias, associando-os às suas memórias afetivas, distinção social e poder:

E deixa para a "amada filha", "meu bracelete de pequenas contas perfumadas, esculpido em ouro e esmalte, contendo cinquenta e sete contas; este bracelete tem mais de uma centena de anos e foi dada por Philip II, Rei da Espanha, para Mary, Rainha da Inglaterra, e por ela à minha avó Anne, Condessa de Bedford: e também duas pequenas peças que pertenciam a meu pai e minha mãe, esculpidas em um tablete de ouro e esmaltadas em azul e todos aqueles sete ou oito velhos baús e tudo que está dentro deles. (STALLYBRASS, 2008, p. 30)

Stallybrass (2016, p. 14) acredita que as roupas e as joias recebem a marca humana e, por isso, sobrevivem; elas circulam em feiras, bazares, são passadas de um para outro entre familiares. E, atualmente, ousa-se acrescentar, ocupam ainda incontáveis grupos nas redes sociais e internet exclusivos para venda e troca. Ainda assim, a presença das vestes e dos adornos só se consuma a partir de um elo inevitável com o corpo. Através do corpo, o sujeito se exhibe ao mundo e, por esse motivo, ele precisa ser assumido como “centro de todo o universo” cuja sensibilidade determina a vida cotidiana, revestindo as coisas de significações (VIGARELLO, 2016, p. 31).

Pensando ainda nesses grupos de trocas online, nos bazares, brechós, feiras, pode-se dizer que, até este tempo, é bastante melindrosa a conexão com vestes e adornos usados por outros quando – na grande maioria dos casos - não se tem acesso a fragmentos das memórias intangíveis desses objetos. Em artigo *Os brechós como espaços de moda, pechincha e de reconfiguração do espaço urbano* (2019), Jorgiana Brennand e Jéssica Ventura afirmam que as peças de segunda mão permaneceram à margem da sociedade por décadas. Eram percebidas de qualidade inferior, além do preconceito associado ao estigma, por exemplo, de “roupas de defunto”. Mas, essa realidade mostra sinais consideráveis de mudança nos últimos anos. Hoje, os espaços que comercializam ou realizam escambos de objetos usados são vistos como ambientes para pechinchas, sites em moda, lugares onde se busca uma prática de consumo consciente, além de estimular a busca constante por elementos que reforcem a individualidade.

Contudo, o estudo põe em relevo o imaginário diverso que envolve os objetos de segunda mão como inseparáveis a essas marcas humanas. Não é por acaso que com uma simples busca pela expressão “limpeza energética dos objetos”, na ferramenta de pesquisa Google (2020) na internet, é possível encontrar diversas sugestões e rituais para eliminar os

---

<sup>32</sup> Diplomata e poeta inglês e Secretário do Tesouro no Reino da Inglaterra.

possíveis vestígios humanos de roupas e adornos usados. O que atesta, por sua vez, a vivacidade das coisas que, em conformação com esse corpo ativo, permitem ao sujeito a construção de suas experiências de mundo.

De outro modo, é preciso retomar os pensamentos de Stallybrass quando aponta uma relevante consideração em relação às joias: estas podem nos comover, como as roupas, mas duram mais; e apesar de ser também um elo entre os sujeitos, têm em sua essência a vocação de independência, permanência, imortalidade.

Embora tenham uma história, elas resistem à história dos nossos corpos. Duradouras, elas reprovam nossa mortalidade, imitando-a apenas no arranhão ocasional. Por outro lado, a comida, que, como as joias, é uma dádiva que nos liga uns aos outros, rapidamente se integra ao nosso corpo e desaparece. Tal como a comida, a roupa pode ser moldada por nosso toque; tal como as joias, ela dura além do momento imediato do consumo. Ela dura, mas é mortal. (STALYBRASS, 2016, p. 15)

Além do mais, o adorno amplia consideravelmente a impressão da personalidade, porque atua como uma manifestação pessoal (SIMMEL, 2006, p.60). Seria, com efeito, uma síntese do ter e do ser dos sujeitos, “por isso os metais reluzentes e as pedras preciosas foram, desde sempre, a sua substância; são adorno num sentido mais estrito do que a indumentária ou o penteado, os quais todavia também ‘adornam’” (SIMMEL, 2008, p.61).

A “fulguração espiritual” característica do adorno joia provoca uma ampliação equivalente ou até mesmo mais intensa à individualidade graças à atenção sensorial e emocional despertadas. Para Simmel (2008, p. 62), isto não acontece com o vestuário habitual porque este “não emerge na consciência como distinção individual, nem da parte do ter, nem da parte do ser”. Somente com o vestuário ornamental esse impacto poderia ser alcançado pelas roupas. Isso pode ser explicado pelo pensador alemão a partir de uma condição intrínseca aos adornos e, em específico, às joias: São objetos supérfluos ligados ao corpo. O imediatamente necessário está mais ajustado à pessoa, enquanto o supérfluo é a coisa que sobra, resta.

[O supérfluo] vai além do seu ponto de partida e porque, apesar de tudo, está nele fixado estende à volta do recinto da simples necessidade uma região mais ampla que, por princípio, é ilimitada (...); com o grau de superfluidade daquilo que o nosso ter nos permite, aumenta a liberdade e o caráter principesco do nosso ser. (SIMMEL, 2008, p. 62)

As joias como supérfluos, principalmente em um contexto de novas condutas de consumo contemporâneo, têm uma vida social que transparece as concepções de mundo de quem a produz, as detêm e as utiliza; não possuindo, no seu íntimo, nenhuma medida em si, nenhuma lei que as limite.

## 2.2. Sobre a noção de sentido

Para se pensar o sentido do adorno, faz-se necessário um breve raciocínio sobre a noção de *sentido* a começar pela proposta do pesquisador Monclar Valverde, em *Breve fenomenologia da expressão* (2017). O autor ressalta a importância do *fazer* e do *querer*, que revelam o sentido em sua natureza simultaneamente estrutural e dinâmica. O sentido estaria sempre relacionado intrinsecamente com o próprio sentido. Ou melhor, é experimentado como espelho articulado de um sentido prévio, “cuja origem se perde numa região nebulosa do passado, nas mais remotas cadeias da socialização, pelas quais somos inseridos no universo das tradições que nos precedem” (VALVERDE, 2017, p. 9).

Tal característica situacional desloca o sentido dos esquemas de *representação* e aproxima-o, por seu turno, das particularidades da *interpretação*. O pesquisador sugere, desse modo, que a compreensão não pode ser concebida como fruto de uma *relação* entre termos anteriores e exteriores um ao outro. O sentido estaria alicerçado numa relação intrínseca com o próprio sentido. A concepção de “interesse” (estar entre; participar; ter a ver com) apresentou a interdependência entre o intérprete e aquilo que ele interpreta, reconhecendo a natureza da interpretação como uma força capaz de atribuir valor aos elementos de uma experiência (VALVERDE, 2017, p. 9-10).

Evidencia-se, assim, que o sujeito não é sozinho um centro gerador de sentido, posto que aquilo que há de específico em uma interpretação preconiza as particularidades que compõem um sistema, não podendo ser associada a um único autor. Valverde (2017, p. 11) destaca ainda que esse perspectivismo é sempre relativo, sendo o conceito da interpretação resultado de um campo de múltiplas tensões. Por isso, defende que não há um sentido inaugural, nem tampouco um sentido final.

O sentido é concebido como um campo e uma condição de possibilidade do próprio sentido, que não se refere apenas aos signos (quer na qualidade de “significantes” ou “significados”), mas à própria significação, à própria semiose, enquanto ação significativa. Nossa existência como abertura estaria caracterizada, segundo suas reflexões, por essa experiência simultânea de interpretação e expressão, por essa vivência unitária da condição compreensiva. Não há, então, um acordo ou desacordo com códigos e regras objetivas, mas um verdadeiro sistema em constante fluxo que possibilita a compreensão do que há ao nosso redor.

O sentido é, antes, uma *instituição*, isto é, o resultado sempre provisório de um movimento instituinte que, sem se deter na fixidez, aparece, em cada momento, como referência instituída, sobre a qual agirá esse impulso de “deformação coerente” que caracteriza o movimento da expressão e projeta para além a seta da significação (...) a instituição do sentido é algo que vivemos por dentro, que

nos atravessa, sob o título mesmo de *experiência*, como visão, ideia, palavra e gesto. (VALVERDE, 2017, p.11, grifos do autor)

Ao se pensar o conceito de sentido como algo instituído a partir das experiências do sujeito e sua relação intersubjetiva com as coisas e o mundo, é compreensível a relevância da cultura material para o conhecimento das conexões humanas em sociedade. Descortina-se, portanto, os objetos - em particular, os adornos - como elementos ativos, ilimitados, à serviço do indivíduo; mas que atuam junto ao corpo além da passividade, da inércia, do conformismo.

Para elucidar esta proposta reflexiva, é aconselhável pensar contemporaneamente sobre o consumo<sup>33</sup> de joias banhadas e folheadas no Brasil a partir de uma das peças talvez mais emblemáticas da notada ascensão do social das classes C e D, que compõe a *coleção permanente* da Rommanel - o anel de formatura infantil *ABC* (folheado a ouro 18k). No conceito apresentado ao consumidor, em seu site oficial (ROMMANEL, 2020), a perenidade e tradição agregados ao anel são evidenciadas como propriedades valorativas:

A coleção permanente Rommanel traz joias tradicionais, que independem da moda para serem atuais. Os três banhos de ouro garantem às joias Rommanel satisfação e acabamento similar ao ouro maciço. Esse diferencial faz com que alianças, anéis e outros modelos tenham lugar garantido. (ROMMANEL, 2020)

Para além da sua substancialidade (reforçada nos “três banhos de ouro), o Anel do ABC se tornou, na atualidade, uma joia repleta de simbolismo, por servir como um marco no curso educacional de muitas crianças no Brasil, um país assinado por acentuadas desigualdades, sobretudo no que tange o acesso ao ensino de qualidade. Segundo levantamento da organização Todos pela Educação (2021), cerca de 244 mil crianças e adolescentes entre 6 e 14 anos estão fora das escolas no país (CNN BRASIL, 2023).

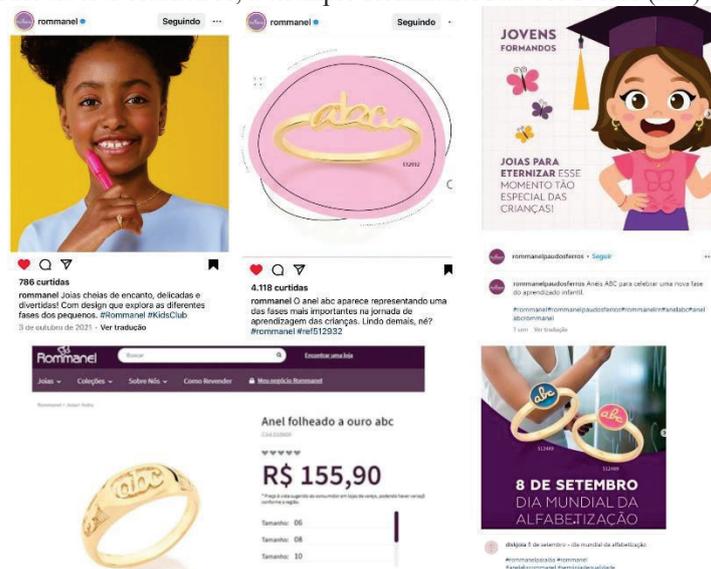
A idade de 6 anos, singularmente, precisa ser reforçada aqui como o momento em que as crianças, em sua maioria, recebem das suas famílias o Anel ABC. Isto porque este é o ciclo em que as crianças devem iniciar o 1º Ano do Ensino Fundamental, que representa o início da alfabetização integral, prevista para ser finalizada até o 2º Ano do Ensino Fundamental. Este adorno representa o fechamento de uma etapa na trajetória da educação infantil, momento em que a criança aprende a ler e escrever. A partir daí essa conquista marcará, sem dúvida, o acesso desses novos cidadãos ao mundo, contribuindo

---

<sup>33</sup> O consumo das famílias é o componente mais importante do produto interno bruto (PIB) brasileiro, e sua dinâmica é fundamental para o entendimento das alterações percebidas na economia em períodos de *boom* e crises, que impactam, como consequência, na qualidade de vida da população e nos estudos sobre a pobreza (IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2020).

decisivamente para a construção dos seus caminhos, seus planos e projetos de vida pessoal e profissional.

Figura 11 – Anel *ABC* disponível para compra nas lojas físicas, no e-commerce da Rommanel e através de consultoras e distribuidores brasileiros, a exemplo Rommanel Pau dos Ferros (RN) e Disk Joia (PB).



Fonte: Instagram (IG) Rommanel, (27 de setembro de 2020 e 03 de outubro de 2021); Instagram Rommanel Pau dos Ferros, (13 de dezembro de 2022); Rommanel, < ([https://www.rommanel.com.br/busca/?fq=spec\\_fct\\_1143](https://www.rommanel.com.br/busca/?fq=spec_fct_1143)); (2020); Instagram Disk Joia, (08 de setembro de 2022), respectivamente da esquerda para a direita, de cima para baixo.

Para muitas famílias brasileiras que conseguem proporcionar a seus filhos uma educação de qualidade diante de um contexto histórico e social tão desigual, o anel *ABC* carrega consigo um sentido de força, resistência e conquista. A valorização dessa passagem simbólica da educação infantil ao ensino fundamental é ainda mais considerável para uma geração de homens e mulheres marginalizados, em sua maioria negros e negras descendentes de um passado escravocrata.

Estes - muitos filhos de trabalhadores rurais e urbanos subalternizados - têm conseguido romper as barreiras diárias do preconceito e de afirmação social através do acesso à educação superior, à formação técnica, aos bens culturais após séculos de imobilidade social<sup>34</sup>. Hoje, surgem como médicos, advogados, engenheiros, publicitários, jornalistas, professores, e assim por diante. Vêm conquistando moradia de qualidade, acesso à saúde, ao transporte e ao consumo, especialmente, de bens duráveis<sup>35</sup>. Ao

<sup>34</sup> A primeira década do século XXI foi marcada por um contexto animador para a economia brasileira, com uma moeda estável, expansão de emprego, renda e crédito apoiadas em políticas sociais voltadas especialmente para uma redistribuição assertiva de oportunidades. O acesso ao conhecimento possibilitou a ascensão de uma nova classe média que transformou consideravelmente a vida de muitos brasileiros e brasileiras.

<sup>35</sup> O consumo de bens duráveis saltou 104% entre 2000 e 2012, segundo dados do IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada). Alguns exemplos citados pelo estudo: material eletrônico e equipamentos

presentear seus filhos com o anel *ABC* e comemorarem com festas de formaturas do *ABC*, cada vez mais frequentes nas escolas, os pais experienciam o sentido dessas conquistas. O anel *ABC* passa a carregar todos esses valores que ultrapassam a vida em família, eternizando simbolicamente esses momentos e, por conseguinte, acrescentando a presença desses cidadãos no seu meio social, histórico e cultural.

É interessante pontuar ainda que tais dimensões de transformação e triunfo fazem parte da imagem que a Rommanel deseja projetar através dos seus produtos. Nas suas divulgações e canais institucionais, a marca de joias folheadas sublinha constantemente que “é uma empresa voltada a transformar sonhos em realidade”. Nas campanhas apresentadas na mídia, o símbolo da marca, uma borboleta (**Figura 11**), é sempre evidenciado. A “borboleta estilizada” aparece ainda como um elemento presente no acabamento<sup>36</sup> de todas suas joias, cumprindo um papel de garantia de autenticidade.

Figura 12 – Logomarca atual da Rommanel e detalhe da “borboleta estilizada” no acabamento das joias.



Fonte: Rommanel, (<https://www.rommanel.com.br/Institucional/quem-somos>), (2020).

A escolha da borboleta, vinculada como “símbolo de renascimento” (ROMMANEL, 2020) aponta para adjetivos considerados intrínsecos à marca, como mudança, metamorfose, graça, leveza e beleza, que objetivam uma valoração dos seus produtos em sintonia com as incontáveis possibilidades de experiências requeridas por esse novo consumidor potencial.

Em conformidade com as ideias de Valverde (2017, p. 12), o que se insinua como algo que “faz sentido” quando um filho ou filha é presenteado com um anel *ABC* é o gesto

---

de comunicações (crescimento de 210,11% no período); eletrodomésticos (crescimento de 148,43%); e outros produtos industriais de consumo (crescimento de 120,92%) (IPEA, 2020).

<sup>36</sup> A borboleta está presente nas taraxas dos brincos, parte interna dos anéis e contra argolas das correntes e pingentes. Pode ser vista em alto ou baixo relevo ou vazada (ROMMANEL, 2020).

que cumpre o movimento de apresentar ou até mesmo dissipar “um quadro de referências que funciona, ao mesmo tempo, como modelo e matriz da significação”. Para o autor, é o mesmo círculo que se repete, seja na recepção estética ou na simples percepção dos objetos em torno de nós. Esse círculo convoca elementos de um mundo prévio para dispô-los segundo a configuração de um mundo possível.

Como acentua Camila Agostini, em *A vida social das coisas e o encantamento do mundo na África Central e Diáspora* (2011), os adornos são verdadeiros componentes instrumentais de ações simbólicas:

A cultura material e os usos a ela atribuídos podem falar sobre esse movimento que mistura permanência e transformação, a partir das suas apropriações por diferentes sujeitos em contextos particulares. (AGOSTINI, 2011, p.175)

A autora sinaliza ainda o papel da ambiência como elemento-chave para a compreensão dos sentidos dos objetos, sendo as culturas os vetores principais à orientação de uma ordem cognitiva coletiva e compartilhada. Mas - vale sublinhar – que esta ordem acaba se revelando mais no seu aspecto sensível do que cognitivo. Agostini, inclusive, utiliza situações corriqueiras que apontam para uma relação bastante viva entre as pessoas e os objetos. Alguns exemplos são: quando se fala “o carro me deixou na mão” ou “meu smartphone é arrojado”.

Ao se pensar nas joias, pode-se acrescentar a frase “os diamantes são os melhores amigos de uma garota”, usualmente empregada para evidenciar a relação de fascínio e cumplicidade entre a feminilidade e os diamantes. A frase ficou popularmente conhecida a partir da voz de uma das personalidades mais inspiradoras e desejadas do mundo no século XX, Marilyn Monroe (1926-1962), ao cantar *Diamonds are a girl's best friend* (Diamantes são os melhores amigos de uma garota). Situações como estas citadas acima inferem o quanto se atribui autoria e personalidade às coisas.

As reflexões do filósofo, escritor, líder do pensamento fenomenológico na França, Maurice Merleau-Ponty<sup>37</sup> a respeito desse nó traçado constantemente entre o sujeito e as coisas a sua volta são imprescindíveis para o entendimento das experiências perceptivas

---

<sup>37</sup> Em suas reflexões sobre o movimento filosófico da fenomenologia - que passa por estudos da hermenêutica desde Aristóteles, Nietzsche, Dilthey e Heidegger -, Merleau-Ponty amplia a dimensão existencial da compreensão, relacionando-a ao “âmbito concreto da *experiência*, em que a *percepção* e o *comportamento* se entrelaçam com a *cultura*”. O pensador concebe a percepção como partilha de sentido que, por sua vez, se exerce nas formas simples explícitas da comunicação e ainda em toda forma de interação em que se tenha um *mundo comum* (VALVERDE, 2018, p. 12, grifos do autor). Na sua fenomenologia da percepção (1945), o organismo não é passivo; e corpo atua através do sensível; pelo corpo sabemos o que acontece ao nosso redor. Mais adiante, nesta pesquisa, será aprofundado o estudo sobre as associações entre o corpo e as joias, a partir das noções fenomenológicas de Merleau-Ponty.

para além da competição entre normas e regras dos sistemas de significação. Para Merleau-Ponty, em *Conversas, 1948* (2004), nossa relação com as coisas não é de distanciamento; ao contrário, as coisas estão investidas no sujeito, e o sujeito, por seu turno, está investido nas coisas. Merleau-Ponty ressalta a unidade da coisa como sendo constituída de diferentes qualidades que funcionam como dados pertencentes aos mundos rigorosamente distintos da visão, do olfato, do tato, dentre outros. Mas, cada uma dessas qualidades não está rigorosamente isolada, por existir uma significação afetiva que a coloca em correspondência com a dos outros sentidos. Como aponta o pensador, a unidade da coisa é a coisa inteira em cada uma das suas qualidades.

Portanto, desde que se torne a situar a qualidade na experiência humana que lhe confere uma certa significação emocional, começa a tornar-se compreensível sua relação com outras qualidades que não têm nada em comum com ela. Existem até qualidades, bastante numerosas em nossa experiência, que não têm quase nenhum sentido se as separarmos das reações que provocam em nosso corpo. (MERLEAU-PONTY, 2004, p. 20-21)

As coisas não são, portanto, simples objetos neutros que contemplaríamos diante de nós; cada uma delas simboliza e evoca para nós uma certa conduta, provoca de nossa parte reações favoráveis ou desfavoráveis, e é por isso que os gostos de um homem ou uma mulher, seu caráter, a atitude que assumiu em relação ao mundo e ao ser exterior é lida nos objetos que ele ou ela escolheu para ter à sua volta, nas cores que prefere, nos lugares onde aprecia passear. A partir dessa perspectiva, as joias constituem esse mundo percebido, formado essencialmente por conjuntos culturais e naturais, em que é impossível separá-las da sua maneira de aparecer (MERLEAU-PONTY, 2004).

O raciocínio aqui apresentado propõe acolher nesta pesquisa que o mundo da percepção - vivência de cada sujeito corporificado no seu tempo e espaço - só pode ser ponderado por um processo interpretativo a partir de uma perspectiva compreensiva em que “a forma e o conteúdo, o que se diz e a maneira pela qual se diz, não poderiam existir separadamente” (MERLEAU-PONTY, 2004, p. 59).

### 2.3 Joias como adornos máximos à irradiação do ser humano

Beatriz Ferreira Pires, em *Forget me Knot – dos anéis e de seus materiais* (2016, p. 149), apresenta quatro tipos de adornos corporais que são utilizados há tempos imemoriais pelos nossos ancestrais mais longínquos: Os adornos que pigmentam a pele e só existem quando desse contato (pinturas faciais e/ou corporais); aqueles que são inseridos na pele (tatuagens e implantes); aqueles que resultam da pele como reação a estímulos externos (as escarificações); e, por último, os adornos que se sobrepõem a pele (anéis, brincos, colares, braceletes), dentre os quais, destacam-se as joias.

Objeto cultural dispensável e aberto, a joia em cumplicidade com o corpo, amplia a autonomia e a presença do sujeito, sem nenhuma pretensão de suprir necessidades, com um alcance de deslumbramento e acentuação pessoal incomparáveis. Em acordo com Simmel (2008) o sentido do adorno – em especial, das joias – se manifesta no fascínio estético e no fascínio sociológico que circundam esses objetos culturais, ao oferecerem, de forma despreendida, toda sua potência ao alargamento e personificação do eu em diálogo com o outro. Segundo Simmel (2008, p. 63), “tudo aquilo que em geral ‘ornamenta’ o sujeito se ordena numa escala, segundo a estreiteza com que ele está ligado à personalidade física”.

Este elo de proximidade entre o sujeito e a coisa pode atingir seu clímax quando se trata de adornos de metais e das pedras preciosas. Estes - diferentes da tatuagem e do vestuário que estão estreitamente ligados à personalidade física – têm um caráter absolutamente não individual, sendo que a elegância atribuída a eles reside justamente na impessoalidade. Essa acentuação da personalidade só se cumpre mediante esse “rasgo de impessoalidade”. Assim, em acordo com Simmel (2008, p. 63), o adorno de metal e o diamante, em especial, surgem como os mais adequados à expansão do ser humano.

Ao contrário de outras pedras preciosas como a safira e a esmeralda - que carregam um colorido sedutor - o diamante<sup>38</sup> surpreende e atrai essencialmente por sua limpidez<sup>39</sup> e solidez. A etimologia da palavra diamante revela, desde já, sua significância: sua origem deriva da palavra grega *adamas*, que significa “inconquistável”. Essa condição indomável

---

<sup>38</sup>Os estudos apontam que os primeiros diamantes foram identificados e extraídos na Índia, há aproximadamente 3 mil anos. Golconda, cidade fortaleza situada na região central indiana, foi o centro mundial de comércio de diamantes na época. Construída sobre uma colina de granito, Golconda (atuais distritos de Guntur e Krishna) ficou conhecida pelos seus tesouros. Vários diamantes grandes foram encontrados na região. A Índia era a única fonte conhecida deste material até que, em 1725, foram encontrados os primeiros diamantes no Brasil (BONEWITZ, 2013, p.132).

<sup>39</sup> Em diamantes incolores, a pureza (claridade), cor, quilate (peso) e lapidação são determinantes para sua valoração – esses são os 4Cs de um diamante. Diamantes incolores ou levemente amarelados são comumente mais usados na joalheria. A cor nos diamantes coloridos é o principal fator para determinar seu valor. Os diamantes verdes, vermelhos, azuis, laranjas e violetas estão entre os mais raros. GIA

do diamante persiste séculos após séculos. Na antiguidade, a título de exemplo, os diamantes não eram cortados (lapidados), porque se acreditava que possuíam propriedades mágicas.

Figura 13 – Destaque na imagem para o olhar lançado por uma admiradora da joia – um colar em pérolas e diamantes que pertenceu à rainha consorte da França, Maria Antonieta (1755 – 1793). Avaliado em até US \$827, a joia ficou exposta em Hong Kong para ser leiloadada em 2007.



Fonte: G1.globo.com ([http://g1.globo.com/Noticias/Economia\\_Negocios/0,,MUL193266-9356,00-COLAR+QUE+PERTENCEU+A+MARIA+ANTONIETA+VAI+A+LEILAO+EM+LONDRES.html](http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MUL193266-9356,00-COLAR+QUE+PERTENCEU+A+MARIA+ANTONIETA+VAI+A+LEILAO+EM+LONDRES.html)), (2020)

Compreende-se, pois, a ênfase dada por Simmel ao diamante e sua irradiação<sup>40</sup>. Seu brilho e sua competência em dissipar a luz que o atravessa são singulares entre todas as gemas (BONEWITZ, 2013). Simmel apresenta ainda a alta capacidade da pedra preciosa aderir perfeitamente ao sujeito, “emprestando-lhe a sua força e irradiação de modo mais altruísta possível” (SIMMEL, 2008, p. 63). O sujeito é conquistado no momento em que lança seu olhar para o diamante, e descobre-se invadido pelo seu potente brilho. Como efeito, “o raio da pedra preciosa transforma-se em suporte do significado social do adorno, do ser-para-outro, que retorna ao sujeito como ampliação da sua esfera de significado” (SIMMEL, 2008, p. 63).

Recorrendo mais uma vez a Pires (2016), observa-se que a autora amplia os pensamentos de Simmel ao evidenciar as diferentes percepções que a utilização do adorno desperta a partir dos seus distintos processos de feitura. Sobre a utilização de metais e pedras preciosas no processo formativo de algumas joias, ela acrescenta aos pensamentos de Simmel a qualidade de ser *perene*. Essa particularidade “nos permite conhecer adornos pertencentes a civilizações antigas, feitos com esses materiais e com outros que possuem a propriedade da durabilidade”, afirma Pires (2016, p. 151).

<sup>40</sup> Em alemão, língua-mãe do pensador, a palavra “irradiação” corresponde a tributos que colocam o indivíduo no nível excepcional. Representa a atratividade de uma coisa, emana sentimentos que atraem (tradução livre).

Não foi ao acaso que as pedras e metais preciosos se tornaram as principais oferendas feitas pelos egípcios aos deuses, com seus túmulos extraordinários - que desafiam até hoje a criatividade humana - repletos de adereços, principalmente, joias cravejadas em pedras preciosas coloridas, como o lápis-lazúli, em ouro amarelo e prata. O valor infundável, eterno dos adornos elaborados em ouro, prata, minerais e gemas se alicerçou, ao longo das civilizações, e culminou com o uso desses materiais como moeda-mercadoria.

A *raridade* (que, como visto anteriormente, pode ser apontada como a primeira característica da joia); a facilidade de acúmulo e transporte; a divisibilidade; beleza; a *perenidade* (imunidade ao desgaste); e, substancialmente, o valor espiritual subjetivo<sup>41</sup> e transcendental solidificaram os metais, em particular, o ouro e a prata, como o principal padrão de valor nas operações comerciais (do escambo à moeda). A **Figura 14** demonstra: impressões encontradas nas moedas antigas em ouro; a efígie de Alexandre, o Grande (primeira figura histórica a ser registrada numa moeda); e anel em ouro, do séc. II a.C. cunhada com a face de Faustina, imperatriz-consorte esposa do imperador romano Marco Aurélio, respectivamente da esquerda para a direita.

Figura 14 - Impressões nas moedas antigas em ouro; a efígie de Alexandre, o Grande; e anel em ouro, do séc. II a.C. cunhada com a face de Faustina.



Fontes: Museu de Valores do Banco Central (<https://www.bcb.gov.br/htms/origevol.asp?frame=1>), (2020); Gola (2008, p. 55).

No século VII a.C. (601 a.C. a 700 a.C), então, surgem as primeiras moedas com características das atuais: pequenas peças de metal com peso e valor definidos e com a impressão do cunho oficial, isto é, a marca de quem as emitiu que garante o seu valor. As versões primárias, por seu turno, eram apresentadas em seu estado natural, depois sob a forma de barras e sob a forma de joias (MUSEU DE VALORES DO BANCO CENTRAL, 2020). Foi justamente com a civilização Romana (cerca de 753 a.C. a 476 d.C.) que se

<sup>41</sup> Como já tratado neste estudo, nas primeiras civilizações, os citas, egípcios, sumérios e persas acreditavam numa ligação muito próxima entre o ouro e o sol; e entre a prata e a lua. Condições essas essenciais à crença no poder mágico desses metais e no arbítrio dos objetos com eles confeccionados (MUSEU DE VALORES DO BANCO CENTRAL, 2020).

empreendeu o uso de joias ornadas com moedas de ouro que eram fixadas em anéis ou penduradas como pingentes (GOLA, 2008).

A terceira característica vislumbrada nos metais – no ouro, em particular - e nas pedras preciosas é o *brilho*. Em conformidade com o raciocínio de Simmel aqui apresentado, Pires (2016) acredita que seria exatamente esse brilho, essa irradiação que caracteriza tais adornos como preciosos. Isto porque os materiais reluzentes, sumptuosos têm um poder de atrair a atenção do ser humano, de proporcionar ao indivíduo um sentimento de arrebatção imediata. Tal percepção, segundo ela, “aproxima o indivíduo da compreensão do sagrado” (PIRES, 2016, p. 152).

Logo, seria através do sentido da visão que o brilho consegue realçar a percepção do sujeito sobre o mundo à sua volta, além de proporcionar uma compreensão diferenciada e totalizante de tempo e espaço. Para demonstrar essa considerável associação, Pires recorre ao escritor inglês Aldous Huxley e a minuciosa descrição sobre suas experiências com mesalina<sup>42</sup>, em sua obra *Céu e Inferno* (publicada em 1956). Cada experimento feito por ele com a mesalina lhe proporcionou visões únicas; no entanto, todas pertencem à mesma espécie, são fatos irrevogáveis da experiência que temos que aceitar.

As paisagens, as arquiteturas, *as joias agrupadas, os padrões brilhantes e intrincados são*, em sua atmosfera de luz, cor e significado *preternaturais*, a matéria da qual os antípodas da mente são feitos (...). A luz preternatural, a intensidade preternatural são todos característicos dos Outros Mundos e da Era do Ouro. E, virtualmente, em todos os casos essa *luz preternatural* revela, ou dela *brilha*, uma paisagem de beleza tão extraordinária que palavras não podem sequer descrevê-la (HUXLEY, 2015, p. 80, grifos nossos).

O autor então lança uma questão-chave: “O paraíso sempre é um local de joias. Por que isso?” (HUXLEY, 2015, p. 82). Como argumento à sua indagação, ele cita uma passagem do *Antigo Testamento*, em que o Jardim do Éden (Jardim de Deus) surge coberto por pedras preciosas, dentre elas, o diamante, a turquesa, o ônix, a safira, a esmeralda e o metal ouro. O paraíso ocidental, segundo Huxley, surge sempre com muros feitos de prata, ouro e berilo, com lagos repletos de joias e, até mesmo, a flor de lótus (ligada à pureza espiritual) é realçada por seu intenso brilho.

Desde as tradições celtas e greco-romana, são evidenciados ilhas e jardins mágicos, habitadas por deuses, que cintilam adornadas com pedras, metais e vidro<sup>43</sup> (substância com

<sup>42</sup> Tipo de alucinógeno natural extraído normalmente do cacto mexicano peiote.

<sup>43</sup> Aos fenícios, povos da Antiguidade, é credenciada a invenção do vidro. Essa civilização, que se formou na região da Palestina (regiões onde hoje ficam o Líbano e parte da Síria e de Israel), ficou conhecida por serem exímios navegadores e comerciantes (joias, vidros e cerâmicas estavam entre os principais produtos). O vidro é composto por matérias-primas naturais (areia, calcário, barrilha ou carbonato de sódio, alumina

esse potencial resplandecente também). As civilizações do extremo Oriente - entre elas, os povos do Japão e da Índia - também relatam ilhas e terras encantadas entre suas crenças e tradições. São descrições estas que perpassam a literatura budista, islâmica e hinduísta. Sobre os povos hindus<sup>44</sup>, vale citar, a partir dos pensamentos do autor, a terra de *Uttarakaru*, tida como o Outro Mundo, tomada por lagos, rios com flores raras “adornados por leitões dourados de lótus-vermelho. O país é todo coberto por joias e pedras preciosas (...). Em vez de areia, pérolas, joias e ouro margeiam os rios” (HUXLEY, 2015, p.81).

As vivências de Huxley com a mesalina e seus apontamentos sinalizam para algo que é consumado à joia: são adornos pessoais capazes de proporcionar ao sujeito a experiência de se aproximar, de uma maneira íntima e afetiva, desses mundos utópicos, fantasiosos; embriagando este mesmo sujeito de prazer, fascínio e poder irradiados por essa luz preternatural que vem das pedras preciosas, do ouro, da prata, do cobre, do vidro, enfim, do brilho.

Tão presente e estimada no ouro, essa *visualidade* ofuscante, apresentada aqui como a quarta qualidade da joia, merece ser fortalecida nessa reflexão. Entre todos os metais, o ouro é aquele que mais se entrelaça aos cenários visionários realçados nas narrativas místicas, religiosas, espirituais. Sua cor amarela, brilhante, luminosa, esplendorosa, que se assemelha ao esplendor do sol, consegue convocar - para si e para o sujeito que o traça - atenção, agrado, aspiração, prazer, reconhecimento e inveja. Esse sentimento de inveja surge, principalmente, a partir do desejo do outro de cativar a mesma aprovação e o mesmo arrebatamento.

Em *A utilidade do inútil: Um manifesto* (2016, p. 23), o filósofo e crítico literário Nuccio Ordine cita uma passagem do livro *Cem anos de solidão*, de Gabriel García Márquez, que é significativamente sugestiva para se pensar a relação controversa da humanidade com o ouro e sua considerável inutilidade:

Recluso em sua oficina secreta, de fato, o coronel revolucionário fabrica peixinhos de ouro em troca de moedas de ouro, que depois serão fundidas para produzir novamente outros peixinhos. Círculo vicioso que não escapa às críticas de Úrsula, aos olhos afetuosos da mãe preocupada com o futuro do filho: “Com o seu incrível senso prático, ela não podia entender o comércio do coronel, que trocava os peixinhos por moedas de ouro, e em seguida transformava as moedas

---

ou óxido de alumínio e corantes ou descolorantes. Conta-se que sua descoberta foi ao acaso, quando os navegadores perceberam que a areia e o calcário (as conchas) se combinaram através da ação da alta temperatura.

<sup>44</sup> Os hindus ou hinduístas são seguidores de uma das mais antigas religiões do mundo (cerca de 3 mil anos), o hinduísmo. A maioria dos praticantes da religião hinduísta vive na Índia (local de sua origem). Os hinduístas acreditam em *brāman*, considerado um poder espiritual, a fonte de toda existência presente em tudo e em todos os lugares. Acreditam em vários deuses: Vishnu, Shiva, Shakti e Brahma (não confundir com *brāman*), este último considerado o criador do universo.

de ouro em peixinhos, e assim sucessivamente, de modo que tinha que trabalhar cada vez mais à medida que vendia, para satisfazer um círculo vicioso exasperante”. (ORDINE, 2016, p. 23)

A passagem evidencia as experiências humanas engajadas para além do sentido prático, neste caso, especificamente, do lucro que envolve diretamente a visualidade do ouro e seus efeitos na natureza do sujeito. O círculo vicioso do coronel (personagem de Garcia Márquez) de transformar moedas de ouro em peixinhos de ouro, e vice-versa, retrata, à vista disso, o vigor do adorno nas experiências singulares vividas pelo sujeito. Transita-se, então, de uma tendenciosa monetização para uma aparente inutilidade. Porém, a inutilidade aqui é definitivamente envolvida por valores simbólicos, espirituais subjetivos e transcendentais que perpassam a percepção humana, circunscrita, singularmente, pelo afeto e pela comunicação.

Em consonância com Simmel (2006), as relações entre sujeito, o outro, os objetos e o mundo ao seu redor ganham contornos fundamentais à essência da vida no âmbito da experiência através da superficialidade (frivolidade) requerida pelas pessoas nas relações sociais. Para Simmel (2006, p. 80, grifo do autor), a superficialidade seria um dos alimentos vivos da socialidade, “uma fonte subterrânea” em que os seres humanos se nutrem “em seus sentimentos e atrações, na plenitude dos seus impulsos e convicções. Toda socialidade é um *símbolo* da vida quando esta surge no fluxo do jogo prazeroso e fácil”.

Para o filósofo e pedagogo John Dewey, em *Arte como experiência* (2010, p. 122), “toda experiência é resultado da interação entre uma criatura viva e algum aspecto do mundo em que ela vive”. Tal aspecto é revelado pelo próprio coronel, quando confessa que “seus únicos momentos felizes, desde a tarde remota em que seu pai o levava para conhecer o gelo, aconteceram na oficina de ourivesaria, onde passava o tempo armando peixinhos de ouro” (2016, p. 23). Concorde-se com Ordine (2016, p. 23) que a postura simples do personagem de Garcia Márquez, motivada apenas por uma alegria autêntica e distante de interesses monetários, surge apoiada no ato criativo em si. A atitude do coronel diante do escambo entre moedas e peixinhos de ouro escapa de uma finalidade precisa.

Por isso, Dewey acredita que o êxito pode ser experienciado a qualquer instante, sendo o cotidiano um contexto promissor para as experiências estéticas. Para ele, o estético se refere ao ato de percepção em que há uma atividade reconstrutora em que a consciência se torna forte e vívida. Processa-se por ondas que se estendem sequencialmente através de todo o organismo. O objeto ou cenário percebidos ficam completamente penetrados

emocionalmente no sujeito. Para perceber, o espectador ou observador precisa criar sua própria experiência.

Em *As formas da moda: comportamento, estilo e artisticidade* (2013), Renata Pitombo Cidreira, ao meditar sobre os pensamentos de Dewey, acentua a imprescindível lugar do cotidiano para a consumação das experiências estéticas:

Reivindicar o espaço do cotidiano como terreno para a experiência estética significa apenas reconhecer a amplitude que a constitui, qual seja, o fato de que a estética não diz respeito apenas a uma ciência do belo ou a uma filosofia das artes, como determinou Baumgarten (quando cunhou a estética enquanto disciplina), mas que ela diz respeito a nossa sensibilidade e, portanto, ao nosso corpo, a nossa percepção. Podemos experimentar o sublime, o êxito, a consumação no nosso dia a dia e não apenas em situações extraordinárias...É disso que Dewey parece falar. (CIDREIRA, 2013, p. 102)

É interessante também abordar os pensamentos do antropólogo Arjun Appadurai, em *A vida social das coisas: As mercadorias sob uma perspectiva cultural* (2008, p. 7), ao citar Simmel (1978), para compreender a troca como fonte da valoração mútua dos objetos. As trocas de coisas na vida comum são envolvidas por incontáveis negociações relacionadas ao que é desejável. Isso seria, segundo o autor, uma “troca de sacrifícios” apoiada, essencialmente, em acordos políticos que envolvem não somente ao fato de representar e constituir relações de privilégio e controle social; mas à tensão constante entre quadros de preço e barganha e a tendência das mercadorias romperem esses quadros. Isto porque os sujeitos implicados na troca nem sempre compartilham os mesmos interesses, pertencem a cenários culturais, sociais, históricos, econômicos e políticos diversos.

Essa argumentação de Appadurai é bastante elucidativa para o entendimento da ideia de *inutilidade útil*, proposta nesta tese como uma particularidade das joias, não as pensando como destino em si mesmas, mas como força próxima ao corpo que põe o sujeito em diálogo com o outro. E, por isso mesmo, são objetos dados, de forma considerável, à visibilidade, conforme afirma a pesquisadora e designer de joias Ana Paula de Campos, em *Arte-joalheria: Uma cartografia pessoal* (2011). O desejo pelo objeto joia é deslocado sobremaneira para a conjuntura que a envolve – afeto, sedução, proteção, amor, memória, poder, status. Este cenário vai ser, decerto, uma das prerrogativas para atestar a “legitimidade” do objeto.

A indispensabilidade da consciência deste cenário pode ser elucidada quando Ana Paula de Campos (2011) compara o uso de um colar de pedras em momentos diferentes:

em um evento de *red carpet*<sup>45</sup>, certamente o colar será de diamantes; já na festa de casamento na periferia, o mesmo colar será sempre bijuteria.

A partir das considerações da autora, as imagens da **Figura 15** podem ajudar a desvendar a relação inquietante e mútua de quem usa a joia e de quem a percebe como acontecimento, alcançando a relevância dessa circunstância para tal adorno: Angelina Jolie usa colar Athena, da HStern, no Oscar 2004; e MC Guimê, usa cordão de ouro e pingente em ouro branco, em Premiação do Canal de TV fechada *Multishow*.

Figura 15 – Angelina Jolie, no Oscar 2004; e MC Guimê, em Premiação do Canal *Multishow*.



Fonte: Adoro Joias<sup>46</sup>, HStern (<https://adorojoias.com.br/retrospectiva-joias-h-stern-no-oscar/>), (2020); Jornal Extra (<https://extra.globo.com/famosos/mc-guime-vai-ao-premio-multishow-com-cordao-seis-aneis-de-ouro-avaliados-em-200-mil-21988806.html>), (2020).

Da esquerda para a direita, nessa ordem, é apresentada a atriz, cineasta e ativista humanitária Angelina Jolie - mulher norte-americana, nascida em uma família aristocrática de cineastas - usando colar *Athena* com 93 diamantes (somando quase 85 quilates<sup>47</sup>) feito exclusivamente para a estrela do cinema à premiação do Oscar 2004, pela joalheria internacionalmente conhecida HStern, avaliado em US\$ 10 milhões. Ao lado, MC Guimê,

<sup>45</sup> Do inglês, tapete vermelho. Expressão dada aos grandes eventos cinematográficos realizados nos EUA e na Europa, principalmente.

<sup>46</sup> O Adoro Joias – Um Blog HStern compõe os canais oficiais de comunicação da marca HStern, sendo alimentado pela própria equipe de colaboradores da joalheria com conteúdos relacionados ao seu portfólio de produtos, seguindo uma linha jornalística ligada à moda, às artes e ao comportamento. O canal possui uma linguagem mais leve e acessível, a fim de aproximar tornar a relação marca e clientes mais próxima.

<sup>47</sup> O termo quilate (ct = do inglês *carat*) é uma unidade de peso para gemas coloridas e diamantes. Um quilate (1 ct) equivale a 200 miligramas ou 0,2 gramas (1ct = 0,2g), que é igual a 100 pontos. No comércio de diamantes, é comumente utilizado esse termo “ponto”. A nomenclatura quilate também é utilizada no comércio do ouro, isso porque o ouro em sua condição pura é muito moldável. Para deixá-lo mais firme, é preciso adicionar uma liga de outros metais na sua composição. No ouro, o quilate é representado pela letra “k” (também do inglês *karat*), que vai indicar a quantidade desse metal na joia. O ouro puro 24k ou ouro mil, ou melhor, uma joia em ouro 18k significa: 18 partes de ouro + 6 partes de outros metais = 24. O ouro 18k (ouro 750) tem 75% de ouro puro e 25% de outros metais.

cantor e compositor de funk ostentação<sup>48</sup> nascido em Osasco (SP) – homem latino, brasileiro, pobre, filho de um ajudante de eletricista<sup>49</sup> - usa, no Prêmio *Multishow* de Música, em 2017, cordão de ouro com um pingente em ouro branco com a imagem de Jesus Cristo, conjunto avaliado em R\$ 200 mil.

Mesmo apoiado no valor material do ouro, da prata e das pedras, o uso extravagante das joias exibido por MC Guimê, ao contrário de Angelina Jolie, necessita que sua ambiência seja reconhecida. Para tanto, esses adornos como acontecimento se mostram, seguramente, como uma forma de alteridade e resistência atrelada às tentativas de ruptura dos valores socioculturais e das consequências históricas impregnados no estar-junto contemporâneo.

Normalmente encomendadas a designers e ourives como o Ita, Luiz Fernando Ferreira da Silva<sup>50</sup>, que desenha e produz suas joias em uma pequena oficina familiar (VEJA SP, 2017), as joias de MC Guimê buscam cumprir suas funções de objetos culturais requeridos a uma necessidade máxima de irradiação pessoal dentro de um ambiente desigual. O excesso surge, como apontado anteriormente, como enfrentamento que anseia por anuência devida não somente para o artista; mas também para o próprio Ita (conhecido hoje como “artesão do funk), cujo trabalho de designer de joias é bastante dessemelhante ao impacto comunicativo que os grandes nomes do designer de joias e as grandes joalherias, como a HStern, alcançam.

Na reportagem: *Conheça o ourives que fabrica as joias do funk ostentação*, publicada na Veja SP, em 01 de junho de 2017, o jornalista Marcus Oliveira faz inclusive uma comparação válida sobre os diferentes perfis de negócio e circunstâncias que ilustram o segmento de joalheria.

No mercado, as peças do artesão do funk correm por fora. Um anel da rede de joalherias Jack Vartanian, com lojas no Shopping Iguatemi e na Rua Bela Cintra, por exemplo, é vendido por 9.800 reais, quase cinco vezes o valor dos objetos de tamanho similar de Ita. “E meus clientes ainda pechinçam”, reclama. (VEJA SP, 2017)

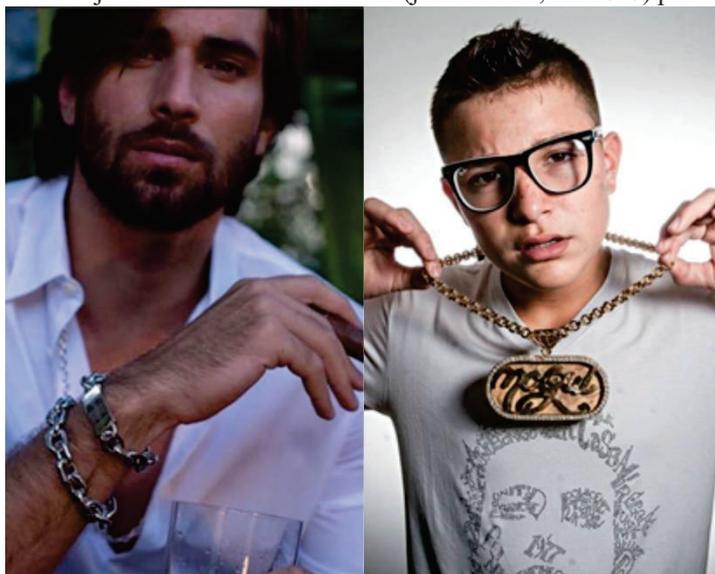
<sup>48</sup> Estilo musical brasileiro, criado no fim da primeira década dos anos 2000, na cidade de São Paulo. O gênero musical contribuiu para a popularização do funk por todo o Brasil, saindo definitivamente do universo considerado *underground*.

<sup>49</sup> Ao pontar essas latentes diferenças sociais e culturais entre Angelina Jolie e MC Guimê, reforça-se que existem ainda complexas questões étnicas e raciais extremamente fortes entre os dois, principalmente quando diz respeito ao cenário latino e, em particular, brasileiro, cujos povos são marcados por intensos fluxos híbridos entre brancos (em sua maioria, europeus), negros e indígenas.

<sup>50</sup> Ita começou a trabalhar com joias em 1999, após aprender o ofício com o pai, Juraci. Inicialmente, usava apenas a prata como matéria-prima. A partir de 2007, seu trabalho passou a ser comercializado em lojas da Rua 24 de Maio, famosa por concentrar estabelecimentos do setor. A venda nessa região paulista funcionou como uma vitrine, e o fez ser procurado pelo então funkeiro iniciante MC Guimê, em 2011. A partir da visibilidade conquistada associada à imagem de MC Guimê, a procura pelo trabalho de Ita aumentou consideravelmente (VEJA SP, 2017).

Ao citar o designer Jack Vartanian, o jornalista sobressai as dissidências presentes na concepção e no consumo de joias tão perceptíveis na joalheria nacional. Jack Vartanian abriu sua primeira joalheria em 1999, contudo, sua afinidade com as joias é fruto de uma tradição familiar ligada à expertise em pedras preciosas. De origem Arménia, naturalizado brasileiro, ele foi fortemente influenciado por seus pares a seguir a carreira de joalheiro. Porém, ao contrário de Ita, que aprendeu as técnicas de ourivesaria com seu pai Juraci numa singela oficina, Vartanian teve oportunidade de viajar pelo mundo, de acessar um conhecimento distante até então da realidade de Ita. Com criações tidas como *alta-costura em joalheria*, Jack Vartanian se firmou como um dos principais criadores do Brasil, e conquistou ainda uma projeção mundial. Suas peças são referência de consumo e anunciam fortes tendências para o segmento, com presença constante nos principais editoriais de moda do país.

Figura 16 – Na esquerda, pulseiras Jack Vartanian (coleção JV Man II 2019); à direita, pingente em formato de diamante cravejado também com diamantes (joalheiro Ita, em 2017) para o MC Gui.



Fonte: Instagram (IG) Jack Vartanian, (02 de set. 2019); e Veja SP, (<https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/ourives-funk-ostentacao/>), (2020).

Essas considerações sobre Jack Vartanian insistem para que a observação proposta se volte novamente para as conexões entre MC Guimê e o joalheiro Ita. Na **Figura 16**, à esquerda, um modelo exhibe pulseiras de corrente em prata com banho de ródio branco, assinadas por Jack Vartanian (coleção JV Man II 2019), que custam entre R\$ 2.400 e R\$ 2.900; à direita, MC Gui ostenta pingente em formato de diamante e cravejado de diamantes, feito sob encomenda pelo joalheiro Ita, em 2017, para o MC Gui, avaliado em R\$ 6 mil.

A *composição da aparência* realçada por *joias anônimas* e as letras de música dos artistas do funk ostentação se exibem, assim, como caminhos de externar e destacar os sonhos de consumo desses jovens, em sua maioria, nascidos e criados em comunidades tidas como periféricas do estado. As canções citam constantemente grifes de roupas, acessórios, carros, bebidas, reputados como de luxo; que, logo depois, começam a se fazer presentes na figuração em clipes musicais, nos perfis das redes sociais e nas apresentações públicas; e integrar os modos de vida protagonizados por esses funkeiros. Um movimento que mexeu consideravelmente com o consumo das grandes marcas no país, inclusive das joalherias.

*A noite chegou, nós partiu pro Baile funk  
E como de costume toca a nave no rasante  
De Sonata, de Azzera, as mais gata sempre pira  
**Com os brilho da joias no corpo de longe elas mira**  
Da até piripaque do Chaves onde nós por perto passa  
Onde tem fêrvo tem nós, onde tem fogo há fumaça  
(MC Guimê, Plaque de100, grifos nossos).*

Retomando as ideias apresentadas por Campos (2011), a joia se instala no intervalo desejo/corpo, no intervalo interno/externo, no intervalo sujeito/mundo, no intervalo eu/outro. “Sob essa ótica, a diversidade de joias refere-se, sobretudo, às relações estabelecidas no mundo e com o mundo, em suas esferas individuais e coletivas”, afirma (2011, p.46). Até mesmo as joias que apresentam uma relação direta com o sagrado (algumas conhecidas como joias de proteção) ou aquelas joias passadas de geração em geração (memória afetiva) “se referem a um fora de si, um outro expresso na forma de entidade ou de ausência” (CAMPOS, 2011, p.46).

Desse modo, esse adorno máximo à irradiação do ser humano surge, eminentemente, como objeto agenciador de desejos. Que não está, por seu turno, exclusivamente confrontada a partir de uma valoração econômica. Mas sim, por proporcionar ao indivíduo uma experiência de completude no reconhecimento de si sob o apreciar do outro. A joia envolve as experiências dos sujeitos encarnados no mundo possibilitadas por convívios intersubjetivos que comportam os cenários, as memórias, os constantes fluxos culturais, sociais, econômicos e políticos valorados pelo ser humano. Associada às ideias de pertencimento, distinção, proteção, sedução, afetividade e comunicabilidade, esse eficiente meio para o alcance máximo à percepção de si se conforma com suas qualidades vitais da raridade, perenidade, brilho, visualidade e *inutilidade útil*, encaminhando de forma intensa os laços entre o sujeito, o outro e os objetos.

### 3. JOIA: ENLACE INELUTÁVEL ENTRE ORNAMENTO E ADORNO, DECORATIVO E ORNAMENTAL

#### 3.1 O protagonismo do ornamento na composição da joia

Em 1874, o poeta e crítico literário francês Stéphane Mallarmé assina por meio de pseudônimos femininos – ‘Marguerite de Ponty’ ou ‘Miss Satin’ - a publicação *La Dernière Mode: Gazette du monde e de la famille*, que reuniu uma série de artigos sobre moda, joias, jardinagem, móveis, gastronomia e teatro. São curiosas e, pode-se considerar também, bastante assertivas as observações de Mallarmé sobre temas do dia a dia que têm a capacidade de agenciar e alimentar o jogo das socialidades. Em seu ensaio *Bijoux*, o autor conversa com o leitor sobre a utilidade das joias na *composição da aparência*, ressaltando a posição de Paris como a principal vitrine do mundo, seja como museu (por sua capacidade de ressuscitar antigos usos) ou como bazar (por aceitar e tornar desejável e “delicioso” o novo).

É notável, inclusive, sua associação entre “Antiguidade bárbara” e “Antiguidade clássica”, que seriam o gosto simples e a tradição de ornamentos pesados dos séculos esquecidos, respectivamente. A proposta do autor é que se chegue à junção entre essas duas inspirações, reconhecidas como muito diferentes da arte do ourives. Valorizando-se, assim, a audácia com a qual tais ornamentos pesados são colocados como toques magistras sobre as vestimentas e o gosto acessível, descomplicado presente, por exemplo, na confecção de “pulseiras de vidro filetado da Índia e os brincos de papel recortado da China” (MALLARMÉ, 2016, p.275).

Mallarmé revela ainda algo fundamental para se pensar a noção de joias através do tempo. Segundo ele, todo o sentido da joia está na decoração. Sua aproximação das joias com a decoração ressoa nas criações significativas de René Jules Lalique, que marcaram o movimento *Art Nouveau*, ao final do século XIX - como já citado neste estudo. As obras de Lalique surgem como reflexo da era moderna associado à imaginação popular explorando a sinuosidade de formas botânicas, motivos florais, femininos em curvas dissonantes e cores vivas (VIEIRA, 2018). É determinante assinar Lalique como um dos pioneiros a misturar nas suas criações pedras consideradas não convencionais e, conseqüentemente, não preciosas na joalheria da época<sup>51</sup>, além de materiais como o plástico e o vidro. É, sem dúvida, um dos nomes mais significativos para a joalheria que se configura

---

<sup>51</sup> Até o início do século XX, o diamante, rubi, safira, esmeralda e a pérola eram as gemas de maior valia na joalheria.

na modernidade, sendo considerado, de acordo com o Museu Calouste Gulbenkian (2020), como “o inventor da joia moderna”<sup>52</sup>. Até assumir, em 1885, a oficina do joalheiro Jules Destape, em Paris, trabalhou como designer independente para as tradicionais joalherias Boucheron, Cartier e Jacta, imprimindo uma assinatura inconfundível.

Figura 17 – Joias de Lalique, representativas da poética *Art Nouveau*: peitoral *Libélula* (1897-1898); Diadema *Galo* (1897 – 1898); placa de gargantilha *Perfil feminino* (1898-1900),



Fonte: Museu Gulbenkian, ([https://gulbenkian.pt/museu/works\\_museu/peitoral-libelula/](https://gulbenkian.pt/museu/works_museu/peitoral-libelula/)); ([https://gulbenkian.pt/museu/works\\_museu/diadema-galo/](https://gulbenkian.pt/museu/works_museu/diadema-galo/)); ([https://gulbenkian.pt/museu/works\\_museu/placa-de-gargantilha-perfil-feminino/](https://gulbenkian.pt/museu/works_museu/placa-de-gargantilha-perfil-feminino/)), respectivamente, da esquerda para a direita, (2020).

Em 1890, realizou seus primeiros experimentos usando vidro e esmalte lado a lado com ouro, opalas, diamantes, pérolas, ametistas, dentre outras gemas. Entre as obras representativas que o consagraram na Exposição Universal de Paris (1900) estão: o peitoral *Libélula*; o diadema *Galo*; e a placa de gargantilha *Perfil feminino* (**Figura 17**).

O peitoral *Libélula* foi uma das peças mais aclamadas na Exposição Universal de Paris. Também conhecida como *Mulher-Libélula*, a joia apresenta uma figura considerada híbrida que pode transmitir beleza e/ou feiura. A peça é feita em ouro, contém aplicações em esmalte de várias cores, pedra da lua, crisoprásio, calcedônia e diamantes, segundo informações do Museu Calouste Gulbenkian (2020). Da boca do inseto aparece um busto sugestivo feminino em crisoprásio, cuja cabeça é coberta por um elmo decorado com duas figuras de escaravelhos em ouro esmaltado. O corpo longilíneo do inseto é todo em ouro esmaltado com calcedônias em cabochão<sup>53</sup> (MUSEU CALOUSTE GULBENKIAN, 2020).

O diadema *Galo* é composto por uma cabeça de galo em aparência perfeita, executado em ouro, chifre e esmalte, tendo no bico aberto uma ametista lapidada. Os

<sup>52</sup> Ao lado de Lalique, outros importantes nomes contribuíram para a poética da joalheria Art Nouveau, a exemplo de Georges Fouquet, Louis Comfort Tiffany, Lluís Masriera, Vever, Von Cranash, Philippe Wolfers. Todos eles são grandes expoentes do design de joias do período.

<sup>53</sup> Cabochão ou cabuchão é um termo usado em gemologia para definir uma gema lapidada na forma arredondada.

elementos da crista são feitos em malha de ouro serrada, acrescidos de esmaltes irisados em tons de azul e verde, que são bem particulares às joias assinadas pelo designer. Outro detalhe não menos importante é o pente, de chifre, composto por três dentes, articulado por uma dobradiça de ouro. Ao apreciar placa de gargantilha *Perfil feminino*, nota-se um rosto de perfil como figura central, esculpido em crisoprásio e envolvido por fitas e laços em ouro esmaltado em azul, feita em ouro gravado e esmaltado na cor azul-alfazema. A joia é formada ainda por três papoilas dormideiras (espécie de planta) esmaltadas também em tom azul (MUSEU CALOUSTE GULBENKIAN, 2020).

Esse traço tão característico, marcado pelo colorido e pelas formas curvas, se manteve, sobretudo, quando Lalique começou a trabalhar, no início do século XX, com objetos de decoração. Em 1907, passou a desenvolver também rótulos e vidros dos perfumes para François Coty. Mesmo após sua morte, em 1945, sua poética continua sendo inspiradora, evocando a perenidade, a raridade, o brilho, a visualidade e a *inutilidade útil* das joias, a transparência e o brilho do cristal na formação da joia a partir da capacidade decorativa e ornamental. As interferências feitas por Lalique na dinâmica criativa das joias e dos objetos demonstram e reforçam a compreensão da figura estética do adorno, cuja intenção é atender ao desejo latente do sujeito e, conseqüentemente, provocar o efeito social de distinção ou pertencimento através da decoração e/ou ornamentação. O processo inventivo enlaçado ao protagonismo do ornamento, como enunciado do impulso criativo, surge, então, como primordial para o entendimento das potencialidades do adorno joia.

As convicções reflexivas e criativas dos coetâneos Mallarmé e Lalique se mantêm extremamente atuais, uma vez que apresentam uma das discussões que mais persistem no segmento da joalheria: a busca pelo equilíbrio entre o considerado gosto simples associado normalmente à valorização crescente do design; e a preferência histórica pelo peso do ornamento. Este peso deve ser apreendido a partir de um sentido alargado do que seria tangível; que, como já apontado, envolve entendimentos particulares à noção de joia: uma *materialidade* corporalizada ao *brilho*, à *raridade*, *perenidade*, *visualidade* e *inutilidade útil*.

Há uma inevitável ponderação sobre o protagonismo do ornamento na composição das joias, seja através de designers que valorizam e defendem o uso de todo ou qualquer material associado ou não aos tradicionais metais e gemas; ou ainda por movimentos que surgem na própria *Alta Joalheria*<sup>54</sup> e, mais ainda, no campo das artes. Lançando um olhar

---

<sup>54</sup> Podem ser inicialmente referenciadas como Alta Joalheria as joias com um design singular, alto rigor formativo e uma materialidade exagerada ainda persistente, raridade, beleza, brilho, *inutilidade útil* e,

para a joalheria no início da segunda metade do século XX, enxerga-se uma série de tentativas imaginativas que espelham os impactos das diversas linhas de pensamentos modernos nas artes plásticas.

Para Besten (2011), as artes nas décadas de 1960 e 1970 se caracterizaram por uma avalanche de atitudes, que têm em comum, entre alguns aspectos, a tendência à imaterialização e conceitualização apoiada em uma necessidade de romper com as tradicionais mídias e investir em novas plataformas, dentre elas, a fotografia, o vídeo, a performance. Como um meio importante nas artes vanguardistas, a fotografia, em especial, passa então a compor a inventividade daqueles designers de joias que mantiveram uma postura reflexiva em relação à percepção, a compreensão e ao fazer artístico (BESTEN, 2011).

A trajetória criativa do designer e artista holandês Gijs Bakker<sup>55</sup> ilustra de forma clara esses frequentes questionamentos sobre predisposição dessa subjetividade conceitual em coparticipação com o ornamento na joalheria. Sobretudo, porque Bakker iniciou sua carreira durante o auge do Modernismo e do minimalismo na Holanda. Alguns anos depois, em 1970, ele, ademais, assume que teria ficado preso às “formas muito geométricas que outrora haviam sido tão libertadoras” (*apud* BESTEN, 2011, p. 148). Ao mesmo tempo, em entrevista concedida à pesquisadora (2011), no ano de 1984, Bakker relutou em admitir qualquer associação decorativa ao seu trabalho, destacando que esse aspecto da joia não o interessava. A propósito, nesse período, ele começou a experimentar simultaneamente novos tipos de joalheria, interrogando sempre nos seus processos os valores do ouro e do adorno.

Das experimentações de Bakker, na década de 1970, destaca-se um trabalho conceitual utilizando a fotografia. A fim de materializar ou congelar as marcas corporais do uso de um fio de ouro como joia, na cintura, nos braços, tornozelos de uma mulher, ele criou, em 1973, a coleção *Shadow Jewelry* (joias de sombra) - **Figura 18**. O fio de ouro criava marcações, ou melhor, impressões (ações) temporárias na pele, que foram registradas

---

especialmente, um valor alicerçado no conceito de luxo a partir fruição de um estilo restrito a uma minoria; características somadas à presença marcante de referências culturais, sociais, históricas e naturais das artes decorativas. Ao longo da tese, esse conceito de luxo será ampliado, assim como pretende-se alcançar uma classificação mais assertiva às joias consideradas de Alta Joalheria.

<sup>55</sup> Seus projetos abrangem joias, acessórios para casa e eletrodomésticos, móveis, design de interiores, espaços públicos e exposições. Ele trabalhou e trabalha para várias empresas, incluindo Polaroid, Artifort, Droog Design, Castelijm, HEMA, Royal VKB, ENO Studio e, recentemente, como diretor criativo da Yii, Taiwan. Bakker ensinou em várias escolas, entre as quais o Instituto de Artes ArtEZ em Arnhem, a Universidade de Tecnologia de Delft e a Academia de Design Eindhoven, onde trabalhou de 1987 a 2012 (desde 2000, como chefe do programa de mestrado). Em 2016, Bakker é membro da Sociedade Holandesa de Artes (Akademie van Kunsten) (GIJS BAKKER, 2020).

pelo designer e perenizadas pela fotografia. Para Besten (2011), o interessante é especialmente o resultado do processo criativo do designer, que se apresentou como uma espécie de simulacro do próprio adorno - uma suposta pulseira feita em ouro. A combinação de fotografias seria a única evidência remanescente da ação (impressão), determinada pelo uso simulado de um simples fio de ouro como joia.

Figura 18 – Coleção *Shadow Jewelry* (1973), de Gijs Bakker.



Fonte: GIJS BAKKER, (<http://www.gijsbakker.com/>), (2020).

Figura 19 – Joias de Gijs Bakker, em ordem cronológica, sentido horário: os colares *Dew Drop* (1982); *Dahlia* (1984); e *Double Chin* (1985), este, sendo usado pela cantora americana Rihanna para editorial da ELLE Magazine, em outubro de 2017; e por último, *Bouquet Brooch 231* (1989).



Fonte: GIJS BAKKER, (<http://www.gijsbakker.com/>), (2020).

À época, Bakker cria ainda os colares (**Figura 19**) *Dew Drop* (1982), *Dahlia* (1984) e *Double Chin*<sup>56</sup> (1985) com realce para os motivos florais, ordenamento e uma expressividade estética que encanta aos olhos. Critérios esses - vale salientar - que estão de acordo com algumas teorias sobre o ornamento, como afirma Besten (2011). A partir de

<sup>56</sup> Do inglês, gota de orvalho e queijo duplo, respectivamente, em livre tradução.

1985, ouro, pérolas e pedras preciosas se tornaram centrais nos projetos de Bakker, já influenciado inclusive pelos movimentos Pós-Modernista<sup>57</sup>, que marcaram sobretudo as décadas de 1970 e 1980.

Tratando-se do design, especificamente, vale destacar, nesse período, a adoção das novas tecnologias e seus impactos no design gráfico e design de produto, com o surgimento inclusive do que poderia ser chamado de objeto virtual, a exemplo, o site na internet, como observado por Rafael Cardoso, em *Uma introdução à história do design* (2008). A importância da tecnologia no século XX alterou de forma decisiva as relações entre forma e função, técnica e materiais. Tais evoluções tecnológicas, de acordo com Cardoso (2008), promoveram, desde então, um deslocamento no eixo conceitual do design que passa de uma autonomia relativa tradicionalmente atribuída ao produto (como uma entidade fixa no tempo e no espaço) a uma noção mais fluida que envolve processo e interação.

Nesse contexto, as questões de interação do usuário com o produto tornam-se determinantes para o design. À medida que a produção industrial vai se tornando mais precisa e diferenciada, é no âmbito eminentemente subjetivo da experiência e da emoção que as verdadeiras decisões de projeto deverão se dar. (CARDOSO, 2008, p. 236)

Nas iniciativas de Bakker, pode-se admitir através de Cardoso, uma visão mais eclética e híbrida própria dos movimentos pós-modernos, que rastreia em suas tentativas formativas “a desordem, o ruído e a poluição visuais” (CARDOSO, 2008, p.240). Essa atribuída poluição visual e aparente desarranjo é sugestiva na coleção com cinco broches buquê assinada pelo designer, em 1989. Ele apresentou broches (ver um dos exemplares da coleção na **Figura 19**) formados a partir de um objeto banal: uma foto de um buquê considerado cafona com flores coloridas recortadas em um cartão postal, no qual o designer acrescentou joias reconhecidas pelo seu alto valor material (safiras, diamantes e turmalinas). Desde então, suas joias, como destaca Besten, se revelaram gradualmente mais decorativas do que ele, ao que parece, admitiria:

Como poderia um designer como ele, o pioneiro do modernismo em joalheria, fazer isso funcionar? Como ele poderia se alegrar repentinamente com uma abundância de quilates, exclusividade, luxo, no excesso de fluidez, que ele sempre dispensava? As discussões na época eram sobre a ironia de combinar banalidade com o maior exemplo de elevação: um cartão postal com uma gema preciosa. Hoje, essas escolhas não parecem mais importantes, pois vimos muito disso ao longo dos anos. Além de serem declaratórios, eles [os broches de

---

<sup>57</sup> Período de mudanças históricas, sociais e culturais que começa a ser configurar após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), mas que ganha contornos mais objetivos nas décadas de 1970 e 1980. Um dos acontecimentos históricos mais representativos do que se considera por muitos pesquisadores o fim da modernidade é a queda do muro de Berlim, em 1989. Uma das marcas desse momento é o pluralismo, através de uma postura receptiva para novas posições, sem pretensões por encontrar uma única forma correta, uma única verdade para o fazer.

Bakker] abordaram nosso lado hedonista e atendem a satisfação de uma necessidade estética de cor e liberdade artística sem limites morais (não devemos esquecer que até aquele período na história holandesa das joias de arte ainda havia muitos). Nesse sentido, este trabalho é uma espécie de "arte por arte", embrulhado em um ornamento. (BESTEN, 2011, p. 148, tradução nossa)<sup>58</sup>

Estas criações do designer holandês foram e continuam sendo significativas para o entendimento da relevância do ornamento aos esforços criativos através da história, além de mobilizarem consideravelmente os debates entre os artistas e joalheiros. Pensando a partir das considerações feitas por Besten, o ornamento se mostra como algo essencial para se alcançar um resultado espontâneo, vivo, agradável nas criações humanas, mesmo que estas estejam sempre agarradas a preceitos morais, sociais e econômicos. No design de joias, em particular, essa vivacidade requisitada ao ornamento, compreendido como proposição à expressividade estética do adorno, está conectada à própria natureza etimológica da palavra joia: jogo, *jocalia*, gracejo, brincadeira, alegria, prazer – já apresentada anteriormente na tese.

A premissa principal seria porque o ornamento obedece, acima de tudo, aos desejos da pessoa de alcançar prazer. Como afirma Owen Jones, responsável por uma das mais importantes publicações da Era Vitoriana<sup>59</sup> - *A gramática do ornamento* (publicada em 1856)<sup>60</sup>, o impulso ornamental seria um poderoso e inalienável instinto presente em todos os povos, entre todas as civilizações (PAIM, 2000, p. 20). Jones, por outro lado, não associava os padrões ornamentais a representações que poderiam estar ligadas aos entrelaçamentos históricos e sociais e suas possibilidades significativas.

Ao reunir ilustrações das diversas fases da arte ornamental, ele demonstrou sua necessidade de racionalizar esse impulso ornamental, valorizando, principalmente, as

---

<sup>58</sup> “How could a designer like him, the pioneer of Modernism in jewellery, make this work, how could he suddenly rejoice in an abundance of carats, exclusivity, luxury, in the superflousness he always dismissed? Discussions at that time were about th irony of combining banality with the utmost example of elevation: a postcard with a precious gem. Today these choices don’t seem that important anymore for we’ve seen lots more of that over the years. Besides being a statement, they addressed our hedonistic side and were the satisfaction of an aesthetic need for colour and artistic freedom without any moral boundaries (we should not forget that up until that period in Dutch art jewellery history these was still a lot of dos and don’ts). In that sense this work is a kind of ‘art for art sake’ statement - wrapped in a ornament”.

<sup>59</sup> A Era Vitoriana foi o período de reinado da Rainha Vitória sobre a Inglaterra, no século XIX. Ela assumiu o trono em junho de 1837, quando seu tio Guilherme VI morreu sem deixar herdeiros. Seu reinado durou 63 anos, até sua morte, em janeiro de 1901. Ela subiu ao trono quando seu tio Guilherme VI morreu sem deixar herdeiros. A Era Vitoriana foi marcada por grande desenvolvimento econômico e industrial no país, além da intensa exploração colonial.

<sup>60</sup> A publicação compõe a história do desenho britânico, sendo um dos mais importantes textos do Movimento de Artes e Ofícios.

“formas de beleza que ainda não tenham sido utilizadas *ad nauseam*” (JONES, 2010, p. 18). Quatro fatos principais norteiam seus estudos:

Primeiro: sempre que um estilo de ornamento desperta admiração universal, ele está invariavelmente de acordo com as leis que governam a distribuição da forma na natureza. Segundo: não importa quão variadas sejam as manifestações em cumprimento dessas leis, as principais ideias em que se baseiam são muito poucas. Terceiro: que as modificações e desenvolvimentos ocorridos de um estilo para o outro foram causadas pelo descarte súbito de algum impedimento fixo que libera o pensamento por um tempo, até que a nova ideia, assim como a antiga, se torne novamente fixa, dando à luz, por sua vez, novas invenções. Último: tentei mostrar, no vigésimo capítulo, que o progresso futuro da arte ornamental pode ser mais bem assegurado enxertando na experiência do passado o conhecimento que possamos obter de um retorno à natureza para renovar a inspiração. (JONES, 2010, p. 18)

Figura 20 – Motivos egípcios encontrados nos tetos de tumbas de diversas partes do Egito, apresentados por Jones (2010, p. 71), em sua obra *A gramática do ornamento* (1856).



Fonte: *A gramática do ornamento* (JONES, 2010).

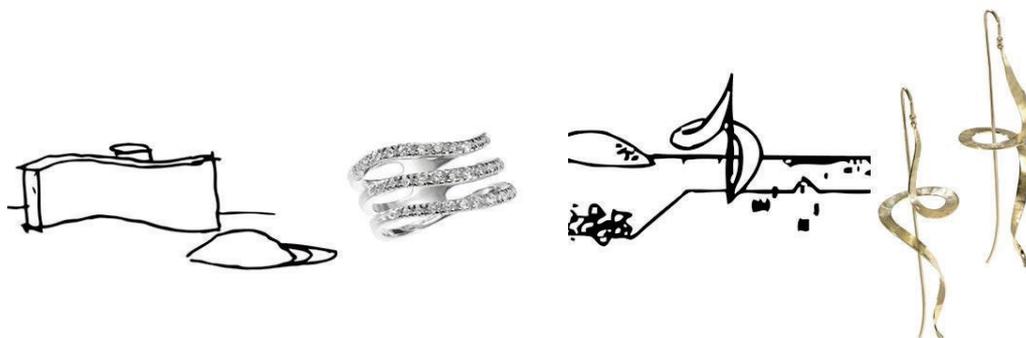
Sua obra propõe ainda princípios gerais à disposição de forma e cor defendidos em arquitetura e nas artes decorativas. Segundo Jones (2010, p. 23), em sua primeira proposição, as artes decorativas resultam da arquitetura, sendo esta a expressão dos desejos, das habilidades e dos sentimentos da era em que é criada. “Como a arquitetura, todos os trabalhos das artes decorativas devem contar com aptidão, proporção e harmonia para que o resultado seja a placidez”. A verdadeira beleza, de acordo com ele, seria resultado dessa placidez que a mente sente quando o olhar, o intelecto e as afeições são satisfeitos pela ausência de qualquer carência. Ele acrescenta ainda que a construção deve ser decorada e tal decoração nunca deve ser realizada deliberadamente. O ornamento, a partir da perspectiva de Jones, deveria então se basear em uma construção geométrica, que busca a proporção. A harmonia das formas estaria, deste modo, “no equilíbrio adequado e no contraste entre o reto, o inclinado e o curvo” (JONES, 2010, p. 24).

Apesar de muitos considerarem rígida a teorização de Jones, compete avaliar, neste momento, a atividade imaginativa construtiva do ornamento como método em si. Considera-se que os padrões ornamentais – mesmo sendo vistos amplamente por sua

aparente dispensabilidade e até mesmo por uma certa futilidade - não surgem de maneira aleatória. Sua elaboração percorre um caminho laboral singular, que se revela ao criador, com aspirações a um regozijo.

Esse vínculo entre a arquitetura e o ornamento pode ser reconhecido, especificamente, no século XXI, por meio de propostas de design acolhidas por joalherias como a HStern. As linhas livres, contínuas do arquiteto brasileiro Oscar Niemeyer<sup>61</sup>, serviram de inspiração para uma das coleções mais emblemáticas da marca nacional de joias, lançada em 2008. Mesmo inspiradas nos traços modernistas de Niemeyer, a coleção homônima exibe em suas formas orgânicas uma harmonia e um ritmo inconfundíveis à idealização dos ornamentos.

Figura 21 – Joias HStern inspiradas no modernismo sinuoso de Oscar Niemeyer.



Fonte: Architectural Digest, ([https://www.architecturaldigest.com/story/oscar-niemeyer-h-stern-jewelry?mbid=social\\_facebook\\_post1\\_blog-shopping](https://www.architecturaldigest.com/story/oscar-niemeyer-h-stern-jewelry?mbid=social_facebook_post1_blog-shopping)), (2020).

À época com 101 anos, Niemeyer participou da concepção das joias para a marca HStern ao lado do presidente e diretor criativo, Robert Stern, e fez questão de aprovar pessoalmente cada peça finalizada. A partir dos croquis elaborados à mão pelo reconhecido arquiteto brasileiro, a direção criativa da HStern criou 35 modelos de brincos, pulseiras, braceletes, colares, pingentes e anéis. A coleção *Oscar Niemeyer* foi distribuída em oito linhas: *Pampulha*, *Brasília*, *Copan*, *Joia*, *Croqui*, *Curvas*, *Flor* e *Mulher Preferida*. Até mesmo as embalagens das joias ganharam versões exclusivas, desenvolvidas a partir da ideia de uma caixa feita em uma espécie de cimento. Na **Figura 21**, joias HStern inspiradas no modernismo sinuoso de Oscar Niemeyer. A coleção, lançada em 2008, ganhou novas peças, em 2014, inspiradas nos esboços do arquiteto brasileiro, contemplando o edifício

<sup>61</sup> O carioca Oscar Niemeyer é um dos principais representantes da arquitetura moderna mundial, com mais de 600 obras pelo mundo. Suas obras se caracterizam pelo uso de matérias-primas como concreto, vidro, pelas formas curvas e vãos livres, consolidando um estilo inconfundível. Niemeyer faleceu em 2012, aos 104 anos. Algumas das suas grandes obras: a Catedral Metropolitana Nossa Senhora Aparecida de Brasília (DF), o Museu de Arte Contemporânea de Niterói (RJ), o Edifício Copan em São Paulo (SP), o Museu Oscar Niemeyer em Curitiba (PR) e a sede das Nações Unidas (ONU) em Nova Iorque.

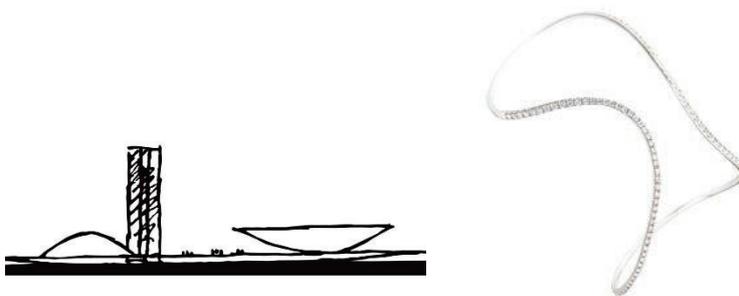
Copan e o Parque Ibirapuera - construções estas que compõem consideravelmente a arquitetura e urbanismo da capital paulista.

“Quando nos conhecemos, perguntei se ele poderia me dar um conceito para a linha de joias. Ele disse: 'Sabe, eu não sou arquiteto - apenas sonho e faço esboços. Não olhe para os meus prédios em busca de inspiração, olhe meus esboços’”, contou Robert Stern, em entrevista para *Architectural Digest*<sup>62</sup>, em 28 de fevereiro de 2014, quando a coleção foi reeditada e relançada com 34 novas joias.

As retas torcidas e enviesadas construídas nos prédios e monumentos desenhados pelo arquiteto constituem o design das joias feitas em ouro amarelo e ouro branco texturizados e diamantes pequenos, proporcionando ao olhar uma sutil referência ao concreto: “[os diamantes] São coadjuvantes, servem apenas para dar uma luz às peças” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2008). Destaca-se, entre as joias, a pulseira com aplicação de 103 diamantes, que recebeu o nome da capital federal brasileira, *Brasília*<sup>63</sup> (Figura 22).

As joias foram concebidas por Roberto Stern, presidente e diretor de criação da HStern, e sua equipe. “Não olhei para as obras arquitetônicas, mas para os desenhos dele, que me encantam. Fizemos uma pesquisa sobre os seus traços originais, buscando dar às joias a forma dos desenhos”, conta Stern. Niemeyer foi consultado a cada etapa do trabalho. Diante dos primeiros esboços das joias, sugeriu pequenas modificações. Quando as peças-piloto ficaram prontas, sua primeira reação foi apalpá-las, uma a uma, lentamente. “As joias ficaram muito bonitas e bem leves, é incrível como conseguiram fazê-las iguais aos meus desenhos”, disse Niemeyer à Folha. (FOLHA DE SÃO PAULO, 2008)

Figura 22 – Pulseira *Brasília*, em ouro branco com aplicação de 103 diamantes, inspirada no desenho do Congresso Nacional da capital federal feito por Oscar Niemeyer.



Fonte: Consuelo Blog, (<https://www.consueloblog.com/h-stern-oscar-niemeyer-que-presente-34-novas-pecas/>), (2020); Pinterest HStern, (<https://br.pinterest.com/pin/1407443604798909/>), (2020)

<sup>62</sup> O *Architectural Digest* é um dos mais importantes canais de comunicação para o segmento do design, da arquitetura e do urbanismo internacional.

<sup>63</sup> A capital federal Brasília foi projetada pelo urbanista Lucio Costa, em 1956, durante o governo de Juscelino Kubitschek. Costa foi responsável pelo planejamento da capital e escolheu Oscar Niemeyer para idealizar os projetos dos prédios, enquanto o arquiteto, paisagista e artista plástico Burle Marx assumiu a concepção dos jardins e terraços.

As linhas geométricas, as curvas e o uso equilibrado das cores típicos da poética modernista foram revisitados pela HStern, em 2013, quando a joalheria lançou a coleção *Burle Marx*, uma homenagem a Roberto Burle Marx. Com joias em ouro amarelo com pedra ônix e prata com diamantes e quartzos negros, desenhadas a partir de uma perspectiva abstrata, a coleção nasceu inspirada nos desenhos assinados por Burle Marx, em 1962.

Figura 23 – Desenhos e peças da Coleção *Burle Marx HStern* (2013), elaboradas a partir dos desenhos do artista multimídia brasileiro Roberto Burle Marx (1909-1994).



Fonte: Catálogo *O fio que costura Ouro: a arte do Brasil* (HSTERN, 2015); JOIALERISMO, (<http://www.joialerismo.com/2013/11/joias-de-burle-marx-hstern.html>), (2020).

A reinterpretação da poética de Burle Marx<sup>64</sup> pela joalheria foi viabilizada a partir de 2006, quando a marca ganhou o direito sobre as criações do multiartista para joias. A coleção de brincos, colares, anéis e pulseiras foi dividida em cinco linhas, que ganharam nomes que remetem ao mundo e, conseqüentemente, à poética de Burle Marx: *Caminhos*, *Grafismo*, *Luz e Sombra*, *Pedra do Fogo* e *Jardim de Pedras*.

<sup>64</sup> A relação entre Roberto Burle Marx e a H. Stern é marcada por laços fortes de amizade. A família judia Stern renunciou a uma vida bem estabelecida e de posses na Alemanha e conseguiu vir para o Brasil, em 1939, fugindo da perseguição nazista, no início da Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Aqui, foram acolhidos na casa da família Burle Marx, no bairro do Leme, no Rio de Janeiro, e lá viveram por um tempo até conseguirem se estabelecer, aos poucos, no novo país e na nova cidade.

### 3.2 Expressividade que se transmuta em visualidade pura

Como visto até o momento, os efeitos das discussões modernas estimuladas pelo desenvolvimento industrial, protagonizadas por nomes como Ruskin e Loos no início do século XX, tiveram efeitos consideráveis na arte, arquitetura, na decoração, ou melhor, na atividade do designer contemporâneo. Desde então, tais efeitos persistem, principalmente quando são evocadas as plausíveis diferenças entre decoração e ornamento. As meditações lançadas somente reforçam a capacidade decorativa e ornamental das joias em sintonia com as dinâmicas criativas, que buscam ser exemplificadas através das poéticas de Lalique, Gijs Bakker e HStern (Oscar Niemeyer e Burle Marx) ao assinarem coleções diversas de adornos, que incluem joias, objetos de decoração e esculturas.

O percurso trilhado até o momento chama a atenção, por seu turno, para o interesse em tentar apreender - mesmo que seja uma expectativa ousada - as diferenças essenciais que versam sobre as concepções de *ornamento* e *adorno*, *decorativo* (*decoração*) e *ornamental* (*ornamentação*), a fim de alcançar um possível esclarecimento sobre os enlaces entre visualidade, forma e consumo na joia inscrita no contemporâneo.

Durante os movimentos do Modernismo, o filósofo e músico Ernest Bloch já dedicava parte considerável dos seus estudos à diferença conceitual entre decoração e ornamento, normalmente vistos pelo senso comum como sinônimos. Para Bloch (*apud* PAIM, 2000, p. 85), a decoração era o resultado da associação entre arte e utensílio (arte e indústria), sendo caracterizada pela apropriação de elementos expressivos da arte na elaboração de estilos artísticos que seguiam, por sua vez, princípios de simetria e ordem e eram aplicados em objetos cotidianos diversos. Bloch acreditava que a decoração tinha a capacidade de massagear suavemente nossos sentidos, sendo uma companheira agradável da vida cotidiana. Contudo, essa suavidade teria algo de perverso, uma vez que esse seu compromisso com a harmonia e o conforto seria uma ameaça à expressividade da arte. A decoração alinhavava-se, então, ao saber viver, “ao hedonismo no limite da claustrofobia” (PAIM, 2000, p. 85).

O ornamento, por outro lado, seria, de acordo com Bloch, uma manifestação artística genuína independente das imposições de gosto, sendo essencialmente expressivo, sem nenhuma sombra de frivolidade. Compreendido por sua liberdade abstrata, o ornamento, para o filósofo, seria uma forma de investigação “sobre a natureza do material que está sendo talhado, esculpido ou modelado e como a manifestação das múltiplas inquietações do homem que talha, esculpe ou modela” (*apud* PAIM, 2000, p. 86). Esta inclinação abstrata condenaria, para Bloch, o ornamento a ser sempre uma presa fácil da

decoração. Tais considerações do filósofo são, sem dúvida, instigantes para o empreendimento arriscado, porém necessário, de reconhecer as especificidades que envolvem as noções de ornamento e adorno, decorativo e ornamental e ornamentação.

Contudo, sugestiona-se ponderar, em primeiro lugar, que essa liberdade abstrata sem compromissos à criação do ornamento, a qual Bloch se refere, precisa ser compreendida a partir do seu vínculo às experiências da pessoa que observa, talha, esculpe, modela, desenha, pinta, ou melhor, concebe em uma espacialidade e temporalidade situacional, conforme destaca Merleau-Ponty (2018). Tal condição imaginativa do sujeito só pode ser vislumbrada a partir da apreensão do espaço corporal e do espaço exterior como um sistema prático, cujo corpo seria um impreterível agenciador das relações com o mundo. Merleau-Ponty (2018) realça que seria através da ação que a espacialidade do corpo se realiza. Por sua vez, este mesmo corpo que funciona como meio de inserção do sujeito no mundo não fica à disposição como meio de expressão de um pensamento espacial gratuito e livre.

Considerando o corpo em movimento, vê-se melhor como ele habita o espaço (e também o tempo), porque o movimento não se contenta em submeter-se ao espaço e ao tempo, ele os assume ativamente, retoma-os em sua significância original, que se esvai na banalidade das situações adquiridas. (MERLEAU-PONTY, 2018, p. 149)

Admite-se, assim sendo, que mesmo as manifestações artísticas julgadas como as mais autênticas – inclusive aquelas associadas às artes decorativas - estariam condicionadas às relações objetivas e subjetivas estabelecidas pelo sujeito, compostas, por sua vez, por circunstâncias socioculturais, históricas e, claro, sensíveis, emocionais. Não se pretende desconsiderar, nesse ponto, o arrebatamento produtivo do sujeito, mas reputar que “todo saber se instala nos horizontes abertos pela percepção” (MERLEAU-PONTY, 2018, p. 280). A constituição do mundo seria, segundo o pensador, uma cláusula de estilo, em que “a cada termo da descrição empirista acrescenta-se o índice ‘consciência de...’”, em que se conforma o sistema da experiência - mundo, corpo próprio, eu empírico (MERLEAU-PONTY, 2018, p. 280).

Apoiada na unidade pré-lógica do esquema corporal, a síntese perceptiva não possui o segredo do objeto, assim como do corpo próprio, e é por isso que o objeto percebido se oferece sempre como transcendente, é por isso que a síntese parece fazer-se no próprio objeto, no mundo, e não neste ponto metafísico que é o sujeito pensante, é nisso que a síntese perceptiva se distingue da síntese intelectual (...). Meu corpo é a textura comum de todos os objetos e é, pelo menos em relação ao mundo percebido, o instrumento geral de minha ‘compreensão’. É ele que dá sentido não apenas ao objeto natural, mas ainda a objetos culturais como as palavras. (MERLEAU-PONTY, 2018, p. 312-313 e 315).

Assim sendo, o ornamento, como objeto transcendente, seria o tema que resulta de um movimento perceptivo do sujeito a partir de conexões intersubjetivas racional, empírica, sensível que, normalmente, se inclina a uma inevitável constância com fins à expressividade estética. Configura-se em padrões e representações, que podem estar ligados às inspirações despertadas pelo mundo natural e/ou por encadeamentos históricos, socioculturais, afetivos; sendo, pois, constituídos por repertórios mutáveis.

Como referência, a obra de Jones (2010) consegue demonstrar essa assiduidade ao reunir alguns padrões de ornamentos pré-históricos e históricos, que mantêm o ordenamento, o arranjo como um dos princípios essenciais.

O segredo do sucesso de todos os ornamentos é a produção de um efeito amplo e geral pela repetição de alguns elementos simples. A variedade deve ser buscada mais no arranjo de diversas partes de um desenho do que na multiplicidade de formas variadas. (JONES, 2010, p. 35)

Em sua obra *O sentido da ordem: Um estudo sobre a psicologia da arte decorativa* (2012), Ernst Gombrich, um dos mais relevantes historiadores de arte do século XX, inicia suas reflexões sobre arte decorativa destacando precisamente sua crença em um sentido de ordem que deriva de uma teoria da percepção vista a partir de um trabalho ativo do sujeito por meio da experiência. Segundo ele, uma das manifestações elementares do nosso sentido de ordem é o nosso sentido de equilíbrio. Esta observação de Gombrich reafirma, como visto em Merleau-Ponty (2018, p. 315), o corpo como instrumento geral da compreensão e expressão do sujeito. É através desse nosso sentido de equilíbrio, ancorado pelo corpo - “textura comum a todos os objetos”, sejam eles naturais e/ou culturais - que se compreende o que está acima e abaixo em relação à gravitação e, portanto, ao nosso ambiente percebido.

Segundo Gombrich (2012), seria essa hipótese de regularidade, apoiada na *Gesltat*<sup>65</sup>, que guiaria supostamente todos os movimentos, todas as ações desse sujeito no mundo real, a menos que tais ações sejam contestadas. Independentemente de qualquer teoria de estímulo-resposta, é necessário olhar o organismo como um agente ativo que busca o ambiente não às cegas e de modo aleatório, mas guiado por seu inerente sentido de ordem. Ainda acompanhando o raciocínio do autor (2012), o sujeito tem prazer em exercer esse sentido de ordem ao fazer e contemplar configurações simples, independentemente de

---

<sup>65</sup> Teoria da percepção que surgiu no início do século XX, que faz uma oposição ao que Gombrich chama de “teoria do balde” de um registro passivo de estímulos. A teoria da Gestalt (do alemão, “forma”) negou a possibilidade de um “olho inocente”. Segundo Gombrich (2012, p. 4), há uma tendência observável em nossa percepção para configurações simples, linhas retas, círculos e outras ordens simples, e seremos propensos a ver tais regularidades em vez de formatos arbitrários em nosso encontro com o caótico mundo exterior.

sua referência ao mundo natural. E seria justamente o contraste entre ordem e desordem que despertaria a atenção perceptiva do sujeito.

Essa dedicação da humanidade a essas manifestações estáveis (elementos geométricos abstratos como a própria construção de uma linha reta), consideradas raras na natureza, estariam fundamentadas na essência controladora da mente humana, a fim de alcançar uma evidência diante da miscelânea arbitrária natural. Um bom exemplo apresentado pelo autor é a tatuagem tribal através da incisão de cicatrizes ornamentais, que normalmente seguem uma constância nas suas formas. Essa evidência atesta o desejo imanente ao sujeito de alcançar a maestria através da subjetividade encontrada nas formas regulares.

Figura 24 – Cabeça de guerreiro ancestral maori (comunidade nativa da Nova Zelândia) ao lado de um descendente maori com tatuagem na face que acompanha a regularidade dos padrões dos seus antepassados, da direita para a esquerda, nessa ordem.



Fonte: G1 Globo, (<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2011/05/franca-devolve-a-nova-zelandia-cabeça-mumificada-de-guerreiro-maori-1.html>), (2020); Terra, (<https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/beleza/sua-pele/conheca-simbolos-e-significados-da-tatuagem-maori,f552dcc3115cceb662cd4bb89989ce83ebabRCRD.html>), (2020), da esquerda para a direita respectivamente

Para ilustrar as reflexões de Gombrich, uma sequência de imagens é evidenciada na **Figura 24** constituída - respectivamente da direita para a esquerda - pela cabeça de um guerreiro ancestral maori (comunidade nativa da Nova Zelândia); e a fotografia, nos dias de hoje, de um descendente maori com uma tatuagem similar na sua face. Os traços e os espirais feitos em linhas pretas bem marcantes que contornam olhos, boca, nariz, cabeça dos dois personagens demarcam ancestralidade, espiritualidade, historicidade, relações hierárquicas entre esses povos e, em particular, obedecem a um sentido de ordem, a uma cadência própria, simétrica.

*A regularidade é um sinal de intenção; o fato de serem repetidos mostra que são repetíveis e que pertencem antes à cultura do que à natureza. Cicatrizes desse tipo podem ser desenvolvidas em um complexo sistema de marcas tribais e signos sociais, indicando hierarquia ou status de modo inequívoco. Também podem ser usadas para decoração, sem qualquer motivo ulterior: para exibir cuidado e atenção devotados ao corpo que foi assim marcado. Elas são*

formações que ecoam e estabilizam a atividade de uma mente construtiva.  
(GOMBRICH, 2012, p. 7, grifos nossos)

Por meio das proposições de Gombrich, é imprescindível sublinhar a associação entre regularidade e intenção apontadas como condicionantes ao ornamento, sobretudo a partir de dimensões históricas e culturais. Por conseguinte, no ato criativo, a cadência, o ritmo e a simetria não podem ser compreendidos de modo restrito à concepção da forma em si; essa harmonia tem como pretensão uma conciliação entre um almejado equilíbrio formativo por meio das partes e as constantes buscas emocionais, afetivas e racionais do sujeito e suas relações em sociedade que são partilhadas culturalmente.

Estes contextos, por sua vez, são responsáveis pela construção, consolidação e ainda por possíveis reformulações e desaparecimentos dos valores íntimos do comportamento e da ação coletiva inscritos em um ambiente em que passado, presente e futuro estão emaranhados, como bem pontuado por Monneryon, Renard, Legros e Tacussel, em *Sociologia do imaginário* (2014, p.18). Essa intencionalidade, então, “ultrapassa o mecanismo empírico da penetração do objeto porque o reconstitui na consciência a partir de uma visão subjetiva” (MONNERYON; RENARD; LEGROS; TACUSSEL, 2014, p. 18). Em acordo com as assertivas ponderações dos autores, a percepção seria a função essencial da intencionalidade, a qual funciona como uma verdadeira conselheira:

Ela [a intencionalidade] guia, inevitavelmente, a percepção: às qualidades próprias de seu objeto acrescenta novas significações cimentadas na cultura e engendradas pelas associações de ideias ou pela conjunção de imagens introduzidas nesse quadro. As etapas que a subjetividade instala entre o mundo e os modos de apreensão são múltiplas, às vezes anódinas. (MONNERYON; RENARD; LEGROS; TACUSSEL, 2014, p. 18)

A partir desse raciocínio, o entendimento do ornamento como elemento ordenado, harmonioso e habitual está intrinsecamente vinculado às diversas e dinâmicas percepções humanas guiadas por um fim, que pode também estar, certamente, à serviço da decoração. Esta sugere, então, ser percebida a partir de uma apropriação (que é conveniente) desprendida, ou seja, sem compromisso declarado com padrões ornamentais, podendo ou não se associar a prováveis sentidos ou motivações, dentre eles, as próprias relações de poder e socialidade que conformam os encadeamentos situacionais de tempo e espaço (MERLEAU-PONTY, 2018). Ainda assim, a decoração atende, essencialmente, à necessidade do sujeito de acariciar seu próprio eu em suas experiências intersubjetivas cotidianas.

A etimologia da palavra “decoração”, a partir do *Dicionário etimológico* (CUNHA, 1982, p. 242), dá algumas pistas para essa compreensão: do verbo “decorar”, “enfeitar”, “ornamentar”, “condecorar, honrar, enobrecer”, do latim “*decorare* (enfeite)”, de “*decere*

(ser conveniente, convir a, ser preciso)”, relacionado ainda com “*dokein*”, do grego, “ter boa aparência”, sinônimo para “decorativo”, além de estar vinculada às noções de “decência”, “decoro”. A decoração sugere ser resultado, assim, de uma articulação que pode ser mimética e/ou resultante de sentidos prévios sem uma gênese precisa (VALVERDE, 2017), que se estabelecem ao longo do tempo no contexto das tradições e relações sociais; cuja pretensão máxima é a expressividade.

Por fim, essa expressividade se converte em uma visualidade pura – uma *forma significativa* (PAIM, 2000, p. 49), qualidade comum a todas as criações visuais - sejam elas ornamentais, decorativas, artísticas - capazes de despertar as percepções estéticas dos sujeitos. Como já visto (VALVERDE, 2017), o interesse por algum objeto ou mesmo por alguém se mostra a partir das correspondências entre o intérprete, aquilo que ele interpreta e o contexto. Essa dinâmica de valia funciona, deste modo, como o rumo (destino) para as intencionalidades evidenciadas nas experiências e escolhas do sujeito independentes de serem ordinárias, triviais.

Importa ainda salientar que, após os movimentos artísticos e socioculturais do século XX, o descompromisso com a representação e, consideravelmente, o vínculo com a interpretação, tanto para o ornamento quanto para a decoração, exibem, em certa medida, uma liberdade formativa a toda e qualquer atividade humana que, conforme destaca Cidreira (2013, p. 95), demanda “uma qualidade artística, uma artisticidade”. As reflexões de Cidreira sobre artisticidade se apoiam essencialmente na perspectiva do pensador Luigi Pareyson, em sua *Teoria da Formatividade* (1993). O filósofo italiano do século XX reconhece a arte como uma atividade formativa, como uma invenção que se desenvolve simultaneamente ao próprio ato de execução e em contato com a matéria-prima.

O decorativo e o ornamental, o ornamento e o adorno, assim como a moda, podem ser assimilados como dinâmicas criativas humanas em direção a um êxito. Isto porque envolvem *insight*, esboços, tentativas, erros e giram “em torno de uma lei de organização” até alcançar um resultado como efeito de todo esse percurso de amadurecimento inventivo. Esse êxito alcançado e prontamente reconhecido pelo olhar de anuência do criador constitui o que Pareyson chama de *modo de formar*, em que “o artista, em seu produzir, se deixa guiar pela própria obra que vai fazendo” (PAREYSON, 1993, p.76).

Eis o mistério da arte: a obra de arte se faz por si mesma, e no entanto é o artista que a faz. E dizer que a obra se faz por si mesma é aludir a um processo unívoco que, quando consegue desenvolver-se, vai em linha reta da semente ao fruto maduro, e em que a forma cresce como o processo permanecendo íntegra em cada grau de desenvolvimento (...). Assim, pode-se mesmo dizer que o processo artístico é aquele em que o intuito de quem o faz é pôr-se no ponto de vista da

obra que ele vai fazendo, e só se ele consegue colocar-se nesse ponto de vista é que a obra vai bem e termina com sucesso. (PAREYSON, 1993, p.78-79)

Independentemente de desenvolver-se a partir de um estímulo determinado ou distraído, que persegue uma invariabilidade no *modo de formar*, essa intencionalidade do criador associada ao ornamento e ao adorno, à decoração e ao ornamental, sublinhadas em Gombrich (2012), também pode ser notada a partir de Pareyson (1993, p. 81) ao transcorrer sobre a expectativa ativa e produtiva de quem concebe algo. Como reflexo de todas as experiências sentidas, o artista, o designer, o criativo em si consegue reconhecer essa completude “diante de si, como semente a desenvolver, aquele mesmo *insight* que ele mesmo não apenas aguardou, mas produziu, não só evocou, mas constituiu, não apenas preparou em sua qualidade, mas chegou a instituir em sua independência” (PAREYSON, 1993, p. 81).

A proposta que se apresenta, à vista dessas meditações, é considerar que essa regularidade que integra o ornamento – este entendido como elemento constitutivo da decoração e do adorno – está apoiada em um impulso criativo gerador de formas. Este impulso, no que lhe concerne, se propõe a uma complacência<sup>66</sup>, que envolve um ritmo próprio, a fim de atender ao prazer e à necessidade humana por um sentido de ordem, a partir, essencialmente, de uma ação perceptiva do sujeito. Ao que parece, esse sentido de complacência ligado ao ornamento está, particularmente, relacionado ao sentimento do gosto e sua intenção de comunicabilidade (VALVERDE, 2003). Tais ideias são fundamentais à apreensão das noções de sociação e dissociação, sedução, afeto que conformam a ordenação tão marcante na composição dos ornamentos e, por conseguinte, dos adornos.

Além do mais, esta constância do ornamento estaria, por mimese e/ou abstração, associada às contínuas observações e negociações desse mesmo sujeito incorporado no mundo. Afinal, como bem apontado por Gombrich (2012, p.01), “o homem não tem outro professor além da experiência”. A essência do ornamento, vale ressaltar, foi um grande desafio para a pintura moderna, cujo repúdio ao formalismo Renascentista<sup>67</sup> e,

---

<sup>66</sup> Que se refere a uma disposição habitual para corresponder desejos ou gostos de outros a fim de ser agradável, de um comprazimento.

<sup>67</sup> Renascimento, ou renascença, foi um movimento intelectual e artístico que surgiu na Itália (Europa), entre os séculos XIV e XVI, e difundiu-se por toda a Europa. Uma nova visão, empírica e científica, da pessoa e da natureza passa a se contrapor à concepção medieval do mundo. A ideia de um “renascimento” ocorrido nas artes e na cultura relaciona-se à revalorização do pensamento e da arte da Antiguidade clássica e à formação de uma cultura humanista. Nas artes, valorizava-se o naturalismo: a representação do real, do belo formal a partir de uma composição harmônica, equilibrada, perfeita e graciosa, alcançada através de princípios de simetria e proporções das figuras. “A noção de renascimento tal como a entendemos hoje, é

posteriormente, ao Iluminismo<sup>68</sup>, eram relevantes para a arte de vanguarda. No entanto, segundo Paim (2000, p.48), para que a arte se libertasse da representação, ela deveria reconhecer essa essência ornamental, tornando-a mais consciente e explícita. “A frequente analogia entre o trabalho do artista e o do artesão anônimo, tradicionalmente mais atento às possibilidades plásticas dos materiais do que à representação, contrariava a hierarquia entre as artes estabelecida desde o Renascimento”, afirma ainda o Paim (2000, p. 49)<sup>69</sup>.

Paim inclusive evidencia o tema do ornamento na pintura *avant-garde* nos ensaios do pintor francês Maurice Denis, que afirmavam que “a aceitação da natureza ornamental da arte fazia desaparecer as regras acadêmicas em favor de uma atenção maior à própria experiência do trabalho pictórico, incluindo telas, tintas e pincéis” (PAIM, 2000, p. 48-49). As teorias artísticas de Denis, um dos artistas que mais contribuíram para a criação do Cubismo<sup>70</sup> e da arte abstrata, foram relevantes para “modelar a percepção das experiências então em curso na arte, injetando uma positividade surpreendente à decoração” (PAIM, 2000, p.48). Denis reconhece na ornamentalidade uma etapa indispensável para que a pintura se voltasse para si mesma, para o puro ato de pintar.

Clemente Greenberg (1909-1994), considerado o mais influente crítico de arte norte-americano do século XX, chegou a afirmar que a pintura abstrata era a arte que mais se aproximava da decoração, do papel de parede, uma vez que era capaz de se expandir infinitamente. Segundo ele (*apud* PAIM, 2000), o grande desafio dos pintores modernos

---

estabelecida pelo historiador suíço Jacob Burckhardt (1818-1897) em seu livro *A cultura do Renascimento na Itália* (1867), que define o período como de grande florescimento do espírito humano, espécie de ‘descoberta do mundo e do homem’” (ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL, 2020).

<sup>68</sup> Apoiado também na perspectiva racionalista, o movimento intelectual Iluminista é posterior ao Renascimento. Nasceu no século XVIII, na Europa (sobretudo França e Inglaterra), simultaneamente à crescente influência burguesa nos contextos político, econômico e social. O movimento se pautava essencialmente na ciência e na razão, tecendo críticas diretas ao Antigo Regime, ao absolutismo monárquico, ao poder da Igreja. Defendiam a liberdade econômica e, conseqüentemente, o não intervencionismo estatal na economia, apoiados nos valores

<sup>69</sup> Neste ponto, compete uma breve, porém necessária, diferenciação entre arte e artesanato fundamentada nas reflexões de Mário de Andrade, em seu texto *O artista e o artesão*, de 1938: A arte não se aprende. Mesmo existindo um elemento material, que envolve ação a partir, por exemplo, do papel, da cor, da tela, da espátula etc., ela não é ensinável. Admite-se que todo o artista tem de ser ao mesmo tempo artesão. O artesanato é, logo, uma parte técnica da arte, que pode ser ensinada. Se um artista é verdadeiramente artista, ou seja, está consciente do seu destino e da missão que se deu para cumprir no mundo, ele chegará fatalmente àquela verdade de que, em arte, o que existe de principal é a obra de arte. O autor sugere conceber a obra de arte a partir de três manifestações: o artesanato (verdadeiramente pedagógica, sendo o aprendizado do material com que se faz a obra); a virtuosidade (do artista criador) a respeito do conhecimento das diversas técnicas históricas da arte, que pode ser perigosa por sua possibilidade meramente imitativa ou pelo risco de perda das virtudes pessoais; e, por fim, a solução pessoal do artista no fazer a obra de arte que é impescindível e inensinável.

<sup>70</sup> Movimento artístico originário, segundo estudos, em Paris e, em particular, a 1907, ano do quadro de Pablo Picasso, *Les Femmes d'Alger (O Jovem Orelha)*. A tela é considerada um divisor de águas na história da arte ocidental. O Cubismo recusa a ideia de arte como imitação da natureza, afastando noções como perspectiva e modelagem, assim como qualquer tipo de efeito ilusório (ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL, 2020).

era vencer a inércia na qual a pintura poderia cair por conta da planaridade da tela, sugerindo aos mesmos a exploração intensa de possíveis meios plásticos à disposição. O crítico cita Kandinsky (**Figura 25**) entre os pintores que não conseguiram evitar o decorativo, seja por causa de uma abordagem a planaridade da tela tida como superficial ou pela criação de formas pouco apropriadas à porosidade do tecido que estariam mais adequadas às técnicas de gravura em pedra ou metal.

Figura 25 – *Amarelo-Vermelho-Azul* (1925), do artista russo Wassily Kandinsky, uma das obras mais significativas da arte abstrata. A pintura inclui as cores primárias, triângulos, quadrados e círculos, além de elementos abstratos.



Fonte: WIKIART, (<https://www.wikiart.org/pt/wassily-kandinsky/amarelo-vermelho-azul-1925>), (2020).

### **3.3 Efeito decorativo e efeito ornamental: Formas naturais nas gêneses criativas e criadoras das joias**

Cabe marcar, além do mais, nessas investidas compreensivas sobre ornamento, adorno e decoração que as configurações perceptivas da pessoa independem das referências ao mundo natural e/ou a um mundo que a própria construiu e constrói para si mesmo. Gombrich (2012), ao abordar os padrões da natureza, afirma como profundamente entranhada a nossa tendência em ver a ordem como marca de uma mente ordenadora que nós instintivamente reagimos como admiração sempre que percebemos equilíbrio e continuidade na natureza.

Sem dúvida, a miscelânea aleatória natural se destaca como um dos principais impulsos criativos - mesmo que tais analogias entre natureza e cultura sejam, em muitos momentos, depreciadas, principalmente, nos estudos sobre o ornamento. A busca racional por controle, tão característica do indivíduo, culminaria, assim, em uma frequência de elementos geométricos reconhecidos em uma criatividade ordenada (GOMBRICH, 2012).

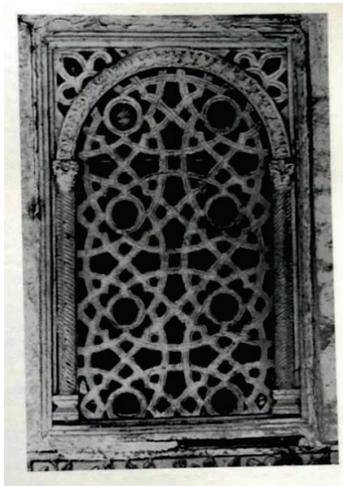
As cores luminosas e padrões regulares das flores que devem assinalar sua presença para insetos polinizadores, a rica plumagem usada pelos pássaros em

tais exibições, como a cauda do pavão, as marcas distintas de bicos reconhecidas pelas aves jovens, tudo isso foi descrito como configurações de alta improbabilidade, isto é, de alto valor informativo. Visto sobre esse prisma, talvez seja um pouco menos surpreendente que alguns tipos de criação real de padrões também possam ser observadas no mundo animal. (GOMBRICH, 2012, p. 05)

Evidente que, em alguns momentos, os *insights*, os intentos e, enfim, o êxito do criativo podem não ser evidenciados de uma forma literal na obra, porque comportam um repertório mais amplo daquele que a faz. Envolvem, no que lhe concerne, todas as experiências acessadas pelo sujeito a partir da presença e do contato com o meio sociocultural à sua volta.

É considerável sublinhar, ainda, que essa polarização entre abstração<sup>71</sup> e natureza<sup>72</sup> é bastante recorrente nos debates históricos sobre ornamento, sobretudo, como já mencionado anteriormente, no fim do século XIX e início do século XX. Ruskin, por exemplo, acreditava que os ornamentos não imitavam a natureza, pois seriam como ela; ele rejeitou inclusive os ornamentos abstratos dos povos islâmicos por considerá-los criações exclusivas da mente humana sem referência às formas naturais, comparando-os à matemática. Contrariamente às ideias de Ruskin, é possível observar, na **Figura 26**, padrões de ornamento utilizados na formação da grade de uma janela, na Grande Mesquita, em Damasco, na Síria.

Figura 26 – Grade de mármore rica em padrões ornamentais, compondo uma janela da Grande Mesquita islâmica, na cidade de Damasco, na Síria, cerca de 715 d.C.



<sup>71</sup> A partir da filosofia, a ideia de abstração é vista como uma operação intelectual e espiritual em que o objeto refletido é isolado de fatores que geralmente estão relacionados na realidade. “Produto da abstração que consiste em analisar o real, mas considerando separadamente aquilo que não é separado ou separável. Oposto a concreto” (JAPIASSÚ, Hilton; MARCONDES, Danilo. Dicionário Básico de Filosofia. 5.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2008).

<sup>72</sup> Mundo físico, especialmente aquele em que o ser humano habita e que existe sem sua intervenção. Conjunto de elementos (mares, montanhas etc.) que constituem o mundo natural. Paisagem formada por esses elementos (DICIONÁRIO ENCICLOPÉDICO ILUSTRADO LAROUSSE. São Paulo: Larousse, 2007).

Fonte: Gombrich, 2012, p. 147.

A disposição dos motivos e dos talhes em sua estrutura anuncia uma harmonia sutil com aquilo que pode ser notado e, ao mesmo tempo, captado pelo contato com a natureza e sua tão característica coletânea aleatória. Uma constituição geométrica da arquitetura islâmica que sugere um rendilhado hábil “a se desfazer e se (re)formar” a um simples olhar mais apurado. Esse caráter flutuante, aberto a possibilidades múltiplas, pode ser encontrada em diversos estilos, quando se pensa na arte decorativa. “É a nossa busca por sentido, o nosso esforço em busca de ordem que determinam o aparecimento de padrões, em vez da estrutura descrita pelos matemáticos” (GOMBRICH, 2012, p.147).

Já Aloïs Riegl<sup>73</sup> - responsável pela publicação de *Questões de estilo: fundamentos para uma história do ornamento* (1893) - acreditava que os vínculos entre o ornamento e as formas naturais garantiam a transmissão de beleza; e o que contava não era a vitalidade das formas, mas a obediência aos princípios de simetria e ritmo (PAIM, 2000). Segundo o historiador de arte vienense, a imitação das formas ornamentais por diferentes culturas foi fundamental para o desenvolvimento histórico do ornamento. Porém, “discordava da ideia de que ornamentos criados a partir da observação das particularidades de determinadas espécies naturais pudessem passar para a história” (PAIM, 2000, p. 43).

Riegl (*apud* PAIM, 2000) acreditava que os ornamentos sempre eram derivados de outros anteriores, seguindo um fluxo próprio, contudo, desconsiderava as perspectivas históricas, sociais e culturais que constantemente provocam rupturas, interferências nos arranjos humanos. Ele defendia que ornamentos bastante difundidos que receberam nomes de plantas<sup>74</sup>, como a folha de acanto, “eram derivados da naturalização dos padrões geométricos, e não da geometrização das formas naturais” (PAIM, 2000, p. 43).

A folha de acanto (**Figura 27**), conhecida como uma marca registrada da arte decorativa da Antiguidade, era vista pelos antigos<sup>75</sup> como uma imitação objetiva de uma planta. Já para Riegl, a linha ondulante que constitui a folha de acanto seria um motivo que sugere um desenho à mão livre, permitindo um certo grau de elasticidade e irregularidade.

<sup>73</sup> Foi diretor do departamento têxtil do Museu de Arte e Indústria de Viena, que seguia o modelo do museu de South Kensington (hoje Victoria and Albert Museum), em Londres, idealizado pelos reformistas do design e pioneiro na promoção das artes decorativas (PAIM, 2000, p. 37).

<sup>74</sup> Além da folha de acanto, a qual é destacada nesta pesquisa, é relevante sinalizar ainda a flor de lótus, a palmeira e a videira entre os primeiros padrões ornamentais que permanecem ativos e dinâmicos na cultura contemporânea, sobretudo no design, na moda e na arte.

<sup>75</sup> O arquiteto romano Vitruvius defendia que a folha de acanto foi geometrizada a partir da história de surgimento do capitel coríntio (figura 18). Contava que a coluna grega foi modelada pelo escultor Calímaco depois de encontrar por acaso uma cesta de brinquedos que uma zelosa babá havia depositado sobre o túmulo de uma menina e que fora cercado por folhas de acanto (GOMBRICH, 2012, p. 184).

Todas as discussões em torno da folha de acanto, ornamento tão difundido na arte grega, não invalidam, segundo Gombrich, o postulado da continuidade proposto por Riegl. Uma vez que a linha ondulante pode, de fato, ser adaptada infinitamente a qualquer área que deva preencher, além de assentir contrações ou extensões, estendendo-se ao longo de faixas e ocultando uma fresta (GOMBRICH, 2012).

Figura 27 – Ilustração da folha de acanto, em *De Curtis's Magazine* (1816); e capitel coríntio (A. Riegl, 1893).



Fonte: Gombrich (2012, p. 184 e 185, lâmina 47).

Não obstante, como já defendido, mesmo os ornamentos mais subjetivos, aéreos podem ter uma relação íntima com a natureza. As formas naturais estão, decerto, entre as referências frequentes nas concepções criativas, sobretudo no design de joias. Responsáveis por ditar constantemente comportamentos de consumo ao redor do mundo, marcas tradicionais de Alta Joalheria, como Harry Winston, Piaget, Chopard, Van Cleef and Arpels, Bvlgari, Cartier, Tiffany & Co, Boucheron, investem em acervos de adornos guiados por um design que pretende efeitos ornamentais, cuja proximidade com a coletânea natural é eminentemente vislumbrada na escolha dos ornamentos que materializam formas e cores vívidas, texturas e linhas curvas e maleáveis.

Na **Figura 28**, desperta a atenção o colar “ponto de interrogação” feito para a Exposição Universal de 1889 - uma das peças mais icônicas da francesa Boucheron<sup>76</sup>. Da esquerda para a direita, apresentam-se versões da criação incorporadas à contemporaneidade inspiradas em uma das aves mais ornamentais do planeta, o pavão: O Colar *Plume de Poan* (Pluma de Pavão), da coleção *Trouble Désir* (2005), feito em ouro

<sup>76</sup> Marca francesa de joias, relógios e perfumes fundada em 1858 por Frédéric Boucheron. A joalheria foi a primeira a ocupar a *Place Vendôme*, em Paris, praça construída no século XVII. O endereço é o centro internacional da Alta Joalheria. Construída no formato octogonal como um salão de bailes a céu aberto, no final do reinado de Luís XIV, abrigou inicialmente um conjunto de mansões luxuosas habitado por famílias aristocratas e burguesas, entre Monarquia e Império.

negro, cravejado de safiras, diamantes e esmeraldas; e uma versão em ouro branco com safiras. Além do forte laço com a natureza, os ornamentos que compõem esses adornos (colares) da Boucheron exibem o protagonismo da materialidade, beleza, esplendor, raridade, *inutilidade útil*, visualidade pura e, em particular, do design e luxo, características essenciais à Alta Joalheria ao longo do tempo.

Figura 28 – Colar *Plume de Poan* (Pluma de Pavão), coleção *Trouble Désir* (2005), em ouro negro, cravejado de safiras, diamantes e esmeraldas; e versão em ouro branco com safiras.



Fonte: Haute Joallerie, (<https://hautejoallerie.skyrock.com/2112746793-Collier-Paon-Boucheron.html>), (2020); Post do perfil oficial da Boucheron no Instagram (IG), em 11 de novembro de 2018

Interessa citar, em especial, a joalheria HStern, e suas conexões periódicas com o natural. A coleção *Pedras Roladas*, lançada em 1997, no início de uma parceria que já dura mais de 25 anos entre a HStern e a consultora de moda Costanza Pascolato, se tornou umas das principais referências de estilo da marca brasileira. As joias assinalam, em particular, a grande virada da HStern, ao assumir, desde 1993, uma nova proposta de design firmada no “conceito de coleção” já tão sólido na moda; mas que, até então, não tinha se declarado no segmento joalheiro nacional (DIEGUEZ, 2015, p. 186).

As peças *Pedras Roladas* continuam, até hoje, entre os principais itens de desejo de clientes. O sucesso da coleção incentivou a HStern a desenvolver, em 2016, uma edição especial com joias feitas em uma liga de prata exclusiva chamada *HS Sterling<sup>77</sup> Silver*. Mais acessíveis aos clientes e potenciais clientes que desejam ter uma peça da joalheria, as peças em prata - metal precioso com valor comercial mais franqueável que o ouro - se mostram

<sup>77</sup> A liga de prata 925 corresponde a uma composição feita com 92,5% de prata pura associada a 7,5% de cobre, ficando conhecida como Prata Esterlina ou Prata de Lei. Esse é um padrão, reconhecido e aplicado internacionalmente, determinando um elevado grau de pureza aliado à resistência desejável às peças confeccionadas com essa liga. Registros apontam que o termo Prata de Lei foi estabelecido, no século XIII, pelo então rei de Portugal Dom Afonso II ao decretar uma lei que punia a fabricação de peças de prata com ligas inferiores a esta.

como uma opção rentável para a marca que se mantém atenta ao crescimento do *e-commerce* nacional e internacional.

Figura 29 – Imagens que apresentam a coleção *Pedras Roladas* (1997) na edição comemorativa do livro pelos 70 anos da HStern (Assouline). À direita, edição especial (2016), em liga exclusiva *HS Sterling Silver*.



Fonte: HStern, Assouline (2015); Adoro Joias, <https://adorojoias.com.br/pedras-roladas-prata/>, (2020).

Formada por pendentes, anéis, pulseiras e brincos, a coleção *Pedras Roladas*, frequentemente reeditada pela marca, busca mimetizar as formas orgânicas dos seixos dos rios (HSTERN, 2020). Toda a concepção das peças foi inspirada nas formas irregulares da natureza, combinadas com contornos sinuosos e assimétricos. A textura natural das pedras foi, em especial, impressa nas joias a partir de um acabamento polido. Na **Figura 29**, visualiza-se, na extrema esquerda, uma das imagens registradas na natureza que serviram à marca a fim de encontrar um *modo de formar* original para os adornos em ouro amarelo e prata. Ao centro, um dos exemplares em ouro amarelo, a pulseira *Pedras Roladas*; e à direita, anéis e pulseiras da edição especial das joias (2016) feitas com Prata de Lei, em liga exclusiva chamada *HS Sterling Silver*.

Todas as joias exibem o efeito final a partir dos esforços da equipe de design em alcançar uma aproximação máxima entre ornamento, adorno e natureza. Os padrões, as texturas, as cores, as formas e até mesmo os movimentos encontrados nesse mundo orgânico são revisitados e cuidadosamente articulados no desenvolvimento de ornamentos, que resultam em adornos exuberantes, ou melhor, ornamentais tão peculiares à Alta Joalheria. O *efeito ornamental* persegue, sem modéstia ou moderação, um sentido cultural primorosamente articulado, envolvendo uma cadência formativa associada a encadeamentos históricos e sociais que se convertem em uma eloquente presença criadora.

A partir das perspectivas de Paim sobre ornamentalidade (2000, p. 46), apreende-se que as formas consideradas mais elevadas de artisticidade resultam sempre “da interação

entre impulsos ornamental e expressivo, entre a ‘festa para os olhos’ e a expressão das inquietações individuais e coletivas a respeito de Deus, da morte, do poder, do sexo etc.”.

Na joalheria folheada, vinculada em essência às dinâmicas da moda e à acessibilidade, os empreendimentos de mimetizar e expressar elementos da natureza nos adornos joias também se fazem presentes. A brasileira Rommannel, em particular, se apodera frequentemente de motivos ligados ao mundo natural. Na sua coleção *Clássicos*, o brinco constelação (**Figura 30**) evidencia uma associação objetiva com as estrelas do céu - “um maxi brinco de constelação para fazer você brilhar”<sup>78</sup>; assim como o brinco da coleção *Memories* (2017), ao requerer a exibição do que seria “a réplica perfeita das manchas da girafa”<sup>79</sup>. Todas as peças da *Memories* foram inspiradas nas viagens ao redor do mundo feitas por Ana Hickmann, configurando sua 16ª coleção para a marca. Tal esforço criativo resulta em um *modo de formar* que se mantém ativo na história da marca e caracteriza as coleções elaboradas colaborativamente entre a equipe de design da Rommannel e a modelo e apresentadora brasileira, que se consolidou como uma das principais referências nos esforços da grife à construção de uma assinatura própria, um estilo.

Figura 30 – Brinco constelação, coleção *Clássicos* Rommannel, uma associação com as estrelas do céu; e brinco “manchas da girafa”, coleção *Memories* (2017), assinada por Ana Hickmann.



Fonte: Rommannel. Imagens publicadas no perfil oficial da marca na rede social Instagram (IG), nos dias 23 de maio de 2017 e 19 de janeiro de 2020, respectivamente da esquerda para a direita.

Ao que parece, *ornamento* e *adorno* estão, em essência, emaranhados às noções de *decoreação* (decorativo) e *ornamentação* (ornamental). A proposição defendida é pensar essas conceituações como um encontro, uma intersecção em que, em muitos momentos, as personalizações são complexas, ou melhor, pode-se dizer labirínticas. Ousa-se, no entanto, iniciar essa provocação mais uma vez com Simmel (2008, p. 59), quando o

<sup>78</sup> Legenda divulgada no perfil oficial da rede social Instagram (IG) da Rommannel, em 19 de janeiro de 2020.

<sup>79</sup> Legenda divulgada no perfil oficial da rede social Instagram (IG) da Rommannel, em 23 de maio de 2017

filósofo afirma: “o sentido do adorno reside em peculiares configurações destes motivos, que entrosam a exterioridade e a interioridade das suas formas”.

O adorno nasce a partir de uma ordenação de motivos ornamentais que somente têm sentido a partir dos critérios de uma intencionalidade a fim de “suscitar um incremento de valor e de significado do Eu” (SIMMEL, 2008, p. 70). Esses mesmos padrões, motivos que servem à disposição do ornamento podem, simultaneamente, servir de adorno, como propriedade particular ou movente (tudo aquilo que está ao redor do sujeito). No entanto, cabe propriamente ao adorno como objeto em si o compromisso com o realce da personalidade do sujeito que somente se efetiva a partir de uma relação com o outro. Esse brilho individual, que se expande como um círculo de irradiação, é o que garante a presença estilizada desse sujeito no seu ambiente de socialidade.

Para lá da estilização formal do ornamento, o meio material do seu fim social é o esplendor do adorno, graças ao qual o seu portador surge como ponto central de um círculo de irradiação em que está inserido quem quer que se encontre na proximidade, qualquer olho que o contemple. (SIMMEL, 2008, p. 67)

Ainda seguindo Simmel (2008), o adorno é ao mesmo tempo distanciamento e conivência, servindo à vaidade que, por seu lado, precisa do outro para que se estabeleça uma relação de apreço ou desprezo. Enquanto a vaidade idolatra o adorno, o orgulho arrogante subestima o mesmo. De acordo com o filósofo, estaria nessa diferença entre vaidade e orgulho o sentido de “autêntico”, que seria mais do que sua imediata aparência – esta compreendida a partir do efeito visual alcançado. O autêntico teria raízes naquilo que é confiável, que está além da exterioridade, conformando assim o valor do adorno, a partir de uma conexão qualitativa supracasual e suprapessoal, conforme salienta Simmel (2008, p.68):

O fascínio e o realce, que ele comunica ao seu portador individual, alimentam-se, pois, deste campo supra-individual; o seu valor estético, que aqui é justamente também um valor ‘para os outros’, transforma-se mediante a autenticidade em símbolo de apreço geral e de pertença a um sistema social de valor.

A partir de um arranjo premeditado de adornos investido pelo sujeito, a significância do ornamento - como tema constituinte de uma estilização formal - precisa ser evidenciada na *composição da aparência*, consumada por meio do corpo humano (revestimento natural). Ao censurar a tatuagem por gravar na pele de forma irreversível padrões e desenhos e associá-la a uma predisposição criminosa, Adolf Loos, como visto, acaba revelando uma analogia imprescindível entre ornamento e pele. Segundo Paim (2000, p. 118), o verdadeiro crime da tatuagem (como adorno) e, de um modo geral, dos ornamentos

para Loos consistia em negar a pele como o mais perfeito dos ornamentos (PAIM, 2000, p. 118).

Essa correspondência antiornamentalista, bastante visitada pelos modernistas, contribui para um entendimento do ornamento como uma esfera criativa (decorativa) e criadora (ornamental) à experimentação da vida. As iminentes oposições e afinidades entre ornamento e adorno, que porventura se interseccionam, são evidenciadas por Roche (2007) de um jeito bem delicado, ao reforçar especificamente a latência do adorno à função essencialmente expressiva do sujeito, enquanto o ornamento precisa ser visto como um componente à formação dessa expressividade.

O ornamento é visto como um elemento de diferenciação demográfica, social, sexual das aparências, atrai a atenção e fortalece a autoestima, ou seja, distingue, mas de modo diferente, de acordo com motivações e impulsos (...). O adorno é particularmente poderoso como expressão de motivação sexual; ele serve para despertar desejo. (ROCHE, 2007, p. 49)

Como afirma Besten (2011), o ornamento tem as funções de ordenar, qualificar e simbolizar. A autora, no entanto, salienta algo notável ao defender o adorno joia também como uma variedade de ornamento, porém, com uma propriedade particular: a movência.

A joia é um tipo diferente de ornamento: não está permanentemente fixada a uma estrutura como um fardo, uma obrigação, mas, ao mesmo tempo, está condicionada a carregar o ornamento - ornamento tomado como superfície ou decoração tridimensional no sentido de motivo, repetição, ritmo e padrão. (BESTEN, 2011, p. 146)

O ornamento porta consigo um valor estético que se revela por mais subconsciente que seja. Na joalheria, como Besten o considera, ele é um “*playground*” para pesquisas estéticas e artísticas, podendo ser usado de diferentes maneiras. Tais modos ou atitudes podem ser categorizadas, mas apenas mantendo em mente que não há categorias sem exceções e que categorias nunca existem de forma pura (BESTEN, 2011). Reforça-se então o sentido de ordem a partir de uma perspectiva de regularidade que envolve ambiências cultural, social e histórica, ritmos, padrões, interpretações como parte dessa tentativa de qualificação do ornamento.

Ornamento e adorno, como pode ser visto, estão enviesados ao exercício formativo cujo propósito maior são os efeitos decorativo e ornamental à *composição de aparência*. Ornamento entendido, assim, como um enunciado inspiracional que se configura através do equilíbrio formal das partes e as relações objetivas e subjetivas dinâmicas com o sensível, a natureza, a história, a cultura e a sociedade. E adorno, constituído a partir do ornamento, compreendido como objeto sociocultural movente, cujo seu maior

empreendimento é estar à serviço do sujeito para um alcance máximo da sua expressividade como símbolo de apreço, alegria, prazer, poder, status, autoafirmação.

Todavia, a partir de um olhar cuidadoso sobre as relações entre ornamento, racionalidade e criatividade, que resultam em *modos de formar* singulares inerentes aos adornos, é imprescindível ainda um esforço à diferenciação entre o *efeito ornamental*, já evidenciado aqui na Alta Joalheria e nas artes; e o *efeito decorativo*, que frequentemente idealiza a joalheria folheada. Tal aproximação conceitual é reconhecida na própria origem etimológica das palavras: “Ornar” surge como sinônimo para “enfeitar”, “adornar”, “embelezar”, do latim “*ornare*”; “adorno” provém do verbo “adornar”, “enfeitar”, do latim “*adornare*”; assim como “ornamento” surge do verbo “ornar”, “enfeitar”, “embelezar”, do latim “*ornamentum*” (CUNHA, 1982, p. 16, 242 e 565).

Conforme observado no exercício reflexivo feito até então, o *decorativo* (a decoração) se desenvolve por meio de um impulso distraído (criativo), através de uma apropriação mimética ou abstrata de elementos que afetam o sujeito e seu corpo por meio das experiências cotidianas. O *efeito decorativo* é marcado pelo sentido de ordem característico do ornamento responsável por uma proposta aprazível e expressiva que cobijam uma visualidade pura das formas significativas por despertarem nossas percepções estéticas. O *efeito decorativo* acentua, substancialmente, sua vontade em satisfazer aos desejos de prazer, deleite, gozo desafetados, despreziosos e, ao mesmo tempo, intersubjetivos que movem o sujeito. Em sua obra, Simmel faz, aliás, uma consideração fundamental para essa possível diferenciação através de uma comparação entre objeto decorativo e a obra de arte, que se mostra entrelaçada ao ornamental:

A obra de arte é algo para si, objeto decorativo é algo para nós; o sentido daquela reside no seu concentrar-se num centro singular, o sentido deste é o alargamento a uma geral acessibilidade e a uma possibilidade prática de reconhecimento. (SIMMEL, 2008, p.65)

Na ocasião, o pensador<sup>80</sup> menciona as criações do designer e artista Lalique como alvo de questionamentos sobre a idoneidade para um “verdadeiro e genuíno” uso das suas joias. Para ele, as criações de Lalique são “produtos individualmente artísticos”, sendo adornos contrários às possibilidades de estilização. Tal observação de Simmel é significativa para se ponderar a artisticidade no design de joias; porém, nesse momento, interessa notar, em particular, a qualificação cunhada pelo autor às criações do mestre

---

<sup>80</sup> Esta obra de Simmel data de 1905, início do século XX, mesmo período em que Lalique consolidava seu estilo, contribuindo significativamente para o movimento *Art Nouveau*.

vidreiro e joalheiro francês como sendo peças ornamentais que “desequilibram a delicada proporção entre pertença e não pertença, na qual reside a essência psicológica do adorno” (SIMMEL, 2008, p.66). Independente do esforço do pensador a uma designação associada às artes e/ou ao design no trabalho desenvolvido por Lalique, pode-se, a partir dos pensamentos de Simmel, acreditar que seriam justamente esses “rasgos inconfessáveis” que compõem as criações enérgicas e inconfundíveis do *efeito ornamental* - reconhecidas, por sua vez, através de uma presença arrebatadora que coexiste à ornamentação.

O *efeito ornamental* persegue esse gozo de forma ativa, através de um ímpeto criador - que também pode ser mimético ou abstrato - atento às manifestações históricas, socioculturais, a fim de alcançar um impacto exuberante. No efeito ornamental, a materialidade, raridade, perenidade, resplandecência, visualidade e *inutilidade útil* são potencializadas ao ápice, reafirmando uma intencionalidade que envolve poder, distinção e, portanto, autoafirmação do sujeito em sociedade. Esse *efeito ornamental* é proporcionado por essa aparição irrefutavelmente autoral, inventora cuja expressividade é amplificada por apoiar-se em um equilíbrio original, ou melhor, “autêntico”, no sentido simmeliano, de pertencimento a um sistema social de valor (SIMMEL, 2008, p.68).

Figura 31 - Esquema visual com a proposição apresentada de uma intersecção latente entre as noções de adorno, ornamento, decorativo e ornamental.



Fonte: Acervo da autora (2020).

### 3.4 Ornamento e adorno: Serpente, ornamento que transcende a materialidade das joias

A serpente era o mais astuto de todos os animais do campo que o Senhor Deus tinha formado. Ela disse à mulher: 'É verdade que Deus vos proibiu comer do fruto de toda árvore do jardim? (Gênesis 3: 1). (BÍBLIA, 2008, p. 1-20)

Para uma tentativa prudente de entendimento sobre os insinuados contrastes e aproximações conceituais entre ornamento e adorno, ornamentação (ornamental) e decoração (decorativo), inicia-se, neste momento, uma proposta reflexiva e prática ao desenvolvimento de um adorno joia, tomando a serpente como ornamento - ofídio este que envolve relevantes construções imaginárias reconhecidas ao longo da história humana. A pertinente passagem bíblica - em destaque acima - retirada do primeiro livro da escritura sagrada, chamado *Gênesis*<sup>81</sup> é, certamente, um prenúncio elucidativo. Pertencente ao *Antigo Testamento*, o livro, considerado o primeiro tanto da Bíblia Hebraica como da Bíblia cristã antecedendo inclusive o *Livro do Êxodo*, apresenta sugestivas descrições sobre a criação do mundo.

As meditações aqui apresentadas partem do conceito de imaginário proposto pelo o filósofo francês Gilbert Durand<sup>82</sup> como a extensa capacidade individual e coletiva de dar sentido ao mundo, tendo o símbolo como caminho para expressá-lo. Símbolos, a partir da perspectiva de Durand, são as especificações culturais dos arquétipos. De acordo com a análise de Monneryan, Renard, Legros e Tacussel (2014, p. 121) acerca de Durand, os arquétipos não podem ser considerados simples símbolos, porque são constantes, concretizam-se em imagens abstratas e se religam ao que o autor chama de *schèmes*<sup>83</sup> - generalização dinâmica e afetiva da imagem.

Esses *schèmes* se prologam em três reflexos dominantes como elementos iniciadores do imaginário: reflexo postural (separar); reflexo nutricional (interiorizar); e reflexo copulativo (religar):

Os *schèmes* são, então, os motores das imagens e do imaginário. Eles estão, igualmente, em junção com dois "regimes" naturais, os regimes diurno e noturno, que constituem as estruturas antropológicas do imaginário; dois regimes construídos para completar a psicanálise, que só se ocupa do regime noturno, e mostrar um outro mundo (o que cria o tempo, por exemplo). Ao regime diurno correspondem às estruturas do tipo "esquizomorfo" (separação, geometrização); ao regime noturno, as estruturas do tipo "místico" (intimidade) e "sintético" (que

<sup>81</sup> Gênesis no grego corresponde a "origem", "nascimento", "criação", "princípio". Sua autoria é atribuída a Moisés, segundo a tradição judaico-cristã.

<sup>82</sup> Gilbert Durand (1921-2012) foi um dos notáveis pensadores do século XX que se tornou referência por seus estudos acerca do imaginário e da mitologia. Filósofo, doutor em Letras, professor de Sociologia e Antropologia, Durand foi discípulo de Gaston Bachelard, Henry Corbin, Mircea Eliade e Roger Bastide.

<sup>83</sup> Do francês, padrão, esquema.

ele prefere denominar, mais tarde, “disseminatório”, “diacrônico” ou “dramático”), essas duas últimas se opondo à primeira. (MONNERYON; RENARD; LEGROS; TACUSSEL, 2014, p.122)

Conforme propõe Durand, as estruturas figurativas seriam: esquizomorfo (imaginação heróica de luta do Bem contra o Mal, instala oposições); mística (relações fusionais, imaginação intimista, participativa); e sintética (disseminatória, cíclica, dramática, englobando as duas estruturas antagonistas extremas). Todas as estruturas funcionam como núcleos organizadores da simbolização, permitindo uma interação individual e social. “O imaginário, assim enraizado num sujeito complexo não redutível às suas percepções, não se desenvolve todavia em torno de imagens livres, mas impõe-lhes uma lógica, uma estruturação que faz do imaginário um ‘mundo’ de representações”, afirmam Alberto Araújo e Maria Cecília Teixeira, em *Gilbert Durand e a pedagogia do imaginário* (2009, p. 04).

Segundo Durand, em *As estruturas antropológicas do imaginário* (2012, p. 41), para entender o simbolismo imaginário, será preciso postular a “gênese recíproca” que oscila do gesto pulsional ao meio natural e social e vice-versa”. A noção de imaginário estaria, desse modo, no trajeto antropológico, no qual a representação do objeto se deixa assimilar e modelar por esses gestos imperativos pulsionais do sujeito, cujas representações subjetivas se explicam reciprocamente por acomodações anteriores ao meio objetivo (DURAND *apud* ARAÚJO; TEIXEIRA, 2009, p. 03).

Deste modo, os símbolos designam, no sentido lato, a expressão cultural concreta do arquétipo e especificam-se sob a influência do meio físico (clima, fauna, vegetação etc.) ou cultural (tecnologia, práticas alimentares, organização familiar ou social etc.). (ARAÚJO; TEIXEIRA, 2009, p. 03)

Por esse motivo, muitos símbolos – sobretudo, a serpente - são apreendidos por diferentes sentidos apoiados nas múltiplas construções do imaginário realizáveis através dos mitos – sistemas dinâmicos dos símbolos, arquétipos e *schèmes* que, sob o impulso de um *schème*, se inclinam à composição de narrativas. “Assim, a serpente esmagada pelo herói é um símbolo *esquizomorfo*<sup>84</sup>, a serpente que devora é um símbolo *místico* e a serpente que morde a própria cauda é um símbolo sintético (cíclico)”, ressaltam Monneryon; Renard; Legros; Tacussel (2014, p.121, grifos dos autores).

Na **Figura 32**, um bracelete serpente helenístico, referente ao período entre os séculos III e II a.C, em ouro amarelo e gema granada em tom de vermelho, de origem grega. A joia representa o ato heroico realizado pelo bebê Héracles (Hércules), um semideus, filho

<sup>84</sup> A partir dos pensamentos de Durand, seriam as estruturas heroicas.

de Zeus (pai dos deuses gregos), que, ainda no berço, matou duas serpentes enviadas por Hera, esposa de Zeus, por ciúmes de Alcmena, mãe do semideus. As duas serpentes entrelaçadas, conhecido como o nó de Heracles, conta, através da joalheria, a lenda sobre os grandes feitos da figura mítica heróica. A joia pertence ao acervo do Museu de Joias Pforzheim, na Alemanha.

Figura 32 – Bracelete serpente helenístico<sup>85</sup>, referente ao período entre os séculos III e II a.C, em ouro amarelo e gema granada em tom de vermelho, de origem grega, acervo Museu de Joias Pforzheim (Alemanha). Fotografia: Guenther Meyer.



Fonte: Google Arts & Culture. ([https://artsandculture.google.com/asset/hellenistic-snake-bracelet-unknown/GAFuA\\_4UjnJKTw](https://artsandculture.google.com/asset/hellenistic-snake-bracelet-unknown/GAFuA_4UjnJKTw)), (2020).

Ainda sobre a ótica de Durand, o mito é sempre transpessoal, transcultural e metalinguístico, sendo o discurso que melhor se traduz, porque ele deve insistir, repetir, persuadir para que sua mensagem seja reconhecida; tendo sempre como base uma “matriz arquetípica”, o *schème*, capital referencial de todos os gestos possíveis (ARAÚJO; TEIXEIRA, 2009, p. 03-04).

Durand (2012, p.316) acentua, em especial, a dimensão simbólica da serpente comparando-a a “um verdadeiro nó-de-víboras arquetipológico” que escapa ou “desliza”<sup>86</sup> para uma pluralidade de significações, sendo muitas, ademais, contraditórias.

A serpente é um dos símbolos mais importantes da imaginação humana. Nos climas em que este réptil não existe é difícil para o inconsciente encontrar-lhe um substituto tão válido, tão cheio de variadas direções simbólicas. A mitologia universal põe em relevo a tenacidade e a polivalência do simbolismo ofídico. (DURAND, 2002, p.316)

Entre os sentidos ambíguos que a serpente transmite estão: força, poder, desejo, sedução, traição, sabedoria, renascimento, vitalidade e morte. Chevalier e Gheerbrant

<sup>85</sup> O período helenístico compreende à expansão da cultura helênica (grega) para outras regiões do mundo antigo após a morte do Imperador Alexandre Magno (O Grande), que viveu entre os anos 356 e 323 a.C...

<sup>86</sup> Palavra utilizada pelo autor ao fazer uma associação apropriada a esse réptil selvagem que se rasteja, um ser escorregadio.

(1992, p. 814) iniciam o verbete sobre a serpente com a característica da contrariedade que está entrelaçada à “criatura fria, sem patas, sem pelos, sem plumas”. Ela, assim como a humanidade, distingue-se de todas as espécies de animais; e, por sua vez, humanidade e serpente distinguem-se entre eles, “são opostos, complementares, *Rivais* (grifo dos autores) (...) Nesse sentido, também, há algo da serpente no homem e, singularmente, na parte de que seu entendimento tem o menor controle” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 1992, p. 814).

Todavia, Durand (2012, p. 316) acredita que essa expressividade mitológica ofídica se apoia essencialmente em três rubricas: transformação temporal; fecundidade; e perenidade ancestral.

Vivendo debaixo da terra, a serpente não só recepta os espíritos dos mortos, como também possui os segredos da morte e do tempo: senhora do futuro do mesmo modo que detentora do passado, é animal mágico. Quem comer da serpente adquire o poder da clarividência, e para os chineses, hebreus e árabes a serpente está na origem de todo o poder mágico (...). Assim, o simbolismo ofídico contém o triplo segredo da morte, da fecundidade e do ciclo. (DURAND, 2012, p. 320)

Transformação temporal por ser um animal de muda, uma vez que troca de pele permanecendo o mesmo; além de ser para “a maior parte das culturas, a duplicação animal da lua, porque desaparece e reaparece ao mesmo ritmo que o astro e teria tantos anéis quantos dias tem a luação<sup>87</sup>” (DURAND, 2012, p. 316). Outro aspecto é a capacidade deste animal adentrar as fissuras da terra e alcançar os “infernos”, constituindo assim uma dialética entre a vida e a morte. Segundo Durand (2012, 316-317), tal compreensão, apoiada ainda nos pensamentos do filósofo Gaston Bachelard, vai ao encontro do pensamento chinês tradicional, em que serpente e dragão são reconhecidos como símbolos do fluxo e refluxo da vida: “Donde as virtudes médicas e farmacêuticas atribuídas ao veneno da serpente, ao mesmo tempo veneno mortal e elixir da juventude”. A serpente é, então, guardiã, ladra, ou detentora da planta da vida” (DURAND, 2012, p. 317).

Conforme Chevalier e Gheerbrant (1992), a cristandade normalmente retém o aspecto negativo e maldito da serpente. Sublinha-se, normalmente, a valorização da serpente como guardiã do mistério último do tempo - a morte; embora os textos sagrados

---

<sup>87</sup> A luação tem em torno de 29 dias, e corresponde ao ciclo de fases da lua – passa-se da fase nova, quando a sua porção iluminada visível passa a aumentar gradualmente até que, duas semanas depois ocorra a lua cheia e, cerca de duas semanas seguintes, volta a diminuir e o satélite entra novamente na fase nova.

comprovem os dois lados, do bem e do mal. Uma das passagens mais emblemáticas desse antagonismo está em Êxodo 7: 1-12 (BIBLIA, p. 1-12):

1.O Senhor disse a Moisés: “Vê, eu vou fazer de ti um deus para o faraó, e teu irmão Aarão será teu profeta. 2.Dirás tudo o que eu te mandar, e teu irmão Aarão falará ao rei para que ele deixe sair de sua terra os israelitas (...). 6. Moisés e Aarão fizeram o que o Senhor tinha ordenado, e obedeceram (...). 8.O Senhor disse a Moisés e a Aarão: 9. “Se o faraó vos pedir um prodígio, tu dirás a Aarão: toma **tua vara** e joga-a diante do faraó; ela **se tornará uma serpente**”. 10.Tendo Moisés e Aarão chegado à presença do faraó, fizeram o que o Senhor tinha ordenado. Aarão jogou sua vara diante do rei e de sua gente, e ela se tornou uma serpente. 11.Mas **o faraó, mandando vir os sábios, os encantadores e os mágicos, estes fizeram o mesmo com os seus encantamentos**: 12. Jogaram cada um **suas varas**, que **se transformaram em serpentes**. Mas a vara de Aarão engoliu as deles (grifos nossos).

Observa-se aqui a construção do imaginário da serpente ligado à cultura egípcia e seus símbolos de poder. Ela era um dos símbolos máximos de autoridade, sendo protagonista em *Êxodo 7* ao ser entregue por Deus a Moisés<sup>88</sup> para enfrentar em igual autoridade a força do faraó. Por essa razão, as cabeças dos faraós (**Figura 33**) surgem, geralmente, adornadas com uma joia colocada na testa da realeza egípcia “modelada como uma serpente com a cabeça levantada que representa o poder e a ciência dos deuses - o uraeus” (RIBEIRO, 2017a, p. 187).

Figura 33 - Coroa de Tutancâmon adornada com uma joia, cuja serpente se apresenta como ornamento máximo e simbólico de soberania e imortalidade.



Fonte: National Geographic, (<https://br.pinterest.com/pin/619878336183345245/>), (2019)

<sup>88</sup> Aproximadamente 3100 a. C. - Moisés vivia no Egito, foi adotado pela filha do faraó. É um dos profetas mais importantes do Judaísmo e do Cristianismo, reconhecido pelo Islamismo. É visto como o grande instrumento de Deus para libertar os Hebreus. Segundo a Bíblia judaico-cristã, ele libertou o povo de Israel da escravidão no Antigo Egito, tendo instituído a Páscoa Judaica. Guiou o seu povo através de um êxodo pelo deserto durante quarenta anos, que se iniciou através da passagem em que Deus abre o Mar Vermelho. Ainda segundo a Bíblia, recebeu no alto do Monte Sinai as Tábuas da Lei de Deus, contendo os Dez Mandamentos.

Serpente como símbolo duplo de imortalidade e da eterna sobrevivência do faraó, de sua soberania absoluta e de seu saber sobrenatural, de acordo com Maria Goretti Ribeiro, em *Imaginário da serpente de A a Z* (2017a):

A serpente revelava seus segredos à deusa Ísis que os transmitia ao Faraó. Todas as grandes deusas da natureza, primeiramente Ísis, trazem na testa a naja real ereta, o uraeus de ouro puro, símbolo de soberania, conhecimento, vida e juventude divinas. (RIBEIRO, 2017a, p. 187)

Retomando à citação do livro *Gênesis* (capítulo 3, versículo 1), é compreensível, dessa maneira, as inúmeras interpretações que passaram a compor o imaginário da serpente, associando-se aos elementos de proteção, como guardião da Árvore da Vida, encontrada no Jardim do Éden; ou de maneira extrema, ao poder do mal, à imagem do anjo caído do céu, a Lúcifer, por influenciar a mulher “a comer do fruto proibido”.

Durand (2012) aponta mais uma significativa direção simbólica: a serpente como símbolo da fecundidade totalizante e híbrida (hermafrodita), já que é ao mesmo tempo animal feminino (lunar) e masculino (forma alongada e caminhar sugestivo à virilidade do pênis). “Ela brinca com os sexos como com os opostos; é fêmea, é macho; gêmea em si mesma, como tantos deuses criadores que em suas primeiras representações sempre aparecem como serpentes cósmicas”, afirma Chevalier e Gheerbrant (1992, p. 815) ao acreditarem na serpente como um “complexo de arquétipos ligado à noite fria, pegajosa e subterrânea das origens”.

As expressões mitológicas apresentadas particularmente por Durand, Chevalier e Gheerbrant são essenciais para apreender o poder simbólico da serpente no imaginário coletivo humano, tendo a arte, a língua e a religião como sistemas primordiais na estruturação e definição de um mundo social que atenda a interesses sociais, culturais e políticos específicos. Para Bourdieu, em *O poder simbólico* (1989, p. 10, grifo do autor), os símbolos são os instrumentos por excelência da integração social, por tornarem possível o “‘consensus’ acerca do sentido do mundo social que contribui fundamentalmente para a reprodução da ordem social: a interação ‘lógica’ é a condição da integração ‘moral’”.

O pensador (1989) acredita que o poder simbólico está atrelado a esse jogo de transmutação das diferentes espécies de capital em capital simbólico, sendo, por seu turno, capaz de produzir efeitos reais sem desgastes, pode-se dizer, visíveis à imagem daqueles que dominam. O poder simbólico, segundo Bourdieu (1989), tem o poder de constituir o dado a partir enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, ou seja, o mundo em

si. Ainda seguindo suas meditações, o poder simbólico se define em uma relação determinada e por meio desta, entre os que exercem o poder e os que lhes estão sujeitos na estrutura do campo em que se produz e se reproduz a crença.

Logo, é considerável apreender a serpente, assim como o cetro (bastão comumente utilizado por autoridades reais) e o traje (as vestes)<sup>89</sup>, como um símbolo de poder, um capital simbólico objetivado, mas sua eficácia estará sujeita sempre às condições em que essa crença foi fundamentada.

[Poder simbólico] poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for *reconhecido*, quer dizer, ignorado como arbitrário. (BOURDIEU, 1989, p. 14, grifo do autor)

Na mesma época das reflexões de Bourdieu citadas acima, Gombrich (2012)<sup>90</sup> convoca a atenção para a valorização da Semiótica<sup>91</sup> até então desinteressante para os estudiosos de arte da época. Estes se preocupavam, em especial, com problemas relacionados à forma e ao estilo. Dentre as principais questões do século XVIII, mesmo período em que o filósofo Charles Sanders Peirce<sup>92</sup> dedicou seus pensamentos às relações entre os objetos e o pensamento, destacam-se as ideias de Ruskin (século XIX) – já elencadas nesta pesquisa - ao associar o ornamento à natureza, defender o ornamento revolucionário (aquele que permite a liberdade expressiva do traço) e refutar o ornamento industrial<sup>93</sup>. Na segunda metade do século XX, os estudos semióticos, a partir da perspectiva peirceana, foram potencializados por autores como Umberto Eco (1932-2016)<sup>94</sup>.

Hoje, a nuvem transborda e as brumas estão rolando, ameaçando apagar os contornos de distinções antes familiares. Uma dessas é a distinção entre designs e signos, entre o meramente decorativo e o simbólico. Ao se propor tratar tudo como signo, torna-se duplamente importante reinterpretar a velha terminologia do senso comum, que por tanto tempo serviu ao estudioso de arte. (GOMBRICH, 2012, p. 217)

<sup>89</sup> Referenciados por Bourdieu em sua obra (1989, p. 15).

<sup>90</sup> Em sua obra *O sentido da ordem: Um estudo sobre a psicologia da arte decorativa* (2012), publicada pela primeira vez em 1979, e já citada anteriormente nesta tese.

<sup>91</sup> Ciência geral dos signos, também conhecida como Semiologia ou Semasiologia.

<sup>92</sup> Reconhecido como um dos grandes pensadores do séc. XIX. Com William James e John Dewey, é considerado um dos fundadores do pragmatismo (princípio regulador de lógica, ferramenta de definição de conceitos) e da Semiótica americana.

<sup>93</sup> O século XIX foi o período de intensa mudanças nos processos de manufatura, que caracterizam a Revolução Industrial iniciada na segunda metade do século XVIII.

<sup>94</sup> Escritor, professor e filósofo italiano. Eco foi titular da cadeira de Semiótica e diretor da Escola Superior de Ciências Humanas na Universidade de Bolonha; além de notável escritor reconhecido internacionalmente por suas obras.

As interações entre decoração, ornamentação, cultura e simbolismo podem ser percebidas em diversos lugares e em diversas práticas, como nos rituais de casamento e de luto (usos das cores branca e preta, respectivamente na cultura ocidental), na própria escrita (falar com um texto com letras vermelhas ou em caixa alta). Contudo, Gombrich (2012) reforça sua preocupação no apelo recorrente que o desconhecido exerce sobre a imaginação humana. Assim, o desejo e a esperança – impulsionados no século XVIII pela disseminação de informações sobre culturas e tribos mundo afora, diferentes sobretudo dos colonizadores ocidentais - em rastrear tais raízes que pudessem nos dizer mais sobre os primórdios da humanidade pode nos conduzir a fantasias e excessos, sejam nos estudos etimológicos da cultura, sejam nos estudos etimológicos do design.

A partir da observação de que os motivos decorativos podem ter um significado simbólico, foi um passo demasiado tentador concluir que todos os motivos foram originalmente concebidos como símbolos – ainda que seu significado tenha se perdido no curso da história. (GOMBRICH, 2012, p. 218)

O autor acredita que tais especulações são despertadas, particularmente, por questões religiosas: “Fundamentalistas, que aceitam a verdade literal das Escrituras como a palavra de Deus, sentiram-se impulsionados a procurar esses registros sagrados em busca de revelação e inspiração” (GOMBRINCH, 2012, p. 219). Um exemplo apontado por Gombrich interessa, em especial, a essa reflexão. Publicada em 1853, a obra *The worship of the serpente traced throughout the world, attesting the temptation and fall of man by instrumentality of a serpente tempter*, do Reverendo John Bathurst Deane<sup>95</sup> reforça a associação do culto à serpente com o culto ao diabo, com o poder do mal, da escuridão, que - como apontado – é disseminado pelas tentativas de interpretações direcionadas pela religião.

Por conseguinte, percebe-se que há uma dificuldade em aceitar a autonomia do *efeito decorativo* e do próprio *efeito ornamental*. Essa necessidade também pode ser compreendida pela tendência em procurar por algum princípio de “unidade de mundo” (CAMUS, 2011). No capítulo Revolta e estilo, em *O homem revoltado* (CAMUS, 2011, p. 308), Albert Camus afirma que nenhuma arte pode recusar em absoluto o real, pode negar esse mundo exterior. Pode-se sustentar, assim, que é justamente a partir da ação do artista, do seu contato com o real que a obra nasce e o artista também se revela nela a partir do seu *modo de formar* (PAREYSON, 1993) único – o estilo. Concorde-se,

---

<sup>95</sup> A adoração da serpente traçada através do mundo, atestando a tentação e queda do homem pela instrumentalidade de um tentador (encantador) de serpentes (tradução nossa).

portanto, com Gombrich (2012, p. 225) ao aconselhar ao estudioso do design a “seguir a corrente e se concentrar na função conhecida do design no passado e no presente”.

Camus (2011) recorre ao exemplo da figura mitológica grega Medusa (**Figura 34**) para enfatizar essa subjetiva relação entre arte, mundo real e os sentidos. A única mortal das três irmãs Górgonas<sup>96</sup>, Medusa<sup>97</sup> era uma bela mulher que possuía serpentes no lugar dos cabelos e transformava em pedra quem olhasse diretamente nos seus olhos (RIBEIRO, 2017a). A Medusa, assinala o autor, é imaginária, porém seu rosto, as serpentes que adornam sua cabeça fazem parte da natureza. Assim, “a unidade em arte surge no fim da transformação que o artista impõe ao real”, afirma Camus (2011, p. 309). Esse real, deste modo, está atrelado aos diversos contextos socioculturais, às diversas noções de tempo e espaço experienciadas pelos sujeitos no mundo.

Figura 34 - Medusa de Caravaggio, criada entre 1595 e 1598, período Barroco.



Fonte: Gallerie degli Uffizie. (<https://www.uffizi.it/en/events/caravaggio-and-the-17th-century>), (2019).

Perseguir este estilo é uma das grandes dificuldades que permanecem, principalmente a partir do século XVIII, com o regime industrial de reprodução em série, e mantém-se em plena contemporaneidade. Para Paim (2000), entre 1850 e 1950, em particular, os ornamentos se tornaram relevantes ao fomento da expansão capitalista, significativos economicamente. Tornaram-se agentes nos discursos preocupados com a criatividade e diferenciação, assim como, contrariamente, em manifestações antiornamentais como a proposta por Adolf Loos.

<sup>96</sup> Medusa, Esteno e Euriale. Eram divindades marinhas.

<sup>97</sup> Medusa foi amaldiçoada por Atena, pois ousou competir com ela em beleza. Perseu a matou por decapitação com a ajuda dessa deusa. Ele usou o escudo ofertado por Atena que refletia as imagens como um espelho. Olhando através do espelho, Medusa não poderia petrificar Perseu, pois ele não estava olhando diretamente para seus olhos. Mas, ao mesmo tempo, ela ficou indefesa. Foi então que Perseu cravou-lhe uma espada no pescoço, do qual jorrou sangue e veneno mortal. O veneno que jorrou de Medusa era capaz de ressuscitar qualquer morto (RIBEIRO, 2017, p. 122-123). Foi desse sangue venenoso, nasceu o cavalo alado Pégaso, símbolo da imortalidade.

Houve, conseqüentemente, uma publicação numerosa de repertórios de padrões ornamentais impulsionados pelas técnicas de impressão sobre papel. Tais gravuras se tornaram fontes de informação para os fabricantes de diversos objetos e adornos, dentre eles, as joias. Um dos mais belos e ricos repertórios ornamentais é aquele reunido por Jones, em *A gramática do ornamento* (1856), citada antecipadamente, que inclui inclusive uma advertência aos copistas. Jones e outros reformistas do design foram vitais para o reconhecimento da criação ornamental.

Foi exatamente a partir desta tensão entre definição negativa e a valorização artística e fruição estética do ornamento que surgem as criações de Lalique e a poética *Art Nouveau*. É considerável novamente realçar que o processo criativo de Lalique se apresenta em sintonia com as ideias positivas de Ruskin por valorizarem o trabalho artesanal, a partir de um entrelaçamento entre a influência das formas naturais, a diferenciação através de um cuidado na escolha dos materiais e o tipo de trabalho envolvido na dinâmica criativa.

Para Poliana de Oliveira, em *René Lalique: a joia como simbologia* (2015), “a joalheria de Lalique é profundamente simbólica”, aproximando-se significativamente da mitologia greco-romana. A autora (2015) evidencia a simbologia da serpente como uma constante na obra de Lalique, presente em uma das suas peças mais notáveis, o peitoral *Serpentes* (**Figura 35**), produzido entre 1898 e 1899: “Esta peça por si só evocadora de múltiplas interpretações antropológico-religiosas, através do mito grego de Tífon, além da sua recorrente manifestação nas culturas de diversos povos” (DE OLIVEIRA, 2015, p. 76).

Figura 35 - O peitoral *Serpente*, de René Lalique.



Fonte: Fundação Calouste Gulbenkian. Disponível em: [https://gulbenkian.pt/museu/works\\_museu/peitoral-serpentes/](https://gulbenkian.pt/museu/works_museu/peitoral-serpentes/). Acesso em: 27 jun. 19.

Tífon ou Tifão é um monstro da mitologia grega, filho da cólera de Hera, criado pela serpente Píton; de forma meio humana, meio animal, tem asas e no lugar dos dedos, cem cabeças de dragões; enrolado de cobras do umbigo aos calcanhares e lançando

chamas pelos olhos. É tão grande que poderia tocar, com os braços estendidos, as duas extremidades do Oriente e do Ocidente (CHEVALIER; GHEERBRANT, 1992).

Chevalier e Gheerbrant (1992), ao atestarem as muitas versões conhecidas desse mito, fazem questão de frisar, por outro lado, sua tão evidente animalidade oposta ao espírito:

Os sobressaltos da animalidade, do embrutecimento, das forças de vulgarização, como uma suprema tentativa *de oposição ao espírito*. *Tifão é o mais temível de todos os inimigos do espírito*. *Simboliza a possibilidade da vulgarização do ser consciente, a mais decisiva oposição ao espírito evolutivo: o recuo em direção ao imediatismo dos desejos, característicos da animalidade* (CHEVALIER; GHEERBRANT, 1992, p. 883, grifos dos autores).

Acredita-se, dessa forma, nas palavras de Paim ao sublinhar um aspecto considerado como inalienável e essencial ao trabalho decorativo e ornamental desenvolvido pelo sujeito: “a investigação das mínimas possibilidades de diferenciação das formas e dos materiais, sempre possíveis, mesmo sob a pressão do ascetismo mais rigoroso ou de modo a responder às exigências extremas desse ascetismo” (PAIM, 2000, p. 117). Assim como Ruskin, admite-se que é preciso entender o ornamento como diferenciações inesperadas de formas e materiais; e isso independe da época, porque tem a ver com a capacidade humana de perceber o belo a partir da experiência travada entre corpo e mundo.

Dialogando, ademais, com esses “nós-de-víboras” brevemente apresentados, a serpente continua, no século XXI, sendo sugestiva nos processos criativos que têm as joias como suportes ornamental e decorativo que asseguram, por sua vez, uma autonomia ao design. A partir da compreensão do adorno joia como capaz de produzir ao máximo o “alargamento do Eu” (SIMMEL, 2008, p. 70), essa presença tão considerável da serpente - justamente pelos múltiplos sentidos que este réptil enigmático e sedutor possui - é, essencialmente, fortalecida por esse poder que os metais e as gemas preciosos têm de provocar um arrebatamento único por seu esplendor, brilho, raridade, visualidade provocante e sua capacidade perene de aproximar o sujeito, mesmo que inconscientemente, de um universo mágico, sobrenatural, como “objetos transportadores” (HUXLEY, 2015).

A serpente deve estar em todos os dedos e todos os pulsos e em todos os lugares. A serpente é o motivo de Hórus<sup>98</sup> em joias. (VREELAND apud BVLGARI, 2013)

---

<sup>98</sup> Deus egípcio de cabeça de falcão, muitas vezes representado por um olho, o olho de Hórus, ou por um disco solar com asas de gavião. Simboliza a implacável acuidade do olhar justiceiro, ao qual nada escapa, da vida íntima ou da vida pública (CHEVALIER; GHEERBRANT, 1992, p. 496).

Com base nas ideias apresentadas acima, parte-se para o desafio: criar um ornamento inspirado na imagem da serpente como elemento principal para o desenvolvimento criativo de uma joia. O exercício formativo pretende ser, principalmente, esclarecedor para a tentativa de diferenciação entre as noções de *ornamento* e *adorno*, comumente apreendidas como sinônimos. Todavia, as meditações exploradas até então são capazes de apresentar sutis alteridades entre estes dois conceitos, que se entrelaçam perfeitamente na composição de uma joia.

As tentativas de concepção nascem do perfil em degraus de lapidação apresentado em esmeralda (**Figura 36**), buscando privilegiar os nós referentes às fases da lua ligadas à transformação temporal que compõem o imaginário da serpente. O processo de desenvolvimento se apoia, em especial, na imagem da *philodryas olfersii* (**Figura 37**), conhecida popularmente como cobra verde ou cobra de cipó, bastante comum na fauna e flora nordestinas<sup>99</sup>.

Figura 36 – Esmeralda lapidada com perfil em degraus.



Fonte: Gemas e Pedras Preciosas (BONEWITZ, 2013, p. 169).

Figura 37 - *Philodryas olfersii* (nomes populares: cobra verde ou cobra de cipó).



Fonte: Fauna e Flora do RN; Herpetofauna, (<http://faunaefloradorn.blogspot.com/2015/07/cobra-verde-philodryas-olfersii.html>); (< [http://www.herpetofauna.com.br/Curiosidades\\_sobre\\_as\\_cobras.htm](http://www.herpetofauna.com.br/Curiosidades_sobre_as_cobras.htm)>), respectivamente da esquerda para a direita, (2019).

<sup>99</sup> Podendo ser encontrada em toda a América do Sul (FAUNA E FLORA DO RN, 2019).

É uma serpente de hábitos normalmente diurnos, que se alimenta de outros répteis, aves, pequenos mamíferos e anfíbios. Sua coloração predominante em verde intenso é bastante luminosa, atrativa aos olhos humanos, com grande capacidade de camuflagem entre plantas e árvores. É esse verde intenso e brilhante mesclado a tons amarelados que se pretende apresentar no ornamento aplicado à joia que receberá o nome de *Serpente Luar do Sertão*. A proposta é fazer uma referência às fases da lua associadas à serpente, como apresentado aqui a partir dos pensamentos de Durand (2012).

Assim como a lua, a serpente tem esse poder de aparecer, desaparecer e reaparecer. Por ser um réptil muito encontrado no sertão nordestino, foi privilegiada a presença da lua nesse cenário. Para isso, foram escolhidas as pedras preciosas esmeralda, jade (jadeíta), amazonita (microclínio) e serpentina em tons de verde (**Figura 38**).

Figura 38 - Amazonita (Microclínio), serpentina e jade (jadeíta), da esquerda para a direita.

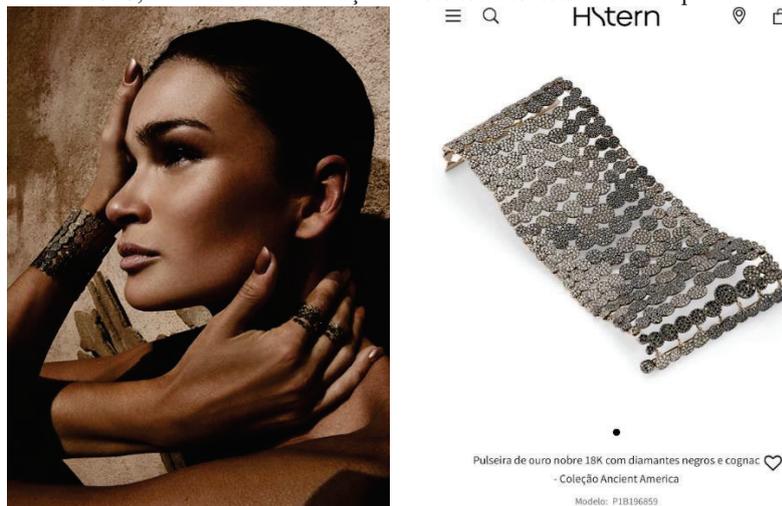


Fonte: Gemas e Pedras Preciosas (BONEWITZ, 2013, p. 124, 138, 150).

O adorno joia eleito foi um bracelete em formato retangular desenhado em uma base plana de papel couchê. A escolha desse formato geométrico é motivada pela estrutura do bracelete lançado, em 2010, compondo a coleção *Ancient America*<sup>100</sup> da joalheria HStern (**Figura 39**), uma das marcas que é objeto de análise desta pesquisa.

<sup>100</sup> Coleção inspirada nas antigas civilizações das Américas, que acreditavam que poderiam - em momentos de rituais - tomar a forma de animais, incorporando sua força e seus poderes sagrados (H. STERN, 2019).

Figura 39 - A modelo Caroline Ribeiro estrelando o editorial HStern de lançamento para a Vogue Joias, em outubro de 2010; e bracelete da coleção *Ancient America* em destaque no site da HStern.



Fonte: Blog Caroline Ribeiro; HStern. (<http://blogcarolineribeiro.blogspot.com/2010/10/vogue-brasil-hstern-primaveraverao.html>); (<https://www.hstern.com.br/colecoes/ancient-america>), da esquerda para a direita, (2019).

A textura ornamental utilizada na serpente da marca italiana Bvlgari, lançada na década de 1960, foi bastante intuitiva e simbólica para o desenvolvimento do ornamento. No século XX, a marca italiana de Alta Joalheria foi uma das pioneiras a usar o motivo da serpente em um relógio de corpo maleável, desenvolvido na década de 1940.

Seja de forma realista ou geometricamente abstrata, a cobra caminha junto com a história da Bvlgari com a representação das suas marcas registradas: o amor pela cor, a justaposição de materiais, uma inconfundível usabilidade e técnicas de ourives de última geração. (BVLGARI, 2019)

Suas coleções *Serpenti* se tornaram icônicas, principalmente a partir da década de 1960, quando a grife criou um ornamento que simulava as escamas da serpente que se tornou bastante desejado ao ser exibido por uma das principais personalidades internacionais da época: a atriz e estrela de Hollywood Elisabeth Taylor. Uma das peças mais expressivas da joalheria foi o relógio-bracelete em formato de serpente feito em ouro amarelo, prata e diamantes com esmeraldas compondo os olhos do ofídio, em homenagem à personagem Cleópatra interpretada no cinema por Elisabeth Taylor (BVLGARI, 2013).

É possível visualizar, na **Figura 40**, o ornamento criado pela Bvlgari a partir de elementos separados que simulavam as escamas do réptil, à direita e no alto, o relógio-bracelete criado para Elisabeth Taylor, em Cleópatra; e à direita inferior, uma das versões atuais das joias *Serpenti*, uma das peças mais icônicas da grife de luxo. Na próxima **Figura 41**, exibe-se a versão também atual da *Serpenti* Bvlgari adornando o pescoço da

atriz Charlize Theron, no Oscar 2019, além da atriz Elisabeth Taylor como Cleópatra, na produção clássica cinematográfica de 1963.

Figura 40 - Ornamento *Serpenti*, relógio-bracelete de Elisabeth Taylor, no longa Cleópatra; e joia *Serpenti* atual (Bulgari).



Fonte: Bulgari Portfolio (2013); Bulgari, (<https://www.bulgari.com/pt-br/bulgari-heritage-icons.html>), (2020).

Figura 41 - *Serpenti* Bulgari usada por Charlize Theron (Oscar, 2019); e Elisabeth Taylor (Cleópatra, 1963).



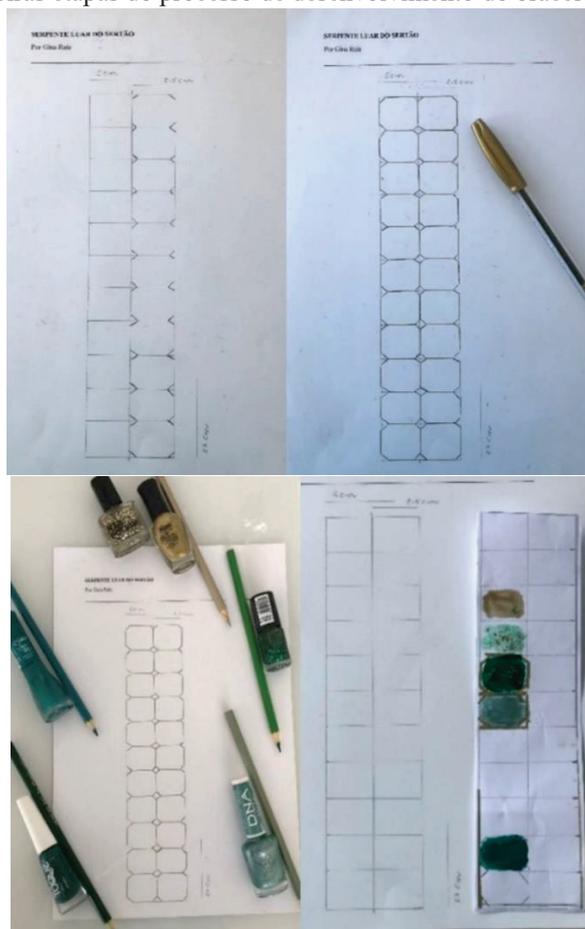
Fonte: Bulgari. (<https://www.bulgari.com/pt-br/magazine/oscar-2019>), (2019); Pinterest, <https://br.pinterest.com/pin/113012271875607468/>, (2020).

Com base nas referências apontadas, o ornamento aplicado ao adorno joia foi pensado a fim de valorizar as texturas naturais e o brilho das pedras preciosas, a partir de

uma estrutura de metal em ouro amarelo. Por serem normalmente confortáveis ao uso, as medidas escolhidas para a joia foram: 24 cm de comprimento; 5 cm de largura; 2,5 cm x 2,0 cm de comprimento e largura das pedras. O bracelete inicialmente foi desenhado em lápis e contornado com caneta esferográfica dourada.

Em seguida, foi realizada a seleção de cores dos lápis em acordo com os tons do esmalte. A harmonização dos tons foi necessária, uma vez que o esmalte foi utilizado no acabamento do ornamento para alcançar o brilho das gemas. Para tanto, as noções da técnica de esmaltação chamada *cloisonné*<sup>101</sup> foram importantes. Também foi feito um teste utilizando a pintura direta do esmalte no papel a fim de decidir a sequência de tons do ornamento, assim como realizar testes à aplicação de texturas. Nesse momento, percebeu-se que a utilização exclusiva do esmalte na superfície branca e plana não daria o efeito desejado: a textura, o brilho e a variação de tons própria das gemas. Partiu-se, então, para a pintura com lápis de cor nos tons de verde que estariam próximos às tonalidades das pedras preciosas.

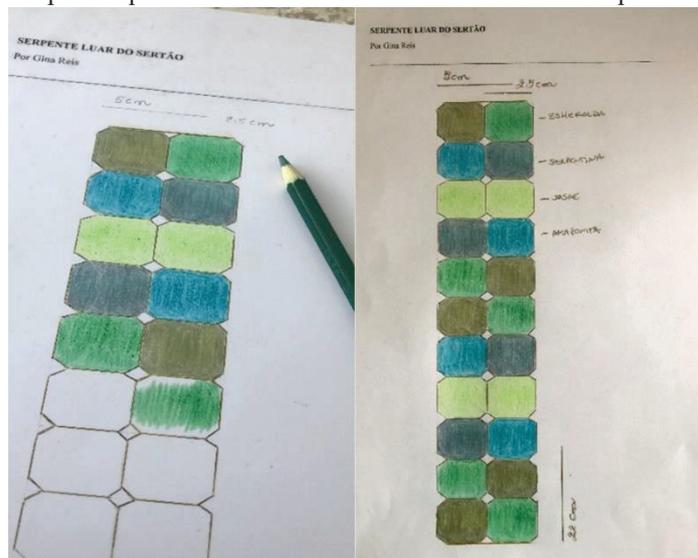
Figura 42 - Primeiras etapas do processo de desenvolvimento do bracelete Luar do Sertão.



<sup>101</sup> Significa cela, ou seja, espaço delimitado. Utiliza-se fios finíssimos de metal para formar desenhos, e esses fios são colocados na peça delimitando os espaços em que os esmaltes são depositados (SANTOS, 2017, p. 198).

Fonte: Acervo da autora (2019).

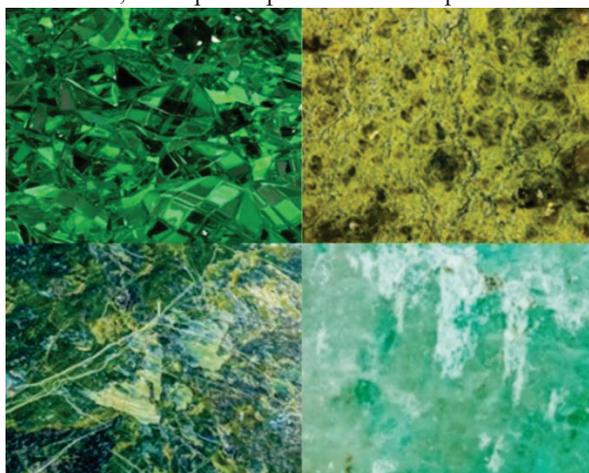
Figura 43- Decisão pela sequência de cores do ornamento do bracelete e pintura com lápis de cor.



Fonte: Acervo da autora (2019).

Finalizada essa etapa, decidiu-se pela técnica de colagem. Foram selecionadas imagens das pedras preciosas em sua textura natural (**Figura 44**); as imagens foram impressas em papel couchê 180 g; e recortadas no formato degraus de lapidação, conforme decidido anteriormente.

Figura 44 - Seleção das texturas que serviram de base para o ornamento. Esmeralda, jaspe, serpentina e amazonita, da esquerda para a direita respectivamente.



Fonte: Google Imagens. Acesso em: 29 jun. 19.

Por fim, uma nova base da joia foi desenhada em papel couchê branco, gramatura 180g, seguindo as medidas estipuladas. A peça foi contornada com caneta hidrocor dourada ponta média, seguido da colagem das texturas impressas também em papel couchê e aplicação de uma camada de esmalte sobre as texturas coladas. Para destacar o

efeito do ouro amarelo, as placas em ouro amarelo 18k que aparecem intercaladas entre as pedras no desenho da joia foram preenchidas integralmente com esmalte dourado.

Figura 45 - Ornamento em fase de aplicação das texturas por colagem.



Fonte: Acervo da autora (2019).

Figura 46 – Protótipo do bracelete Lua do Sertão finalizado com aplicação de ornamento através de colagem, pintura e esmaltação.



Fonte: Acervo da autora (2019).

Figura 47 - Protótipo bracelete Luar do Sertão sendo testado no corpo.

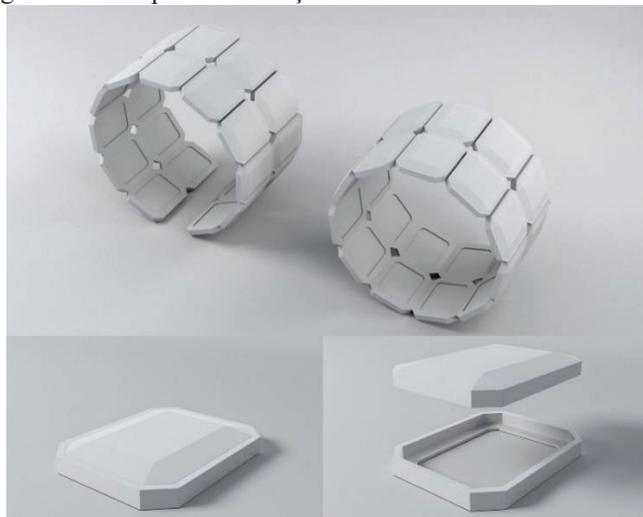


Fonte: Acervo da autora (2019).

Durante a feitura desta tese, a pesquisadora cogitou caminhos para materializar a joia Luar do Sertão. O exercício de bancada com apoio especializado foi pensado, a fim

de uma aproximação do modo de fazer joia; contudo, o cenário pandêmico enfrentado dificultou essa execução. A fim de fechar, de algum modo, o exercício prático e reflexivo, a joia foi modelada e renderizada em 3D a fim de alcançar a desejada versão final. O exercício formativo foi feito com as contribuições de Sarah Huber e Gustavo Schinner, designer gráfico e ilustrador 3D. Nas **Figuras 48 e 49**, é possível visualizar algumas etapas do desenvolvimento do bracelete Luar do Sertão e a joia criada em tecnologia 3D. A concepção final tridimensional cumpriu com o propósito do projeto ao desenvolvimento de uma joia incorporando a serpente como ornamento principal deste adorno.

Figura 48 –. Etapas da ilustração 3D do Bracelete Luar do Sertão.



Fonte: Gustavo Schinner.

Figura 49 –Bracelete Luar do Sertão modelado e renderizado em 3D.



Fonte: Gustavo Schinner.

## 4. A INUTILIDADE ÚTIL DAS JOIAS

*Diamante, nem esmeralda, nem safir' ...*  
 Diamante, nem esmeralda, nem safir'  
 nem outra qualquer pedra preciosa,  
 topázio, nem jacinto, nem rubi,  
 tem eritrina, mesmo tão virtuosa,  
 ou ametista, ou a granada mais fina,  
 a qual é muito resplendente cousa,  
 não têm tantas belezas em domínio  
 quanto em si a minha dama amorosa.  
 E em virtude, nenhuma a alcança  
 e é igual [à estrela] em esplendor,  
 com sua pronta e gaia exuberância,  
 mais bela é ela que rosa e flor.  
 Cristo lhe dê vida e folgança  
 e lhe acrescente todo apreço e honor.  
 (*Gemas*, Giacomo da Lentini, século XIII)<sup>102</sup>

### 4.1 O esplendor das formas na apreensão do belo nas joias

Adornos que crescem ao supremo a presença da pessoa no mundo, as joias compõem, decerto, o conjunto de coisas capazes de provocar um sentimento de arrebatamento ao sujeito que as cria, as usa e/ou as admira, convocando-o a uma experiência sensível. Independente de possuí-la ou não, a joia, destino em si mesma, aviva uma fruição fulgurosa ao convocar o olhar, assente em uma visualidade que afeta, comunica e singulariza. Esse comportamento diante das joias está intimamente ligado ao sentimento do belo, aquilo que nos apraz sem, necessariamente, estar condicionado às sensações e representações objetivas, como inveja, paixão, poder, desejo de posse. A joia leva o sujeito a um contentamento pelo fato de aguçar um sentimento de harmonia dos sentidos manifestada, particularmente, em sua forma.

Com o apoio nas reflexões do pensador Immanuel Kant (1724-1804), em *Crítica da faculdade do juízo* (2005, p. 48), o belo nas joias, logo, não estaria essencialmente na sua matéria, mas no sentimento de complacência “no qual o sujeito sente-se a si próprio do modo como ele é afetado pela sensação” ao contemplar o esplendor das formas alcançadas a partir de uma visualidade pujante, que se configura com o encontro das qualidades substanciais, luminosas, perenes, raras e por uma *inutilidade útil*. Hábeis em inquietar as sensações do sujeito, essas propriedades estimulam um sentimento de prazer ou até mesmo de desprazer.

---

<sup>102</sup> (*Apud* ECO, 2014, p.108). Giacomo da Lentini (1210-1260), poeta italiano da escola siciliana.

Segundo Kant<sup>103</sup> (2005), para distinguir se algo é belo ou não, referimos a representação não pelo entendimento ao objeto em vista de conhecimento, mas pela faculdade da imaginação, que talvez esteja ligada ao entendimento. Por isso, o juízo de gosto, como uma faculdade de ajuizamento do belo, não pode ser apreendido como um juízo de conhecimento, uma vez que não é lógico, mas estético, ou melhor, um juízo sustentado na subjetividade.

Se a questão é se algo é belo, então não se quer saber se a nós ou a qualquer um importa ou sequer possa importar algo da existência da coisa, e sim como a ajuizamos na simples contemplação (intuição ou reflexão). (KANT, 2005, p. 49)

Para Kant, é a complacência - no sentido de comprazer (agradar a muitos), um prazer refletido, um deleite, em parte, sensível, em parte, intelectual - que determina o juízo de gosto, sendo a mesma insubordinada a qualquer interesse objetivo. Por mais indiferente que o sujeito possa ser com respeito à existência do objeto, o que se busca saber é se esta determinada representação da coisa no sujeito é acompanhada de complacência pura e desinteressada. O filósofo da era moderna acentua três relações diversas das representações ao sentimento de prazer e desprazer, que permitem uma distinção de objetos ou modos de representação entre si. Seriam elas, o agradável; o bom; o belo:

*Agradável* chama-se para alguém aquilo que o *deleita*; belo, aquilo que meramente o *apraz*; bom, aquilo que é *estimado*, aprovado, isto é, onde é posto por ele um valor objetivo (...). Pode-se dizer que, entre todos estes modos de complacência, única e exclusivamente a do gosto pelo belo é uma complacência desinteressada e *livre*; pois nenhum interesse, quer o dos sentidos, quer o da razão, arranca aplauso. Por isso, poder-se-ia dizer da complacência que ela, nos três casos mencionados, refere-se à *inclinação* ou *favor* ou *respeito*. Pois *favor* <*Gunst*> é a única complacência livre. Um objeto da inclinação e um que nos é imposto ao desejo mediante uma lei da razão não nos deixam nenhuma liberdade para fazer de qualquer coisa um objeto de prazer para nós mesmos. Todo interesse pressupõe necessidade ou a produz; e, enquanto fundamento determinante da aprovação, ele não deixa mais o juízo sobre o objeto ser livre. (KANT, 2005, p. 54-55, grifos do autor)

Diferente de uma complacência relativa ao interesse, a beleza não se encontra em conceitos (o bom) ou assentada inteiramente nas sensações (o agradável). O agradável, no

---

<sup>103</sup> O filósofo alemão Immanuel Kant defende o papel constitutivo de mundo pelo sujeito transcendental, ou seja, o sujeito que possui as condições de possibilidade da experiência. Segundo ele, o conhecimento só é possível porque a pessoa possui faculdades que o tornam possível. Para o filósofo, interessa investigar a razão e seus limites. As faculdades que permitem a pessoa conhecer a realidade, possibilitando a experiência são: a sensibilidade (objetos dados por intuição – modo como somos afetados pelos objetos) e entendimento (objetos pensados nos conceitos). Sem o conteúdo da experiência (dados na intuição), os pensamentos são vazios de mundo (racionalismo), por outro lado, sem os conceitos, eles não têm nenhum sentido para nós (empirismo). O filósofo afirma, assim, que sem sensibilidade, nenhum objeto nos seria dado, e sem entendimento nenhum seria pensado. Pensamentos sem conteúdo são vazios, intuições sem conceitos são cegas.

que lhe concerne, funda um sentimento privado, limitado à individualidade, podendo ser comparável, mas não universal; “portanto, acerca do agradável vale o princípio: *cada um tem seu próprio gosto (dos sentidos)* (KANT, 2005, p. 57). A unanimidade que, por vezes, é encontrada no agradável ou no bom está vinculada a “regras gerais (como o são todas as empíricas), não universais como as que o juízo do gosto sobre o belo toma a seu encargo ou reivindica. Trata-se de um juízo em referência à sociabilidade” (KANT, 2005, p. 57-58).

A universalidade do sentimento do belo não se apoia, assim, em conceitos objetivos, já que não é absolutamente racional; ela é estética, alicerçada em uma validade universal subjetiva. O filósofo ressalta que alguns juízos lógicos podem se fundar a partir de juízos estéticos, contudo não pode haver uma regra segundo a qual alguém deve ser coagido a reconhecer algo como belo. Essa “validade universal subjetiva, isto é, estética que não se baseia em nenhum conceito, não se pode deduzir a validade universal lógica” (KANT, 2005, p. 59), uma vez que não há critérios postulados previamente que possam determinar algo como belo. “A não ser uma tal voz universal com vistas à complacência, sem mediação de conceitos”, ressalta (2005, p. 60). Portanto, o juízo do gosto não requisita o acordo unânime de qualquer um; ele somente imputa a qualquer um este acordo com vistas ao qual espera a confirmação não de conceitos, mas da adesão dos outros (KANT, 2005).

Ao experienciar a beleza de uma joia (como adorno máximo), revela-se a habilidade desse adorno em despertar percepções subjetivas entrelaçadas aos jogos afetivos, de comunicabilidade e socialidade, que resultam dos sucessivos e até mesmo simultâneos encadeamentos históricos e culturais da presença humana no mundo. Sua posse não é necessária para quem a contempla, e a admira a partir de uma complacência livre. A título de exemplo, a sensação de arrepio agradável sentida pelo sujeito ao ser surpreendido pelo toque frio do metal e das gemas de uma joia sobre seu corpo convida-o a um deleite diferente daquela harmonia configuradora da beleza que afeta e, ao mesmo tempo, exige no outro a mesma complacência. Seguindo as meditações de Kant, é possível considerar o arrepio frio proporcionado pelo contato da joia com o corpo como um gosto dos sentidos; enquanto o segundo seria um gosto da reflexão sem preceitos (o belo):

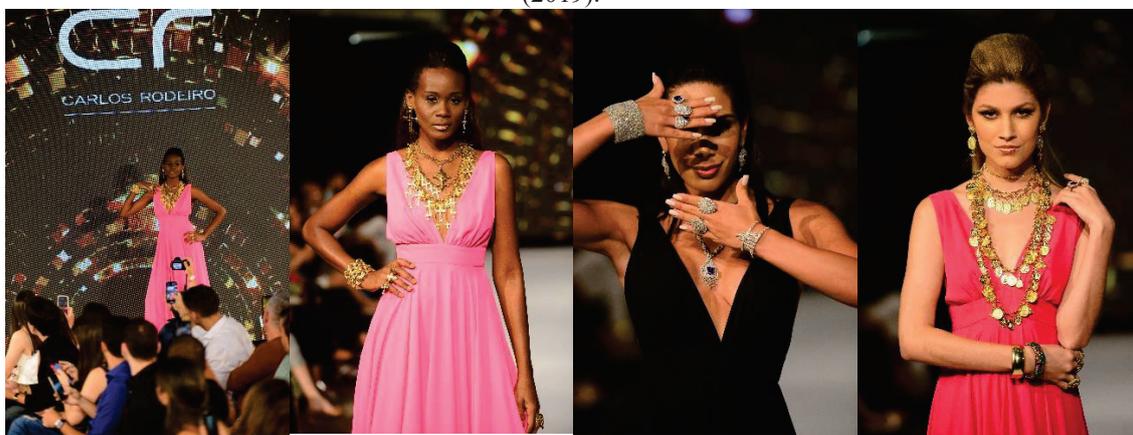
Enquanto o primeiro profere meramente juízos privados; o segundo, por sua vez, profere pretensos juízos comumente válidos (públicos) de ambos os lados, porém, juízos estéticos (não práticos) sobre um objeto simplesmente com respeito à relação de sua representação com o sentimento de prazer e desprazer. (KANT, 2005, p. 58)

Esse sentimento de complacência do belo nas joias pode ser apreendido ao experienciar os efeitos intersubjetivos passíveis de serem suscitados durante um desfile de

moda dedicado a tais adornos. Para essas apresentações, as joias são desafiadas a deixarem seu altruísmo um pouco de lado e a assumirem seu protagonismo junto ao corpo. Para tanto, em um desfile dedicado às joias, a *composição da aparência* precisa ser pensada para que esses corpos e objetos estabeleçam na passarela uma sinergia, sem disputas; permitindo que esses adornos encantem os expectadores como acontecimento que ultrapassa o visível.

Esse entendimento pode ser notado no desfile das coleções *Búzios e Sacra* (**Figura 50**), assinadas pelo joalheiro baiano Carlos Rodeiro (1973-2021)<sup>104</sup>, em 13 de setembro de 2019, na 21ª edição do *Barra Fashion*, um dos principais no calendário de moda da Bahia até hoje. Corpos, vestes e joias em cooperação, a fim de potencializar a presença dos adornos na passarela.

Figura 50 – Desfile das coleções *Búzios e Sacra* de Carlos Rodeiro, na 21ª edição do *Barra Fashion* (2019).



Fonte: Divulgação Shopping Barra.

Sabe-se, evidente, que um desfile de moda tem claramente pretensões ao desejo e à posse por muitos que ali estão. No entanto, o que importa mostrar é que, anteriormente a essas sensações e representações objetivadas, a experiência de quem assiste ao desfile de joias é ilustrada pelo sentimento de contentamento ou, até mesmo, de descontentamento.

É o que Kant (2005) chama de um juízo simplesmente subjetivo (estético) do objeto ou da representação a partir de uma harmonia das faculdades do conhecimento.

A comunicabilidade universal subjetiva do modo de representação em um juízo de gosto, visto que ela deva ocorrer sem pressupor um conceito determinado, não pode ser outra coisa senão o estado de ânimo no jogo livre da faculdade da imaginação e do entendimento (na medida em que concordam entre si, como é requerido para um *conhecimento em geral*), enquanto somos conscientes de que esta relação subjetiva, conveniente ao conhecimento em geral, tem de valer também para todos e consequentemente ser universalmente comunicável, como o é cada conhecimento determinado, que, pois, sempre se baseia naquela relação como condição subjetiva. (KANT, 2005, p.62, grifos do autor)

<sup>104</sup> Carlos Rodeiro faleceu aos 48 anos em decorrência de um tumor no cérebro.

Mas, o que estaria em jogo quando se pensa sobre as prováveis particularidades essenciais a esse arrebatamento dado pelas joias a partir de relações intersubjetivas? Umberto Eco, em *História da beleza* (2014), aponta que, em geral, entre os ornamentos (coisas destinadas ao *decus*, ou seja, ao ornamento, ao belo, ao agradável), são fundamentais aqueles que se baseiam na luz e na cor, como os metais, pela luz que refletem. Ele propõe que se aceite a distinção (de origem tradicional) entre útil e belo, pensando a beleza do corpo humano a partir dos seus ornamentos naturais (umbigo, gengivas, sobrancelhas, seios) e artificiais (roupas e joias). Aqui, acompanhando as palavras de Eco, vale acrescentar e sublinhar também a compreensão da pele como ornamento em si, conforme apontado outrora por Paim (2000). Citando Isidoro de Sevilla (560-636)<sup>105</sup>, eclesiástico católico e acadêmico da Antiguidade Tardia, Eco acentua as belezas análogas entre o ar e o ouro:

O próprio ar é belo, porque *aes-aeris* (...) é assim chamado por ter o esplendor do *aurum*, isto é, do ouro. Como o ouro, de fato, o ar resplandece mal é tocado pela luz. As pedras preciosas são belas por sua cor, e a cor nada mais é que luz do sol aprisionada e matéria purificada. (ECO, 2014, p. 113)

Certamente, uma das origens da estética da *claritas*<sup>106</sup>, propagada na Idade Média madura<sup>107</sup> por Tomás de Aquino, deriva, segundo ele, do fato de Deus ser personificado com a luz em numerosas civilizações. Acrescenta-se ainda a herança da tradição grega da ideia de que o belo consistia sobretudo na proporção, sabendo-se que esta proporção nasce de uma relação harmônica entre as várias partes de um todo. Assim como na tradição grega, a beleza não era apenas a simetria (*symmetria*), mas também cor (*chróma*).

O Baal semítico, o Rá egípcio, o Ahura Mazda iraniano, são todos personificações do sol ou da benéfica ação da luz, que chegam naturalmente à concepção do bem como sol das ideias em Platão; através do neoplatonismo essas imagens penetram na tradição cristã (...). Em suas *Enéadas* (I, 6), Plotino<sup>108</sup>

<sup>105</sup> Isidoro de Sevilla foi um escritor cristão responsável pela obra *Etimologias* (XI), enciclopédia católica com fragmentos de muitos livros antigos. São aproximadamente 448 capítulos divididos em vinte volumes com textos romanos, continuando uma tradição de resumos e sumários que caracterizou a literatura romana no que se considera a Antiguidade Tardia - a queda de Roma e a formação do mundo medieval.

<sup>106</sup> “Como se pode extrair das palavras de Dionísio, o belo é constituído tanto pelo esplendor quanto pelas devidas proporções: de fato, ele afirma que Deus é belo ‘como causa do esplendor e da harmonia de todas as coisas’. Portanto, a beleza do corpo consiste em ter os membros bem proporcionados, com a devida luminosidade da cor” (DE AQUINO *apud* ECO, 2014, p. 100).

<sup>107</sup> Eco chama a atenção para a ambiente luminoso que caracterizou a Idade Média, ao contrário da imagem convencional da “idade das trevas”, mesmo do ponto de vista colorístico. O sujeito medieval acaba criando, mesmo em ambientes sombrios e mal iluminados, obras plenas de luz, com uma combinação de cores puras (vermelho, azul, ouro, prata, branco e verde) sem esfumaturas. Ao contrário da pintura barroca, que trabalhava o jogo de volumes com luz e sombra, as miniaturas medievais, a exemplo, “a luz parece irradiar-se dos objetos” (ECO, 2014, p 99-100).

<sup>108</sup> Plotino (204-270) foi um dos maiores pensadores da Antiguidade. Autor das *Enéadas*, formada por seis livros e nove tratados (daí a origem do nome do grego, *ennéa*, nove), o filósofo buscava explicar a origem de todas as coisas. Para ele, “os seres humanos, em última análise originários do uno, devem – através da

se pergunta por que julgamos belas as cores e a luz do sol, ou o esplendor dos astros noturnos, que são simples e não extraem sua beleza da simetria das partes. A resposta a que chega é que “a simples beleza de uma cor é dada por uma forma que domina a obscuridade da matéria, pela presença de uma luz incorpórea que mais não é que razão e ideia”: Daí a **Beleza do fogo**, que brilha qual uma ideia. (ECO, 2014, p. 102, grifos do autor)

As noções de Deus como lume, da potência dos raios estelares, de correntes luminosas fazem parte dessa concepção de *claritas* a partir de razões filosóficas, mas também social e política, como assegura Eco (2014, p. 105): “Para manifestar seu poder, os senhores adornam-se de ouro, joias, e vestem roupas com as cores mais preciosas, como a púrpura”. O retábulo *Adoração dos Magos* (1423), de Gentile da Fabriano (**Figura 51**), ilustra a poética de *claritas* através da cena de Nascimento do Menino Jesus, este sendo envolvido por um esplendor de pontos de cores vigorosas como azul, vermelho e dourado. O colorido e a resplandecência marcam as presenças da Sagrada Família e dos Reis Magos na obra, reconhecida como um dos exemplos mais importantes da pintura gótica internacional na Itália (UFFIZI, 2020).

Figura 51 – Retábulo *Adoração dos Magos* (1423), de Gentile da Fabriano (1370-1427); e *A Virgem no caramanchão de rosas* (1440), de Stefan Lochner.



Fonte: Galleria degli Uffizi, (<https://www.uffizi.it/en/artworks/adoration-of-the-magi#&gid=1&pid=1>), (2020); Wallraf Museum, (<https://www.wallraf.museum/en/collections/middle-ages/masterpieces/stefan-lochner-madonna-of-the-rose-bower/the-highlight/>), (2020), da esquerda para a direita, respectivamente.

Em *A Virgem no caramanchão de rosas* (1440), de Stefan Lochner (**Figura 51**), o resplendor cromático e de luz da poética gótica medieval é também realçado em todos os detalhes da obra: flores aos pés e envolvendo a Virgem; instrumentos musicais tocados

---

contemplação do belo – fazer o caminho inverso, retornar até a alma ‘sem mescla’ e dali unir-se ao princípio intelectual, a fim de ‘ver o que ele (o uno) vê’”. A obra *Enéadas* foi traduzida integralmente, em 2019, para o português pela Universidade de São Paulo (USP) e Universidade Federal da Paraíba (UFP), considerada “monumental” (JORNAL USP, 2019).

por anjos celestiais; e ornamentações de chão de ouro. Um precioso broche orna as vestes de Nossa Senhora, que segura o Menino Jesus, coroado em ouro. A Virgem carrega também uma coroa trabalhada em ouro com sugestivas pedras preciosas formando flores. O destaque fica para a auréola da Virgem como representação simplificada do ciclo lunar e um pequeno broche que mostra uma virgem com um unicórnio – uma alusão à união mística entre Cristo e Sua Igreja (WALLRAF MUSEUM, 2020).

A arte e arquitetura gótica ornamentais são bastante representativas para perceber, além do mais, “a vivacidade de uma cor simples unida à vivacidade da luz que a penetra: o vitral da catedral gótica” (ECO, 2014, p. 117). Foi na Idade Média que essa técnica figurativa se desenvolveu, permitindo que lâminas de luz penetrassem nas janelas, sob o filtro de vidros coloridos ligados a estruturas de chumbo<sup>109</sup>. Essas composições com vitrais atentam, mais uma vez, ao talento do vidro de também afetar o sujeito, através da sua transparência e sua cromática, que concedem à luz uma livre passagem, apresentando a quem observa um impacto que cativa e envolve.

A Catedral de Notre Dame<sup>110</sup>, em Paris (França) - um dos templos católicos mais conhecidos no mundo, construído há 857 anos - sobressai essa relação do brilho, do lume com o divino na sua arquitetura gótica através da técnica figurativa com vidros coloridos. A Catedral foi arquitetada com vitrais, que buscam proporcionar àquele que adentra ao local um sentimento de beleza e uma proximidade com Deus, através da luz e cor que invadem as paredes grossas de estilo romano, as colunas altas e seus grandes arcos.

Figura 52 – Vitrais da Catedral de Notre Dame, em Paris (França).



Fonte: BBC; (<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-52329424>), (2020)

<sup>109</sup>O chumbo (Pb) é um tipo de metal utilizado por inúmeras civilizações desde a Antiguidade, sobretudo no feitiço de utensílios domésticos. Porém, é um metal altamente tóxico, prejudicial ao organismo humano. No incêndio, que acometeu a Catedral de Notre Dame, em Paris (França), em 15 de abril de 2019, uma das principais preocupações dos franceses era com os impactos do vapor do chumbo no ar das regiões vizinhas à Igreja. Isso porque o teto da catedral que cobria o telhado, construído no século XIX, tinha uma película protetora feita de chumbo.

<sup>110</sup> Início da construção foi em 1163; e inauguração em 1345.

Assim como as experiências de Huxley (2015) com a mescalina atestaram uma ideia do paraíso como um local de joias, a partir de Eco (2014), demonstra-se, desse modo, o sentido vivaz das cores e da luminosidade como facetas relevantes na constituição formativa das joias para que as mesmas proporcionem no sujeito experiências de beleza no seu hábito cotidiano de adornar-se, na sua singular contemplação desses adornos que encantam e, claro, no seu imaginário místico, espiritual.

Ao descrever a Beleza do primeiro anjo, Hildegarda [Santa Hildegarda de Bingen] fala de um Lúcifer (antes da queda) enfeitado de pedras refulgentes à guisa de céu estrelado, de sorte que a inumerável turba das centelhas, resplandecentes ao fulgor de todos os seus ornamentos, clareia de luz o mundo (*Liber divinatorum operum*). (ECO, 2014, p. 117)

Recorrendo, mais uma vez, a Eco (2014, p.125, grifos do autor), “essas remissões ao gosto corrente da época [Idade Média] são necessárias para compreender em toda sua importância as referências dos teóricos à **cor como causa de Beleza**”. Nessas reflexões, são apreciáveis e consideráveis as íntimas relações entre luz e cor e o belo, eficazes em provocar nos sujeitos sentimentos entrelaçados ao “gosto estético, apreciativo e valorativo”, que “se ancoram na dimensão sensível de toda a experiência” (CIDREIRA, 2013, p. 134). Assim sendo, esse elo entre o belo, o colorido e a luminosidade, precisa ser assimilado, nesta pesquisa, de forma autônoma, independente das acepções objetivistas aristotélicas de beleza (beleza como propriedade do objeto: simetria, grandeza, proporção) que configuraram a estética *claritas* da Idade Média.

Esse entendimento leva novamente aos pensamentos de Kant (2005) sobre os ornamentos e adornos, a partir da sua compreensão de beleza que habita no sentimento de complacência desinteressada, livre de preceitos; sentimento este que se estabelece em uma relação intersubjetiva entre os sujeitos e o mundo a sua volta. Segundo Kant, os ornamentos não pertencem à inteira representação do objeto internamente como parte integrante, mas pertencem externamente como um acréscimo que aumenta a complacência do gosto. Segundo ele, as cores, por exemplo, que iluminam o esboço de uma pintura pertencem ao “atrativo”. “Elas, na verdade, podem vivificar o objeto para a sensação, mas não torná-lo belo”, destaca o pensador (2005, p. 71). A partir da perspectiva de Kant, é importante compreender, deste modo, que a luz e a cor, “assim como os sons agradáveis do instrumento”, não constituem espontaneamente razões da beleza. Para alcançarem esse arrebatamento, precisam fazer parte de um desenho, de uma composição capaz de aguçar o sentimento de prazer ou desprazer. Por outro lado, o pensador chama a atenção:

Mas se o próprio ornamento não consiste na forma bela, e se ele é, como a moldura dourada, adequado simplesmente para recomendar, pelo seu atrativo, o quadro ao aplauso, então ele se chama adorno <*Schmuck*> e rompe com a autêntica beleza. (KANT, 2005, p. 72)

Não se quer, neste momento, assumir a noção de adorno realçada acima por Kant, a qual considera o adorno em si como sendo incapaz de conferir ao sujeito uma experiência com a beleza. Para essa concepção, adota-se, nesta tese, a noção de Simmel (2008) em que o sentido do adorno se consolida por meio de um elo dialógico e subjetivo inseparável entre a necessidade de um realce estético da personalidade e um alargamento sociológico do sujeito. Todavia, o pensamento kantiano serve de caminho para evidenciar que a vivacidade da cor e a própria substancialidade das gemas, dos metais e demais materiais orgânicos ou artificiais<sup>111</sup> luminosos somente são competentes em provocar um sentimento de complacência desinteressada (o belo) quando são “determinações formais da unidade de um múltiplo dos mesmos e neste caso poderiam ser também computados por si como belezas” (KANT, 2005, p. 70).

Independente das controvérsias que permeiam as discussões sobre a temática do gosto ou de um mau gosto que versam sobre prefigurações de efeito (Clemente Greenberg), provocação de efeitos (Eco) ou imitação de efeitos (Marcelo Coelho, 2006), a visualidade dos ornamentos e adornos assinala, principalmente, para uma “dimensão escorregadia”, complicada, ambígua por natureza que envolve o gosto, como bem refletido por Cidreira (2013):

Já dizia Montesquieu: o gosto é um *não sei o quê...*(...) o gosto é uma atividade não apenas racional, mas desejante. O gosto é emoção, sentimento. O gosto é uma sensibilidade original, uma determinação empírica pela qual é construída a experiência da modificação individual induzida pelo prazer, pela apreciação. É um sentimento que também é julgamento, uma vez que é através do gosto que se torna possível estabelecer distinções entre belo e feio, bom e mau, doce e amargo etc. (CIDREIRA, 2013, p. 126)

A partir de Kant, a pesquisadora (2013) acredita na possibilidade de estabelecimento de critérios que se dá de forma implícita no seio da comunidade a partir dos acordos implícitos que, mesmo que expressem preferências pessoais, estão de algum modo sendo constituídos por uma configuração coletiva, partilhada por muitos. Esse seria “o sentido comunal” (CIDREIRA, 2013, p. 131) ágil em valorar o efeito visual da luminosidade e do colorido que se perpetua através da formatividade singular encontrada nas joias, por exemplo.

---

<sup>111</sup> Referindo-se, aqui, especificamente às pedras sintetizadas em laboratórios.

“Para Kant o *sensus communis* que ele caracteriza como gosto deve ser entendido como um sentido comunitário, através do qual ‘transpomo-nos para o lugar do outro’, afirma a autora (2013, p. 138). Cidreira aponta ainda a interpretação de Valverde para a argumentação kantiana como “um esforço para mostrar que a ‘mera’ experiência do juízo de gosto já ultrapassa a experiência sensorial do indivíduo e reflete a existência de um *sensorium* comum”. Para Valverde (2003), seria na obra *Crítica do juízo*, de Kant, que há uma conciliação entre a imaginação e o entendimento, no sentimento do livre jogo das faculdades representativas, que fundamenta o consenso universal. Deste modo, a capacidade do artista de comunicar o conceito da sua obra sem imposições de um domínio intelectual “encontra correspondência na comunicabilidade universal proporcionada pelo gosto” (VALVERDE, 2003, p. 25).

Os ornamentos e os adornos joias podem ser percebidos, assim, como objetos constituídos e constituintes de uma afirmação individual, social e cultural dos sujeitos com alta comunicabilidade à manifestação do gosto a partir de uma “dinâmica relacional” (CIDREIRA, 2013, p. 140). Na contemporaneidade, conforme destaca Cidreira (2013), assiste-se a um certo elogio da aparência e, não por acaso, Simmel, no início do séc. XX, já contemplava a moda, a vestimenta e os adornos como exemplos da manifestação dinâmica da vida, do processo de afirmação de si e das relações sociais. “Nesse sentido, pode-se dizer, com o apoio das considerações de Simmel, que a aparência expressa o homem”, realça a autora (2013, p. 141).

A *composição da aparência*, logo, merece ser anunciada como um dos investimentos mais relevantes enquanto apresentação ou aparição existencial do sujeito, que encontra no adorno e, em particular, nas joias o mais alto recurso de expansão da sua presença no espaço à sua volta. Conseqüentemente, a moda se manifesta como a grande evidência da expressão dessa comunicabilidade do gosto, podendo, através do seu jogo de imitação e diferenciação, revelar “o que há de comum entre os homens, que é o sentido de comunhão” (CIDREIRA, 2013, p. 142).

## 4.2 A experiência do sentimento do sublime nas joias

Costumava passar um dia inteiro tirando e recolocando em seus escrínios as pedras que colecionava: como a alexandrita cor de azeitona que à luz artificial mudava-se em vermelho, a cimófana com suas linhas semelhantes a fios de prata, o peridoto cor de pistache, topázios róseos e amarelos, carbúnculos encarnados iluminados por três mil estrelas de quatro raios, granadas rubras, espinelas alaranjadas e roxas e ametistas de tons alternados de rubi e safira. Amava o ouro rubro da pedra-do-sol e a brancura perolada da pedra-da-lua, e a íris partida da opala leitosa. (*O retrato de Dorian Gray* - 1891, Oscar Wilde)

A resplandecência, o brilho - que é parte característica à preciosidade às joias - e o colorido altivo são, por certo, ímpares no ouro (tido como o mais solar dos metais), na prata, na platina, no cobre e, seguramente, nas gemas coloridas, nas pérolas e em alguns materiais orgânicos como o âmbar. Incomuns, admiráveis e naturais, esses elementos conseguem captar a luz que “penetra as vísceras da terra, aí formando os germes de vida, dando às pedras e aos minerais aquela virtude das estrelas que é obra de sua oculta influência” (ECO, 2014, p. 129). São por destino decorativos e ornamentais, abertos a estabelecer uma comunhão dos sentidos da beleza.

Figura 53 – Alguns exemplares das pedras preciosas encontradas no Brasil: Diamantes; cristal de esmeralda em matriz de quartzo (Mina de Carnaíba, Bahia); grupo de topázios imperiais com topázio lapidado ao centro (Ouro Preto, Minas Gerais); topázio azul (Virgem da Lapa, Minas Gerais); aglomerado de cristais de brasilianita (Lauro do Telório, Minas Gerais); turmalina variedade “melancia” em matriz de lepidolita translúcida; placa de ametista com centro de ágata (Iraí, Rio Grande do Sul); água-marinha biterminada.



Fonte: Sauer (1982).

O colorido e o esplendor das gemas brasileiras são, certamente, exemplares declaratórios das virtudes raras, perenes, fluorescentes, potencialmente visuais e eficientes à harmonia configuradora das joias que ajudam a guiar os vínculos entre o sujeito, o outro e os objetos (qualidade esta assumida nesta tese como *inutilidade útil*). Em *Brasil: Paraíso das pedras preciosas* (1982), Jules Roger Sauer (1922-2017)<sup>112</sup>, conhecido mundialmente como o caçador de pedras raras, evidencia a visualidade das gemas, em particular, como estímulos inéditos captados pelo olhar, “(...) quer elas continuem no estado natural, quer sejam transformadas pelo artista em obras de arte” (SAUER, 1982, p.07). Para ele, a turmalina<sup>113</sup> - uma das pedras consideradas mais raras e belas do mundo - seria um dos exemplares mais empolgantes de todas as pedras preciosas por seu colorido diverso, com tonalidades que podem ser contadas em até um milhão.

A raridade, a beleza e a intrínseca perfeição que elas trazem, em decorrência de um milenar trabalho de depuração geológica, é que dão fundamentalmente a essas gemas uma conotação de valor. A permanência das pedras preciosas, enquanto adornos impregnados de mística, resiste de resto à transição dos critérios circunstanciais de beleza. (SAUER, 1982, p.07)

Ao chegar ao Brasil, em 1939, na região das Minas Gerais, com apenas 18 anos, Sauer vislumbrou o potencial da região e dedicou-se integralmente ao mundo dos garimpos. Em 1941, a Lapidação Amsterdam Limitada foi fundada, tornando-se uma das principais referências no design de joias nacional e internacional (SAUER, 2020). Apesar da sua história com as pedras preciosas ter começado com os diamantes, foi durante a exploração da sua mina do Cruzeiro pelos americanos, em Minas Gerais, que Sauer descobriu as pedras de cor – águas marinhas, turmalinas, topázios (GOLA, 2020). Até então, não havia mercado

---

<sup>112</sup> Em 1939, o francês nascido na região de Alsácia-Lorena, Jules Sauer, diante da invasão das tropas nazistas de Hitler na Bélgica, foi aconselhado pelos seus professores judeus da Escola Politécnica a voltar para a França. Mas, atento à situação política na Europa, ele decidiu tomar outro rumo. Com sua bicicleta, percorreu 1500 km até a Espanha, chegando a Portugal. Em Lisboa, conseguiu embarcar em um transatlântico para o Brasil (GOLA, 2020, p. 42-43). Aos 18 anos, aportou em Minas Gerais, onde se apaixonou pelo mundo colorido e enigmático das pedras preciosas (SAUER, 2020).

<sup>113</sup> Os minerais do grupo da turmalina estão entre os mais complexos grupos de silicato (uma das mais importantes classes de minerais constituintes das rochas). A turmalina em cingalês (língua falada no Sri Lanka) “turamali” significa pedra de múltiplas cores: rosa, vermelho, amarelo, marrom, verde, azul, roxo, preto, incolor ou multicolor. As turmalinas monocrômicas são as mais raras e as mais cobiçadas. A turmalina azul está entre as raras e pode ser encontrada no Brasil, Afeganistão e na Nigéria. A mais conhecida é a azul turmalina Paraíba, que ganhou esse nome ao ser explorada em minas da Paraíba e do Rio Grande do Norte, no Nordeste brasileiro. Essas peças existem também na África, mas se afirmam que as Paraibas brasileiras são incomparáveis em qualidade. Uma turmalina Paraíba de alta qualidade é considerada por alguns especialistas como mais rara do que um diamante incolor, se forem levados em conta a quantidade ofertada no mercado e o material ínsito (em depósitos geológicos ainda não extraídos). Considerando o fato de que as principais minas da região de Salgadinho (PB) e Parelhas (RN) estão, praticamente, esgotadas, os preços tendem a alcançarem um patamar bastante elevado no mercado nacional e internacional (GEMS CONSULT, 2020).

para essas gemas coloridas; por muito tempo valoradas de forma inadequada como semipreciosas (SAUER, 1982), ou melhor, pedras consideradas não tradicionais à joalheria da época.

Foi no mesmo período, início da década de 1940, que Hans Stern - judeu de origem alemã e fundador da HStern (1945) - começou sua relação não planejada com o universo das pedras preciosas. Após ter sido demitido de um cargo de gerente em uma casa filatélica<sup>114</sup>, por meio de indicações, Stern passou a trabalhar na Cristab S. A<sup>115</sup> - empresa de exportação de cristais de rocha e de pedras de cor de Francisco D'Aboim. Segundo Consuelo Dieguez, em *H Stern: a história do homem e da empresa* (2015), para o desalento de Stern, o novo trabalho parecia distante dos seus amados selos coloridos, mas como precisava do emprego para seu sustento, aceitou a oferta. Logo, Stern<sup>116</sup> foi promovido a gerente e, percebendo sua curiosidade e seriedade, D'Aboim decidiu encarregá-lo à compra de pedras e cristais, devolvendo ao jovem alemão fascinado por selos coloridos o seu prazer pelo trabalho.

Ao embrenhar-se pelo interior do país em busca de pedras para exportação, foi se maravilhando com a variedade e o colorido daqueles minerais que ele nunca imaginara que pudesse existir. Para quem achava que o mundo das pedras se limitava a diamantes, rubis e esmeraldas, a descoberta de uma infinidade de pedras de cor, de nomes tão diferentes como turmalinas, topázios, águas-marinhas e ametistas, foi um encantamento. Hans passou a selecionar, analisar e comparar as pedras, aprendendo a distinguir as mais bonitas, as mais perfeitas e as mais valiosas, exatamente como fazia com os selos, e isso o entusiasmou bastante. (DIEGUEZ, 2015, p. 90-91)

Há algo de interessante e, principalmente, de relevante que precisa ser sublinhado sobre esse deslumbramento e atração de Hans Stern pela complacência prazerosa

---

<sup>114</sup> Hans Stern trabalhou anteriormente na casa filatélica (empreendimento com atuação no estudo, a coleção e comercialização de selos postais e materiais afins) de Haroldo, um dos filhos de Burle Marx, considerado um dos maiores colecionadores de selos do Brasil. Em pouco tempo, ele se tornou gerente do departamento de organização interna da casa de filatelia. Os selos sempre foram para Stern uma grande paixão, encantando-o como obras de arte coloridas em miniatura. “Hans não podia imaginar que o gosto pelos selos coloridos, apurado ali, na caótica casa filatélica, influenciaria tremendamente seu futuro” (DIEGUEZ, 2015, p. 63). Stern foi demitido por Haroldo, em maio de 1940, após o proprietário da casa filatélica descobrir o envolvimento do jovem alemão com sua namorada (DIEGUEZ, 2015, p. 86).

<sup>115</sup> O português Francisco D'Aboim, figura conhecido na elite lisboeta, era o proprietário da empresa Cristab S.A. D'Aboim foi vendedor de uma rede de lojas de departamento francesa chamada Mestre & Blatgé, que vendia motocicletas. Ele acabou se casando com a filha do presidente da rede no Brasil, o francês Louis La Saigne. Essa rede ficou bastante conhecida nacionalmente com o nome Mesbla – iniciais do nome original da rede francesa. A mudança de nome ocorreu por conta do receio de La Saigne de sofrer represálias do governo de Getúlio Vargas (Era Vargas, 1930-1945), caso este se aliasse aos alemães. Anos depois, La Saigne comprou a rede dos franceses, tornando-a uma empresa 100% brasileira. Mas, D'Aboim, à época, se desvinculou da empresa do sogro e decidiu abrir seu próprio negócio, a Cristab S.A, uma vez que sua relação com La Saigne não era muito boa (DIEGUEZ, 2015, p.89-90).

<sup>116</sup> Inicialmente, Stern trabalhou como datilógrafo e era responsável pela correspondência internacional, em uma época em que era bastante difícil encontrar pessoas fluentes em inglês e alemão no mercado nacional.

encontrada na vivacidade cromática dos selos e, posteriormente, nas pedras de cor. Quando Hans, filho de Kurt e Ilse Stern, nasceu, em 1 de outubro de 1922, descobriu-se que ele era portador de uma deficiência visual. Para desespero dos pais, seus olhos azuis não enxergavam o mundo à sua volta. Mas, “ao completar 2 anos, algo surpreendente aconteceu: Hans começou a enxergar de um dos olhos”, conta Dieguez (2015, p. 16).

É bem provável que esse sentimento desprendido de beleza suscitado em Stern, inicialmente pela cor dos selos e, algum tempo depois, através das gemas coloridas, esteja ligado a essa percepção sensível e hábil ampliada com a conquista da visão, capaz de aprimorar intimamente o reconhecimento do vigor sutil que os matizes e suas variantes<sup>117</sup> suportam nesses elementos - escala cromática e luminosa significativas nas avaliações das pedras coradas. Esse seu fascínio pelas pedras de cor e a adoção do Brasil como sua nova pátria foram decisivos para que, em 1944, um ano antes do fim da Segunda Guerra, Stern se naturalizasse brasileiro<sup>118</sup>, tendo como principal objetivo profissional trabalhar com vendas dessas gemas por atacado. “Não apenas porque gostava das pedras, mas também por pragmatismo. Sabia tudo desse mercado”, afirma Dieguez (2015, p. 110). Assim como Jules Sauer, Hans Stern conquistou respeito dos garimpeiros e lapidários, criando uma rede de contatos que envolvia também joalheiros.

As experiências na Cristab S.A e, posteriormente, em duas outras empresas<sup>119</sup> proporcionaram ao jovem então com 22 anos uma confiança em investir em um negócio

---

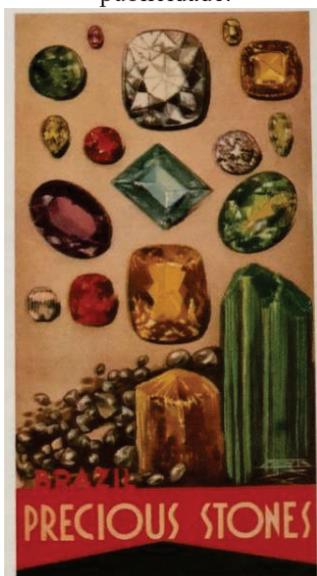
<sup>117</sup> No estudo das cores, matiz se refere ao nome da cor (amarelo, laranja, azul, verde, violeta, vermelho, dentre outras), que são valoradas em escalas de claro e escuro, brilho, saturação ou intensidade (vivacidade ou palidez de uma cor).

<sup>118</sup> A família judia Stern embarcou refugiada para o Brasil em 17 de fevereiro de 1939 com pequenas malas e apenas 10 marcos no bolso de cada um. Com o apoio dos Burle Marx, eles conseguiram vistos para a entrada em território brasileiro. A liberação dos Stern pelos alemães nazistas só foi possível com a cessão de todos seus bens ao governo da Alemanha - Kurt Stern, pai de Hans Stern, era engenheiro e proprietário de uma empresa de instalações elétricas industriais em Essen, na Renânia do Norte-Vestfália. O trâmite era realizado dessa forma: ao renunciarem a todas as posses, os judeus que conseguiam refúgio em outra nação recebiam um atestado de liberação que estipulava um prazo de 15 dias de tolerância para eles saírem do país. Assim aconteceu com os Stern, que graças à influência da família Burle Marx, tiveram a entrada no Brasil autorizada. Importante destacar que havia uma certa simpatia de Getúlio Vargas pela Alemanha nazista. E, por isso, as embaixadas brasileiras foram orientadas a dificultar a concessão de papéis. Por isso, a interferência dos Burle Marx foi decisiva. Assim, para os Stern e todos os judeus refugiados, a derrota de Hitler, oficialmente assinada em 07 de maio de 1945, foi motivo de grande comemoração. Porém, a família Stern, já instalada e adaptada à nova vida, decidiu não retornar ao país natal, adotando o Brasil como sua nova casa (DIEGUEZ, 2015).

<sup>119</sup> Hans Stern deixou a Cristab S.A em 1943, quando a empresa estava prestes a falir, e passou a trabalhar da White Martins, ficando por apenas seis meses. Trabalhou, em seguida, por dois anos com o judeu romeno refugiado Jean Juster (ex-banqueiro em Bucareste), com a importação de arame farpado e cimento. Essas vivências renderam ao jovem um aprendizado técnico de vendas e comércio exterior. Segundo Dieguez (2015), o banqueiro foi um grande mestre para Stern.

próprio no Brasil. Em setembro de 1945, inaugurou a Lapidagem Pan-Americana<sup>120</sup>, na Rua Gonçalves Dias (Centro do Rio de Janeiro), próxima à Avenida Rio Branco - considerada uma das principais regiões comerciais da cidade onde se concentravam diversas joalherias. O retorno de Stern<sup>121</sup> para o ramo das pedras com uma companhia própria agradou aos joalheiros, muitos deles judeus, segundo Dieguez (2015, p. 111-112): “Trazia as pedras em consignação de lapidários e garimpeiros de Minas Gerais e as revendia principalmente no Rio, São Paulo, Porto Alegre e Salvador, além de exportá-las para os Estados Unidos”<sup>122</sup>.

Figura 54 – Folheto promocional organizado pelo mineralogista Alpheu Diniz Gonsalves (1883-1973) com a proposta de apresentar a diversidade de pedras preciosas brasileiras na Feira Internacional de Nova Iorque, em 1939 (Acervo Carlos Cornejo). Nota-se a pluralidade de cor cuidadosamente representada na publicidade.



Fonte: DAYÉ; CORNEJO; COSTA, 2017, p. 191.

O Brasil, naquele período, tinha deixado de ser o líder na produção de diamantes com a descoberta na África de uma mina de kimberlito<sup>123</sup> (vulcão extinto de onde se tirava

<sup>120</sup> Como não tinha capital para iniciar a empresa, conseguiu um pequeno empréstimo bancário e decidiu vender seu velho acordeão por 200 dólares, conta Dieguez (2015, p. 111): “Sempre gostara do instrumento, mas nunca conseguira tocá-lo bem”.

<sup>121</sup> Na ocasião, Stern se tornou sócio de Rolf Simon, um velho amigo, porém a sociedade durou pouco. Apesar dos dois amigos serem farristas, Simon não tinha o mesmo ritmo e compromisso com o trabalho como Stern. Em uma ocasião, Stern insinuou que o amigo era preguiçoso e, após um desentendimento, resolveram se separar não só nos negócios, mas colocando um ponto final na amizade (DIEGUEZ, 2015).

<sup>122</sup> O ambiente livre de conflitos proporcionado pelo fim da Segunda Guerra (1939-1945) estimulou ainda mais as transações comerciais internacionais, em especial, as relações intermarítimas.

<sup>123</sup> Grafado também como quimberlito, são formações rochosas de origem vulcânica. “O diamante não se forma nessa rocha e sim a 200 km de profundidade, mas, através das chaminés vulcânicas eles se elevam até a rocha, ao se extinguir o vulcão, a rocha se solidifica, os diamantes ficam ali presos” (GOLA, 2020, p. 43)

o diamante de uma rocha primária), e as pedras de cor se transformaram em uma das principais oportunidades de negócio do país<sup>124</sup>.

Após a guerra, as pedras de cor passaram a ser o produto principal no Brasil e se criou, naturalmente, uma comunidade de garimpeiros, sobretudo nas regiões de Teófilo Otoni e Governador Valadares [Minas Gerais]. Essa comunidade de garimpeiros, centenas de milhares espalhados pelo Brasil, foi a responsável pela descoberta e exploração das minas. Sem empresas organizadas ou interessadas em explorar pedras preciosas, até mesmo nos dias de hoje é raro encontrar quem queira explorar pedras preciosas no Brasil e no mundo de uma maneira geral, especialmente pedras de cor, por toda dificuldade e custo. (GOLA, 2020, p. 44)

Atentos a esse ambiente promissor, Jules Sauer e Hans Stern se tornaram grandes investidores no segmento. Sauer decidiu se dedicar à mineração dessas gemas coloridas, montando sua própria lapidação e escritório. Explorou e incentivou os garimpeiros, financiando-os, em tempos em que não havia controle ambiental, além de ter contratado olheiros que se encarregavam de observar os garimpos e localizar regiões potenciais de produção nas regiões da Bahia, Espírito Santo e Minas Gerais (GOLA, 2020). Nem mesmo a dificuldade de mão-de-obra qualificada atrapalhou os planos de Sauer, que acreditou e investiu na habilidade de jovens para o trabalho em sua oficina de lapidação.

Stern percebeu uma ocasião propícia para começar sua atividade com o varejo. Para vender seus produtos ao consumidor final, decidiu renomear a empresa para HStern (1945)<sup>125</sup>. Com a Europa ainda se recuperando dos prejuízos causados pelas guerras, havia uma busca por novos destinos turísticos. E o Brasil surgia como um dos lugares preferidos pelos americanos que aportavam em grandes cruzeiros marítimos, sobretudo no Rio de Janeiro. Esse interesse pelas praias paradisíacas, ensolaradas, povo alegre e natureza exuberante era estimulado por uma construção imaginária de brasilidade que aos poucos se

---

<sup>124</sup> A gestão dos recursos minerais brasileiros foi um dos assuntos mais debatidos nas primeiras décadas do séc. XX. Em 1934, foi criado o Departamento Nacional de Produção Mineral (DNPM), e em 1960, surgiria o Ministério de Minas e Energia (MME). Os levantamentos geológicos eram ainda incipientes e, até meados da década de 1960, a exportação de pedras preciosas era muito baixa. Em 1955, surgia, no âmbito privado, a Associação Brasileira de Gemologia e Mineração (ABGM), liderada por Rui Ribeiro Franco (1916-2008), livre-docente em Mineralogia e reconhecido como um dos maiores especialistas brasileiros em gemologia. Na ABGM, eram promovidos cursos, conferências e realizados exames de autenticação de gemas, feitos exclusivamente por Rui Franco e seu assistente José Moacyr Vianna Coutinho, a fim de determinar o caráter sintético, natural ou falso das pedras. A partir de 1964, políticas implementadas pelo Presidente Castelo Branco buscaram favorecer a pesquisa e exploração das reservas minerais, com o lançamento do Plano Mestre Decenal para a avaliação dos recursos, assim como, posteriormente, em 1967, o Código de Mineração, que criou oportunidade para pessoas físicas e jurídicas não proprietárias exercerem atividade de exploração de minério em terras de terceiros. Em 1969, criou-se a Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais (CPRM), com as atribuições de Serviço Geológico do Brasil (DAYÉ; CORNEJO; COSTA, 2017).

<sup>125</sup> À época com 27 anos, Stern rebatizou sua empresa com sua inicial “H” e sobrenome da sua família “Stern” a fim de passar credibilidade ao público do varejo. Nascia, assim, a H. Stern, com um primeiro ponto de venda no Touring Club do Brasil, no píer Mauá (Porto do Rio de Janeiro). Em 1949, a joalheria conquistou seu primeiro ponto de venda internacional, na cidade de Montevideu, no Uruguai.

consolidava através de artistas como Carmem Miranda e Dorival Caymmi<sup>126</sup>. “Navios lotados de turistas endinheirados ávidos por novidades deixavam o porto de Nova Iorque perfazendo uma longa rota pelo Atlântico até aportarem no Rio de Janeiro”, afirma Dieguez (2015, p. 112).

Os esforços de Sauer e Stern renderam à joalheria nacional uma nova cara, que, aos poucos, se projetava mundo afora. Daniel Sauer, filho de Jules Sauer, destaca que seu pai costumava nomear esse foco nas gemas à construção da joia como “escola brasileira de joalheria” (*apud* DAYÉ; CORNEJO; COSTA, 2017, p. 55). “O francês Jules Sauer e o alemão Hans Stern protagonizaram um desenvolvimento prodigioso na joalheria na década de 1960. Ambos marcaram as gemas brasileiras como diferencial na criação das suas joias”, afirmam Dayé; Cornejo; e Costa, em *Joalheria no Brasil: história, mercado e ofício* (2017, p. 54). O próprio Sauer (1982) fez questão de reforçar essa poética nos novos modos de lapidação e de montagem das pedras coradas nativas na conformação das joias, que surge no início da década de 1950, como um dos mais importantes acontecimentos ao desenvolvimento da embrionária indústria brasileira de joalheria.

Para Jules Sauer, a gema representava o maior atrativo da joia, e o design, assim como o uso de diamantes e acessórios, servia para “vestir” pedras lapidadas a partir de 20 e até de mais de 50 quilates. O conceito fundamental era o de preservar a raridade e a dimensão do cristal original, ainda que não produzisse um rápido retorno comercial, como seria se transformado em pequenas pedras lapidadas. (DAYÉ; CORNEJO; COSTA, 2017, p. 55)

As dimensões consideradas incomuns das gemas e uma prioridade por lapidação livre com visão criativa que respeitava o formato e a dimensão da pedra fugiam dos padrões europeus, considerados clássicos e ultrapassados (SAUER, 1982). O que consolidou, aos poucos, tal *modo de formar* (PAREYSON, 1993) reformado no segmento de joias nacional com projeção internacional, com uma poética única brasileira alcançada a partir de uma relação estreita entre o ourives e suas matérias-primas com colorido e brilho vigorosos.

---

<sup>126</sup> A dupla Caymmi e Carmem Miranda ganhou o mundo com seus balangandãs, suas saias rodadas, babados e um samba colorido que cantava uma Bahia e, conseqüentemente, uma brasilidade mítica sim, mas verdadeira, conforme salientado por Risério (1993). É inegável a influência desses dois artistas na composição de uma memória nacional, a partir de fragmentos das memórias coletivas baianas, comumente difundida principalmente pelas telas do cinema, em produções como *Bonequinha de Luxo* (1961), um dos maiores clássicos do cinema americano. Em sua dissertação de mestrado, a autora dessa tese explanou com cuidado essa construção imaginária de uma aludida brasilidade “a partir de incontáveis entrelaçamentos históricos, socioculturais - fauna, flora ricas (motivos tropicais), cores vivas e alegres, influências artísticas e arquitetônicas de negros, brancos e índios – onde o ponto de origem é sempre confuso, principalmente quando se pensa em Bahia” (VIEIRA, 2017, p. 100).

Entre as criações da Sauer<sup>127</sup>, é primordial destacar o anel *Constellation* (**Figura 55**), criado pela Amsterdam Sauer com design assinado por Marcel Kung. A joia foi premiada, em 1966, no *De Beers Diamond International Awards*, um dos mais significativos prêmios da Alta Joalheria internacional (DAYÉ; CORNEJO; COSTA, 2017).

Figura 55 – Anel *Constellation*, criado pela Amsterdam Sauer, com design assinado por Marcel Kung. O anel ícone da marca tem seu design revisitado até hoje.



Fonte: Sauer1941, ([https://sauer1941.com/wp-content/uploads/2016/07/the\\_sauer\\_collection\\_anel\\_constellation\\_de\\_beers\\_ouro\\_amarelo.jpg](https://sauer1941.com/wp-content/uploads/2016/07/the_sauer_collection_anel_constellation_de_beers_ouro_amarelo.jpg)), (2020).

Com cilindros de ouro e terminações em diamantes, que constituem um quadrado, o anel *Constellation* se tornou um ícone da marca com design revistado até hoje. À extrema esquerda da **Figura 55**, é possível apreciar a primeira versão da peça (1966) em ouro branco e diamantes; em seguida, as versões *Constellation Cosmic*, em ouro negro e diamantes, e *Constellation Candy*, em ouro rosé com safiras amarelas, rosas e azuis, ametistas e tsavoritas; e, por último, o anel *Icon*, de 2016, celebrando o cinquentenário da criação, totalmente em ouro amarelo e diamantes.

Pode-se considerar ainda a “escola brasileira de joalheria” como reflexo dos movimentos artísticos e culturais que influenciaram e desafiaram o fazer joalheiro entre as décadas de 1960 e 1980. Como já apontado anteriormente, esse período foi marcado por uma série de questionamentos sobre as tentativas formativas na joalheria e a inclinação da joia para uma subjetividade conceitual em cumplicidade com o ornamento.

<sup>127</sup> A marca de joias de Jules Sauer foi batizada de Amsterdam Sauer. A primeira loja foi inaugurada em 1956, ao lado do Copacabana Palace. Até hoje, a joalheria mantém seu endereço inaugural. Em 1989, foi inaugurado o Museu Amsterdam Sauer de Pedras Preciosas e Minerais Rosas, em Ipanema. No museu é possível encontrar uma rica coleção privada de pedras preciosas da América do Sul e réplicas cenográficas de minas de esmeraldas, águas-marinhas, opalas e turmalinas. Um acervo com mais de três mil materiais brutos e lapidados, incluindo um exemplar de 635 quilates de água-marinha. A empresa mantém até hoje o controle do ciclo produtivo, desde a mineração, lapidação, polimento, além das etapas de criação e comercialização das joias. A joalheria é reconhecida por estar em constante processo de atualização. Desde 2013, com a designer Stephanie Wenk como diretora criativa, vem passando por um reposicionamento no mercado. A carioca Wenk atuou anteriormente em marcas como a Schutz (sapatos, bolsas e demais acessórios) e Auslander (vestuário). Com o slogan “Somos uma joalheria para mulheres, pensada por mulheres”, aos 79 anos, a grife de joias nacional adotou o nome “Sauer” às suas campanhas, atenta sempre aos desejos dos seus públicos alvos. Seu fundador, Jules Sauer, faleceu em 2017 e, atualmente, a empresa é administrada por Gabriel Sauer, diretor de operações da joalheria, ao lado do primo Rafael Eisenberg.

Muito embora o Brasil já possuísse certa tradição no setor – sobretudo no campo das joias de filigrana, devido à influência de artesãos portugueses de reconhecida capacidade – faltavam ourives dedicados à montagem das gemas. Estranhamente, o rubi, a safira ou o espinélio sintéticos continuavam a ser mais empregados no fabrico das joias que as pedras naturais do país, até que as radicais transformações dessa fase fizessem realçar seu valor. Uma valiosa contribuição para o sucesso da “nova escola” brasileira foi dada por alguns mestres que para aqui imigraram (...) e que tiveram sensibilidade bastante para compreender a renovação em curso. (SAUER, 1982, p. 11)

Ao interpelar o papel do ornamento na joalheria, proporcionando às pedras preciosas coradas - como a turmalina, o topázio e a ametista, até então pouco valoradas - um protagonismo no design da joia, a “escola brasileira de joalheria” se lançava com uma perspectiva vanguardista ao segmento. Apoiavam-se inclusive em uma construção imaginária de Brasil como um local a ser desvendado a partir de traços culturais específicos, conforme pontua autora desta tese, em *Um diálogo entre a cultura local e o design de moda* (2017, p. 48):

Uma antiguidade histórica associada às incontáveis belezas naturais (praias, ilhas, fauna, flora, clima), ao colorido urbano singular (arquitetura com influências portuguesa, igrejas monumentais, fortes, casarios, ladeiras, cidade alta, cidade baixa) e, principalmente, à convergência de práticas/hábitos culturais.

Na HStern, esse investimento em uma dimensão de brasilidade se manifestava nas ações promovidas pela joalheria com foco em uma projeção internacional. No início da década de 1960, a marca desenvolveu um curta-metragem, dirigido pelo cinegrafista francês Jean Manzon (radicado no Brasil), que passou a ser projetado nos navios que tinham o Rio de Janeiro como destino. O filme foi até mesmo premiado internacionalmente, garantindo à joalheria uma ampliada visibilidade, estimulando a abertura de novas lojas na América e na Europa<sup>128</sup> (DIEGUEZ, 2015).

Em dezembro daquele mesmo ano, a HStern foi a única empresa latino-americana a participar da *International Exhibition of Modern Art*, em Londres, patrocinada pelo *Victoria and Albert Museum* com esculturas feitas de joias. “Kurt<sup>129</sup> havia se tomado de

<sup>128</sup> Em 1960, a HStern inaugura sua primeira loja em Nova Iorque (EUA) e, em 1964, em Frankfurt (Alemanha).

<sup>129</sup> O judeu alemão Kurt Stern era um grande empreendedor, bem-sucedido em seus negócios. Na cidade de Essen, na Renânia do Norte-Vestfália, Alemanha, o engenheiro era proprietário de uma empresa de instalações elétricas industriais. Sua empresa foi destruída por vândalos nazistas durante a madrugada de 9 para 10 de novembro de 1938, que ficou conhecida como Noite dos Cristais. “Enquanto fugiam, podiam ouvir o barulho dos portões e das vidraças do prédio sendo arrebatados”, conta Dieguez (2015, p. 11). Máquinas e moveis da empresa foram lançados à rua e queimados. Naquela noite de terror, 815 empresas foram destruídas e 7.500 foram saqueadas por toda a Alemanha. Apesar do direito ao seguro pelos prejuízos, o governo alemão confiscou a indenização. O episódio fez com que os Stern – uma família rica e assimilada à sociedade alemã, apegada às tradições judaicas – decidisse deixar de vez a Alemanha, diante da crescente perseguição do governo de Adolf Hitler (DIEGUEZ, 2015).

grande entusiasmo com as possibilidades da joalheria. E sugeriu ao filho que fabricassem três grandes peças de impacto para mostrar a excelência da empresa”, afirma Dieguez (2015, p. 142). Uma delas foi a escultura *Flora Brasileira* (**Figura 56**), com 125 peças de ouro, pesando quatro quilos e cravejada em diamantes. Ao centro da peça, esculpiu-se à mão um tronco de árvore, que sustenta uma bromélia de platina com mais de 500 diamantes e miolo de rubi, contendo ainda um mecanismo que permitia a abertura e o fechamento da flor.

Figura 56 – Escultura *Flora Brasileira* exposta permanentemente no Museu H. Stern, em Ipanema (Rio de Janeiro). A joia escultura contém 125 peças de ouro, 728 diamantes e 98 rubis.



Fonte: Estação Chronographica, (<http://estacaochronographica.blogspot.com/2013/08/ha-30-anos-flora-brasileira-em-ouro-e.html>), (2020)

Segundo pesquisa *Internacionalização de marcas de luxo brasileiras: um estudo de caso da joalheria H. Stern* (2009), assinada por Júlio Albino *et. al.* e publicada na Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais, a importância da HStern para a valorização e reconhecimento internacional das gemas brasileiras e, conseqüentemente, da joalheria nacional que se estruturava, teve como grandes marcos a inauguração, na década de 1970, de uma loja âncora na 5ª Avenida, em Nova Iorque, um dos pontos de venda mais desejados do mundo, e a mudança na nomenclatura técnica das pedras brasileiras de “semipreciosas” para “preciosas” pelo conhecido laboratório americano *Gemological Institute of America* (GIA)<sup>130</sup>.

Apesar dos esforços e dos grandes avanços conquistados pelo segmento de joalheria nacional, as gemas brasileiras ainda hoje são vistas por muitos, principalmente por

<sup>130</sup> O GIA é um dos laboratórios referenciados mundialmente para pesquisas e certificações de gemas. Esses laboratórios são responsáveis pela emissão de certificações a partir da avaliação da qualidade e mensuração dos valores comerciais das pedras preciosas, utilizando critérios universais. Além do GIA, destacam-se os suíços Gübelin o *Swiss Gemmological Institute* (SSEF) e o alemão *Deutsche Gemmologische Gesellschaft* (DGemG).

desconhecedores, como semipreciosas ou menos dignas de crédito do que um rubi ou diamante, como posto pela jornalista Marcela Bourrol, na reportagem *As lições de empreendedorismo da H. Stern*, publicada em 31 de maio de 2016, na Revista Época Negócios<sup>131</sup>. O fundador da joalheria reconhecida como a primeira multinacional de varejo do Brasil, Hans Stern, foi, sem dúvida, um dos principais defensores da joalheria nacional divulgando ao mundo o valor, a riqueza e o brilho das pedras brasileiras. Durante toda sua atuação no segmento, em suas entrevistas concedidas à imprensa nacional e internacional<sup>132</sup>, sempre fazia questão de argumentar e afinetar a respeito das classificações insustentáveis sobre as gemas de cor: “Não existe semigrávida” (ÉPOCA NEGÓCIOS, 2016).

Tais dimensões de brasilidade, que se mostraram de maneira enérgica ao mundo naquele momento, são importantes para pensar a experiência do sentimento do sublime nas joias, em especial, na joalheria nacional. Observa-se, a partir dos pensamentos de Eco (2014, p. 282) sobre o belo e o sublime kantiano, que “desenvolve-se assim um gosto pelo exótico, interessante, curioso, diferente, estupefaciente” intrinsecamente ligado a esse prazer estético diverso, capaz de sacudir o espírito humano para além das esferas artísticas. Assim como o belo, que não se prende a uma sensação do agradável e nem mesmo se refere a conceitos (o bom e o mau), o prazer estético sublime não pressupõe “nenhum juízo dos sentidos, nem um juízo lógico-determinante, mas um juízo de reflexão” (KANT, 2005, p. 89).

O belo da natureza concerne à forma do objeto, que consiste na limitação; o sublime, contrariamente, pode também ser encontrado em um objeto sem forma, na medida em que seja representada ou que o objeto enseje representar nele uma *ilimitação*, pensada, além disso, em sua totalidade; de modo que o belo parece ser considerado como apresentação de um conceito indeterminado do entendimento, o sublime, porém, como apresentação de um conceito semelhante da razão (...) enquanto o belo comporta um sentimento de promoção da vida, e por isso é vinculável a atrativos e a uma faculdade de imaginação lúdica, o sentimento do sublime é um prazer que surge só indiretamente (...) produzido pelo sentimento de uma momentânea inibição das forças vitais e pela efusão imediatamente consecutiva e tanto mais forte das mesmas. (KANT, 2005, p. 90, grifo do autor)

Ornamentadas por gemas que incorporavam uma lapidação independente e ilimitada que privilegia as formas e as dimensões naturais das pedras, a visualidade dessas

<sup>131</sup> A reportagem fez parte das estratégias de divulgação da assessoria de comunicação da marca para o livro *HStern: a história do homem e da empresa* (2015) – já citado nesta tese – lançado, em 2015, especialmente para comemorar os 70 anos da empresa. O livro foi escrito pela jornalista Consuelo Dieguez a convite de Hans e Roberto Stern.

<sup>132</sup> Em 1964, Hans Stern foi chamado pela revista americana Times como “o rei dos diamantes e das gemas coloridas, capaz de descobrir a personalidade escondida em cada pedra” (ALBINO, 2009, p. 103).

joias nacionais pertencentes à “nova escola da joalheria” continua contribuindo para uma reflexão que se configura nas relações intersubjetivas estabelecidas em um mundo cultural percebido pelo sujeito encarnado no seu tempo e espaço (MERLEAU-PONTY, 2004). O empenho, em especial, da HStern em priorizar em seus processos formativos esse olhar criador autônomo, disponível persiste em suas coleções mais recentes.

Em 2010, na ocasião do lançamento do filme *Alice no país das maravilhas*, do diretor americano Tim Burton, a joalheria desenvolveu uma coleção exclusiva de anéis em parceria com a Disney que imprimem em suas formas ornamentais o universo mágico, misterioso, surpreendente e excêntrico em torno da clássica história, publicada pela primeira vez em 1865. Através de processo cuidadoso e desafiante, a marca criou anéis que dialogam com o sentimento do sublime a partir da “extravagante adaptação do livro de Lewis Carrol” feita por Tim Burton (ISTO É, 2010)<sup>133</sup>.

Roberto Stern, nosso chefe, reuniu os designers e passou o briefing: “quero algo surpreendente”. E assim começou essa aventura. Os designers, de cara, optaram por fazer anéis porque é sempre muito difícil inovar com eles, já que a área de trabalho é muito pequena. Depois, em vez de escolher os personagens óbvios, como o Chapeleiro Maluco ou a própria Alice, buscaram detalhes do cenário e criaturas fantásticas como fonte de inspiração. (ADORO JOIAS, 2020)

Figura 57– Exemplares de anéis da coleção *Alice do País das Maravilhas* (2010), parceria HStern e Disney.



Fonte: Adoro Joias, (<https://adorojoias.com.br/aneis-alice-surpreendentes/>), (2020).

Na **Figura 57**, são apresentadas duas joias da coleção: o anel inspirado na floresta de cogumelos do filme, os designers HStern encheram uma geladeira de cogumelos de verdade para estudar a textura, o formato, as proporções; e o anel gato risonho Cheshire, em que o gato aparece deitado num galho de árvore de ouro e diamantes e é esmaltado de listras azuis. Entre as curiosidades, assim como no filme, os dentes do gato no anel brilham

<sup>133</sup> A primeira adaptação para o cinema aconteceu em 1903 dirigido por Cecil Hepworth e Percy Stow.

no escuro, os diamantes cravados na joia, compondo o sorriso do personagem, causam o mesmo efeito.

Há pouco tempo, em novembro de 2019, a joalheria apresentou mais um exercício que evidencia os esforços da marca em investir em uma poética criadora autônoma, surpreendente e curiosa que foge das referências consideradas clássicas na cravação de pedras preciosas. A coleção *Gravity by H. Stern* surge com joias inspiradas na lua e no efeito da gravidade, tão presente no cotidiano das pessoas, mas que, por vezes, passa despercebida. As linhas que compõem a coleção ganharam nomes de alguns fenômenos celestiais: *Constelações, Nebulosas, Pérolas*.

Esta força da Natureza determina o incontornável poder de atração entre a Lua e os demais corpos celestes e assim, inspirou a criação das novas joias HStern. A coleção ganhou o nome Gravity by HStern e é apresentada em uma “viagem à Lua” na campanha com Bruna Marquezine. (ADORO JOIAS, 2020)

Entre as peças da coleção, vale acentuar as joias que ganharam diamantes negros e cognac cravejados sobre pequenas crateras esculpidas nas bases da liga metálica chamada de Ouro Nobre, que possui um tom entre o ouro amarelo e o branco, resultado da combinação entre diferentes. Quando se combinam metais como paládio e a prata é possível desenvolver ligas em diversas cores. O baixo teor de paládio, a exemplo, resulta no tom champanhe. A jornalista Silvana Holzmeister, na reportagem *Marca registrada*, para a *Veja São Paulo* (2017), destaca que a liga foi desenvolvida pela marca depois de 180 combinações, correspondendo a 30% das peças em produção<sup>134</sup>.

Figura 58 – Anel de Ouro Nobre 18K da Coleção Gravity by H. Stern, com cravação invertida de alguns diamantes cognac e negros.



Fonte: HStern, (<https://www.hstern.com.br/anel-de-ouro-nobre-18k-com-diamantes-cognac-e-negros-maior-colecao-gravity-a1b216210/p>), (2020)

<sup>134</sup> Esse percentual de utilização na liga Ouro Nobre na criação das joias foi veiculado na reportagem publicada em 01 de junho de 2017.

Segundo Sarah Cesar Huber (2022), a HStern mantém em segredo a "receita" da liga, ou melhor, a proporção entre os metais paládio e prata. O paládio é utilizado na fabricação de peças do conhecido ouro branco<sup>135</sup>. Somente através da espectrometria<sup>136</sup> é possível ter conhecimento das proporções dos metais empregados pela marca no seu processo criador. Além da utilização do Ouro Nobre, os ourives da joalheria, motivados pela força disruptiva da gravidade, posicionaram alguns diamantes fixados “de cabeça para baixo” como corpos que ousam desafiar os efeitos da gravidade em solo lunar’ (ADORO JOIAS, 2020).

Essas buscas ousadas da joalheria brasileira da família Stern se revelam também na lapidação. A reformatação de materiais naturais para uso em adornos ocorre há milênios. Os materiais orgânicos, provavelmente, tenham sido os primeiros a ganhar formas, seguidos das pedras macias e, conseqüentemente, alcançando aquelas de maior dureza como o diamante. Aumentar a beleza, o valor comercial e até mesmo a potência mágica, transcendental estão entre os principais desejos nos empenhos feitos pelos lapidadores (BONEWITZ, 2013). A técnica de lapidação de uma gema é realizada, de acordo com a pesquisadora, designer de joias e gemóloga Andressa Borotti, em diversos estágios, como: escolha da pedra bruta – quando geralmente são consideradas clareza, cor, forma e ausência de inclusões; execução de cortes (pré-forma) para estabelecer a forma geral do material (oval, redonda, quadrada, triangular); em seguida, passa-se à mesa de facetamento<sup>137</sup> (facetas principais) para estabelecer o estilo da lapidação (brilhante, degrau, esmeralda, baguete, trilha, almofada ou *cushion*); e a finalização, que corresponde ao momento do polimento.

Durante muito tempo, investiu-se em diversos métodos, que envolvem corte e polimento, a fim de realçar as propriedades ópticas das gemas (cor, mudança de cor, refração da luz, transparência, brilho, dispersão, dentre outras), tanto para as gemas coradas

---

<sup>135</sup> O ouro branco é o nome da categoria de ligas de ouro que apresentam tonalidades que vão do amarelo pálido ao cinza. A tonalidade é definida pela quantidade de paládio contido na liga, e quanto maior o teor deste na mesma, mais acinzentada a cor resultante. Normalmente, as peças de ouro branco fabricadas em grandes joalherias levam ligas de baixo teor de paládio e demandam, assim, o banho de ródio para apresentarem ao final a cor prateada. Importante sublinhar que o banho de ródio é um processo de galvanoplastia que acrescenta uma fina camada deste metal do grupo da platina na peça já pronta (HUBER, 2022).

<sup>136</sup> Método utilizado para medir o quanto uma substância química absorve a luz, aferindo a intensidade quando um feixe de luz passa através da solução da amostra.

<sup>137</sup> Em um corte de lapidação brilhante, por exemplo, há 57 ou 58 facetas.

quanto para os diamantes. A busca por uma simetria<sup>138</sup>, por um equilíbrio novo às formas, impulsionou a HStern a investir, desde 1995, na lapidação de pedras coloridas em diferentes formatos, apreendidos como “não-geométricos”; e posteriormente os esforços se voltaram também para o diamante, como ressalta o Adoro Joias (2022), em texto *Estas maravilhas estarão por pouco tempo no Brasil*, publicado em 16 de novembro de 2009:

Os lapidários, incluindo aqueles da HStern, passaram anos buscando a perfeição geométrica da lapidação. Imagina o que acontece quando alguém diz a eles que, agora, vamos fazer lapidações assimétricas? (...). Formatos diferentes, não geométricos, passaram a fazer parte das coleções. Isto significou tirar os lapidários da “zona de conforto”, mostrando-lhes que existe estética, beleza e movimento, mesmo na imperfeição da forma. A imperfeição é suave, feminina e intrigante. Formam-se degradês de cor, formatos e tamanho. A pedra vibra num diapásio único e passa a ser, também, única, não correndo o risco de encontrar outra igual. Mas o maior desafio veio quando pedimos aos lapidários que “ousassem” com o diamante. Queríamos algo novo, que ninguém tivesse feito antes. Após três anos de intenso trabalho, o resultado surpreendeu.

De acordo com Angela Nadur, em dissertação *A lapidação de gemas no panorama brasileiro* (2009, p. 104), o método de lapidação de diamantes, em comparação com a lapidação dos diversos tipos de gemas coradas com propriedades físicas e ópticas diferentes, tem especificidades que englobam: marcação (projeto)<sup>139</sup>, clivagem e serragem para eliminar as inclusões, arredondamento (pré-forma), facetamento e polimento. Em grandes indústrias, cada etapa é assumida por profissionais especializados, mas há lapidadores que têm conhecimento e experiência para assumir com um trabalho minucioso todas as etapas.

Na HStern, o desafio lançado para a equipe de criação, composta por designers e lapidadores, foi alcançar uma lapidação orgânica para o diamante, deixando-o assimétrico e não-geométrico. Garantindo, assim, o arrojo da marca no universo das pedras e provando ainda que as características ópticas (refração, dispersão, reflexão, brilho e a cintilação) - que tornam essa pedra tão belo e rara - poderiam ser preservadas, ou até mesmo melhoradas. A partir de um esforço coletivo, a joalheria apresentou o *Stern Star*, que começou com a escola meticulosa dos diamantes em estado bruto, refletindo, mais uma

---

<sup>138</sup> Simetria entendida aqui, como ressaltado anteriormente, para além dos padrões de ordenamento da forma em si, mas como cadência, o ritmo, o desejo por uma conciliação entre um almejado equilíbrio formativo por meio das partes e as constantes buscas emocionais, afetivas e racionais do sujeito e suas relações em sociedade que são partilhadas culturalmente.

<sup>139</sup> O estudo de um diamante pode demorar meses a depender do seu valor comercial. É aconselhável a utilização de moldes em gesso ou resina para realizar as projeções, determinando pontos importantes como inclusões, fraturas, planos de clivagem, imaginação do formato de corte adequado, melhor aproveitamento do peso (NADUR, 2009, p. 104).

vez, a constância na trajetória da marca por assegurar e demarcar seu estilo no mercado joalheiro:

Com os lados diferentes, o eixo deslocado do centro, 51 facetas, a coroa da pedra mais alta do que as tradicionais, iluminando mais a superfície do diamante, e ainda, um jogo de facetas que reflete uma estrela exuberante, caleidoscópica, hipnótica, o Stern Star trabalha a maior reflexão/refração da luz em uma forma não simétrica. **A HStern patenteou a lapidação Stern Star ainda em 2004.** Nada mais justo pela pura ousadia. E criou uma coleção de joias à altura. **Para ressaltar as formas assimétricas da lapidação nada melhor do que joias simétricas.** Por isso, uma releitura do Art-Déco, que privilegia as linhas retas, foi escolhida para emoldurar estes diamantes fantásticos. Nas peças, os diamantes brancos têm lapidação Stern Star e os diamantes negros têm lapidação redonda, tradicional. (ADORO JOIAS, 2022, grifos nossos).

Estratégias no desenvolvimento das ligas metálicas, nos modos de cravação das gemas e na lapidação das gemas, como as apresentadas pela HStern, compõem os processos criador e criativo, contribuindo para as tentativas de assegurar um *modo de formar* único às marcas. Tais experiências permitidas com as novas propostas formativas que, como visto, se lançaram a partir de nomes como Hans Stern e Jules Sauer são elucidativas para uma apreensão das acepções de beleza na trajetória do design de joias; além de se mostrarem eficientes à expressão dos sentimentos arrebatadores, que surpreendem quem até então não conhecia, não compreendia ou não valorava a pluralidade cromática e luminosa das pedras de cor para além dos padrões estabelecidos pelos joalheiros europeus.

Figura 59 – Coleção *Stern Star*, incluindo bracelete usado pela atriz Emily Blunt no red carpet do Oscar, em 2007.



Fonte: Adoro Joias, (<https://adorojoiias.com.br/estas-maravilhas-estarao-por-pouco-tempo-no-brasil/>), (2022); Pinterest, (<https://br.pinterest.com/pin/95771929546204820/>), (2022), da direita para a esquerda respectivamente.

### 4.3 Visualidades contemporâneas experienciadas através das joias

Em Seminário sobre *O belo contemporâneo: corpo, moda e arte* (2020)<sup>140</sup>, Cidreira lança um questionamento instigante para se ponderar as acepções do belo na contemporaneidade, especificamente nessas primeiras décadas do século XXI. “Como falar de beleza no nosso século? É plausível e possível reintegrar o belo nas composições criativas da atualidade? Como a beleza nos atinge e afeta?”, investiga a pesquisadora.

Após os movimentos vanguardistas que marcaram a primeira metade do século XX, acompanhados por mudanças bruscas no universo da aparência, Cidreira assinala uma reintegração da beleza na contemporaneidade que se configura a partir de novas maneiras de expressão. No século passado, o belo passou a ser renegado na filosofia, na arte e na moda e, apesar da bela representação do feio na arte ter sido convocada por Kant, foi através dos pensamentos de Friedrich Nietzsche (1844 – 1900) que “o feio, o disforme, o ilógico passam a se habilitar nas expressões artísticas, fundadas na ideia de que a beleza é expressão das forças vitais” (CIDREIRA, 2020).

Para pensar essas visualidades contemporâneas experienciadas nas joias, apoia-se, através das reflexões de Cidreira (2020), na concepção de beleza kantiana, em que são privilegiadas relações dialógicas entre sujeitos, entrelaçadas à ideia de corpo próprio proposta pelos pensamentos de Merleau-Ponty. Segundo a pesquisadora (2020), a dimensão comunal da experiência estética aproxima esses dois autores a partir da noção do sublime em Kant (1724 – 1804); e por meio da noção de sensibilidade enquanto possibilidade de conexão entre os homens desenvolvida, posteriormente, por Merleau-Ponty (1908-1961).

Em sua obra *O olho e o espírito* (2014), Merleau-Ponty põe em relevo o compromisso do corpo como meio intransponível à presença do sujeito no mundo e, principalmente, assume as coisas as quais o corpo está ligado como prolongamentos cravejados nesse tecido do mundo.

Visível e móvel, meu corpo conta-se entre as coisas, é uma delas, está preso no tecido do mundo, e sua coesão é a de uma coisa. Mas, dado que se vê e se move, ele mantém as coisas em círculo ao seu redor, elas são um anexo ou um prolongamento dele mesmo, estão incrustadas em sua carne, fazem parte da sua definição plena, e o mundo é feito do estofo mesmo do corpo. Essas inversões, essas antinomias são maneiras diversas de dizer que a visão é tomada ou se faz do meio das coisas, lá onde persiste, como a água-mãe do cristal, a indivisão do senciante e do sentido. (MERLEAU-PONTY, 2014, p. 14-15)

<sup>140</sup> Aula apresentada por Renata Pitombo Cidreira, no Seminário online do doutorado de moda da UBI (Universidade de Beira Interior - Portugal), realizado no dia 19 de maio de 2020, a partir das 15h (de Portugal) e às 11h (do Brasil).

Por meio de particularidades sustentadas em uma *inutilidade útil*, ideia assumida nesta pesquisa como sendo talentosa em ampliar a presença e a comunicabilidade dos sujeitos, os adornos, especificamente, as joias são acolhidas como extensões ativas do corpo que acrescem a individualidade graças às atenções sensorial e emocional despertadas. A virtude de superficialidade das joias garante às mesmas uma autonomia, uma abertura que está sempre à serviço do indivíduo, atendendo anseios de pertencimento, distinção à configuração de si.

Ao apreciar a imagem assinada pela grife Schiaparelli (**Figura 60**), na Semana de Alta Costura 2020, em Paris (França). A modelo usa um vestido azul com aplicações de adornos removíveis da coleção Schiaparelli 2020. Essencialmente vanguardista, a grife Schiaparelli nasceu na década de 1920, em Paris, pelas mãos da romana Elsa Schiaparelli. Influenciada por amigos artistas como o estilista Paul Poiret, Marcel Duchamp e Salvador Dali, a marca se consolidou com um estilo exuberante e cênico próprio da poética surrealista; que continua, até os dias de hoje, provocando reflexões potentes sobre as relações entre moda, corpo e arte.

Figura 60 – Modelo usa vestido azul com aplicações de adornos removíveis da coleção Schiaparelli 2020.



Fonte: Instagram (IG) Schiaparelli

Contempla-se, através da imagem, a capacidade altruísta das joias de potencializar, através do corpo, as múltiplas experiências dos sujeitos. Adornos<sup>141</sup> feitos em sugestivas

<sup>141</sup> Os adornos utilizados à composição da imagem de moda da Alta Costura Schiaparelli 2020 não correspondem a joias, uma vez que não são feitos em materiais considerados nobres, como o ouro e a prata

pérolas, pedras de cor, cristais aparecem cravejadas no tecido como ornamentos compondo as vestes e a pele da modelo. Os adornos extrapolam limites do tecido e prendem-se ao corpo (braços, colo e face), proporcionando um efeito visual expressivo, que reforçam as qualidades móvel, mutável e disponível das joias às aparições da pessoa em sua ambiência cultural e social.

No contexto contemporâneo, essa liberdade permitida pelo elo entre o corpo, as joias e o universo ao redor só reforça a visualidade e a movência que, por sua vez, entende a visão não “como uma operação de pensamento que ergueria diante do espírito um quadro ou uma representação do mundo” (MERLEAU-PONTY, 2014, p. 14). Para o filósofo (2014, p. 14), “o enigma consiste em meu corpo ser ao mesmo tempo vidente e visível. Ele, que olha todas as coisas, pode também se olhar, e reconhecer no que vê então o ‘outro lado’ de seu poder vidente”. A curiosidade e o entusiasmo despertados pelas joias, através da materialidade persistente, do brilho exuberante, do ânimo das cores e transparências são acolhidos pelo corpo.

Ao falar sobre esse acolhimento que se dá no corpo, Merleau-Ponty (2014) evidencia, como exemplo, o desenho e o quadro e, por fim, as imagens apresentadas por estes como não-cópias, ou melhor, elas não seriam uma segunda coisa, uma vez que são ao mesmo tempo “o dentro do fora e o fora do dentro”, vias de mão dupla próprias do sentir. Nessa ligação com as coisas, o sujeito, em diversos momentos, se sente observado por esses mesmos elementos que compõem seu corpo no mundo; por isso, Merleau-Ponty (2014, p.19) acredita que a visão é um “nascimento continuado” em que “o homem é espelho para o homem”.

Nossos olhos já são muito mais que receptores para as luzes, as cores e as linhas: computadores do mundo que têm o dom visível, como se diz que o homem inspirado tem o dom das línguas. Claro que esse dom se conquista pelo exercício, e não é em alguns meses, não é tampouco na solidão que um pintor entra em posse de sua visão. A questão não é essa: precoce ou tardia, espontânea ou formado no museu, sua visão em todo caso só aprende vendo, só aprende por si mesma. (MERLEAU-PONTY, 2014, p. 17)

A arte do século XX foi muito assertiva em revelar essas conexões ativas e irremissíveis entre o sujeito no mundo e as coisas ao seu redor. De acordo com Eco (2014), os objetos de uso cotidiano ganharam uma atenção especial nas manifestações artísticas do século passado. O valor de uso passou a ser regulado pelo valor de troca, em que o objeto passou a ser considerado pela sua utilidade, praticidade, economia e gosto comum. “O

---

e as gemas naturais. As peças foram desenvolvidas com uma função cênica requerida à estética desejada pela marca ao desenvolver o conceito criativo da sua coleção.

objeto, em suma, perde aqueles traços de unicidade – a ‘aura’ – que determinavam sua beleza e importância. A nova beleza é reprodutível, mas também transitória e perecível: deve induzir o consumidor à substituição rápida”, aponta Eco (2014, p. 377).

Constata-se, prontamente, a conquista do sujeito pelo mundo da mercadoria que altera constantemente a percepção do mesmo, que “adquire e perde a própria Beleza não com base em seu próprio ser, mas em coordenadas sociais que determinam seus modos de aparecer” (ECO, 2014, p. 378). Por outro lado, ao refletir sobre a reavaliação da matéria na estética pós-moderna, Eco, ao mesmo tempo, destaca que as “formas” também estão presentes nos objetos da indústria e podem sim comunicar uma emoção estética.

Encerrado o seu ciclo de coisas destinadas ao consumo, agora soberanamente inúteis, estes objetos são de certa forma redimidos ironicamente de sua inutilidade, de sua ‘pobreza’, até mesmo de sua miséria, e manifestam uma insuspeitada Beleza. (ECO, 2014, p. 409)

É necessário reforçar que, nas primeiras décadas do século XX, houve uma reavaliação da materialidade que culminou na estética contemporânea (ECO, 2014), impactando inclusive no processo formativo da joalheria. Entendendo este adorno como uma prática reflexiva que reconhece o corpo como um meio aberto e ativo à expressividade, essas novas possibilidades formativas vêm constantemente consolidando novos *modos de formar* na joalheria, que envolvem *insights*, tentativas, erros e êxitos, como resultado de um processo de crescimento e amadurecimento orgânicos (PAREYSON, 1993).

Contudo, importa ressaltar que essa reconsideração da materialidade, apontada por Eco e já explicitada neste estudo, não elimina, de modo algum, a visualidade, perenidade, raridade, brilho e *inutilidade útil* conquistadas pelas joias em seus *processos* formativos exitosos através da presença efetiva das pedras e metais preciosos.

Tais tentativas, ainda segundo Pareyson (1993), não se resumem às operações artísticas, pois compreendem todos os campos da operosidade humana, até mesmo aqueles não dedicados a operações artísticas. Essas obras não artísticas saem da esfera da busca para a descoberta, de um campo da inventividade livre para o campo da necessidade racional, guiadas por leis específicas e fins próprios.

Nisso consiste o caráter tentativo e formativo e portanto genericamente “artístico” de toda operação humana (...). Precisa-se de “arte” para fazer qualquer coisa, e nada se pode fazer bem sem “arte”: não existe ocupação humana, por humilde, singela e insignificante que pareça, que não exija, de quem a ela se dedica, alguma “arte”, ou seja, a capacidade de inventar o modo de fazer fazendo, e de fazer sabendo fazer, e em nada se obtém um bom resultado se o fazer não se faz inventivo além de produtivo, tentativo e figurativo, além de executivo e realizador. (PAREYSON, 1993, p. 64)

A partir do reconhecimento de uma “artisticidade comum a toda operosidade humana”, ressalta-se, nessa ambiência, o surgimento da Rommanel<sup>142</sup>, em 1986, fundada pelos amigos Antonio Carlos Manchon (*in memorian*) e Antonio Carlos Martins, após anos de experiência no ramo, com a proposta de criar joias em série, acessíveis ao consumidor cada vez mais ávido por novidades. A empresa<sup>143</sup> nasce em um período em que a produção seriada em joalheria é impulsionada no país pelas novas tecnologias, proporcionando o desenvolvimento do setor joalheiro em todos os segmentos<sup>144</sup>. A empresa passa, então, a investir em joias folheadas de beleza reprodutível alicerçada em um crescimento significativo na produção, distribuição e consumo desses adornos, cuja essência sempre esteve arraigada à substancialidade, luminosidade, perenidade e escassez naturais e artesanais.

No vídeo institucional da empresa *Fábrica Rommanel 360°*, publicado no perfil oficial da marca no canal YouTube, em 28 de junho de 2018, Nelson Toledo, coordenador de visitas à fábrica, inicia um passeio virtual pela unidade, localizada em Cotia (SP), a fim de apresentar o processo produtivo das “famosas joias folheadas”. Ele ressalta que a dinâmica de desenvolvimento do produto começa em São Paulo (SP) com o trabalho de um designer, que desenha as joias em 3D com programas específicos de computador. A partir desse desenho tridimensional, a fábrica de Cotia começa a produção, tendo como primeiro passo a elaboração de um protótipo. Após fundição, é realizado o acabamento manual, através do qual as peças são retiradas da árvore<sup>145</sup> e lixadas uma a uma pelos colaboradores.

---

<sup>142</sup> Os dois “M” que compõem o nome Rommanel vêm da junção dos sobrenomes dos fundadores, “Martins” e “Manchon”. “A gente tem irmãos de sangue e tem aqueles irmãos que a gente escolhe na vida. E o Manchon é uma dessas pessoas, foi o irmão que eu escolhi, que Deus colocou na minha vida desde 1972, e através desses anos, nós começamos a ter uma sintonia de valores muito forte”, conta Martins (YOUTUBE ROMMANEL, 2021).

<sup>143</sup> Um histórico mais amplo da marca Rommanel será apresentado no terceiro capítulo desta tese, quando será ampliada a reflexão sobre as joias e a moda. Vale salientar ainda que a empresa não recebe, da grande mídia, uma visibilidade sobre sua trajetória como ocorre com a marca HStern. As veiculações na imprensa sobre a Rommanel são sempre dedicadas à sua atividade comercial, com lançamentos de coleções, campanhas publicitárias. Para tanto, fez parte da programação da autora desta tese uma pesquisa de campo com tentativas de entrevista com um porta-voz da marca. Diante do cenário da pandemia, essa imersão em campo foi adiada e, posteriormente, negada à pesquisadora.

<sup>144</sup> De acordo com Écio Moraes, Diretor Executivo do IBGM (Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos, a partir da década de 1970, esse aumento da produção industrial na joalheria demandou mão-de-obra qualificada e passou-se a fazer o uso da Metodologia de Projeto de Design de Produto, adaptada às particularidades da produção e dos lançamentos do setor (LLABERIA, 2009).

<sup>145</sup> Peça esculpida ou reproduzida em cera com bastão central de cera onde as peças ficam unidas por uma espécie de tronco. Essa árvore é depositada em um recipiente, que é preenchido por gesso. Após descanso, segue para o forno em temperaturas que alcançam 700° por cerca de 12h. Após ser retirada, a árvore é colocada numa máquina à vácuo, quando é depositado o *tombak* líquido (latão especial para joias folheadas que leva cobre e zinco em sua composição) que vai preencher o negativo onde está o gesso na árvore de fundição. Por fim, a árvore é retirada e fica descansando por cerca de 4h. Só após essas etapas, as peças passam pelos acabamentos necessários.

O acabamento seguinte é o mecânico, seguido de acabamentos especiais – o fosco, acetinado, escovado são alguns deles - realizados sobre a matéria-prima antes do banho em ouro. O próximo passo é a preparação para o processo de deposição das camadas de ouro, que é feito na galvanica da empresa com metais nobres<sup>146</sup>.

Figura 61– Nelson Toledo, coordenador de visitas à fábrica, e demais colaboradores apresentando a produção seriada de joias folheadas da Rommanel. Nota-se a presença de processos formativos mecânicos associados aos artesanais aplicados à concepção das joias.



Fonte: YouTube Rommanel Oficial, (<https://www.youtube.com/watch?v=txSygypSfGs>), (2020).

Apesar dos altos investimentos em tecnologia e de um certo “distanciamento do tradicional trabalho do ourives do resultado final” (LLABERIA, 2009, p, 89), todas essas etapas da produção de joias folheadas Rommanel envolvem uma grande equipe de pessoas

<sup>146</sup> Na galvanica da Rommanel (2018), inicialmente, é realizado um banho de cobre básico (alcalino) com  $\text{pH} > 7$  para fixar o ouro na superfície da peça; seguido de um banho de cobre ácido para salientar o brilho do ouro. Posteriormente, a joia passa por três banhos de ouro: primeiro, é banhada no ouro 24 quilates (chamado de “pré ouro”, ouro puro, sem liga); o segundo banho é feito em ouro 18 quilates, que tem 25% de liga e 75% de ouro puro, garantindo a peça a espessura de ouro definida no processo de produção; o terceiro e último banho é em ouro 22 quilates, com apenas 8% de liga e 92% de ouro puro, também conhecido como *flash*, com objetivo definir a cor final da joia folheada Rommanel. Para acompanhar todo o processo galvanico, a empresa possui um laboratório de análises químicas a fim de controlar o processo de deposição de camadas de ouro e, conseqüentemente, assegurar a qualidade final da joia. Na Rommanel, as joias não utilizam o níquel na composição, liga metálica associada geralmente a manifestações alérgicas em contato com o corpo.

no processo formativo. É também reconhecido como fundamental o papel do ourives na geração dos protótipos para a criação dos moldes industriais, além dos diversos saberes investidos pelos colaboradores em todos os estágios da produção, que exigem técnicas e habilidades específicas. Esses investimentos apontam, essencialmente, para uma maneira singular do fazer que se revela em toda obra humana (PAREYSON, 1993).

A “artisticidade” vislumbrada nas joias da Rommannel estaria, certamente, nesse *modo de fazer* único, que, por sua vez, é responsável por um estilo “inconfundível e mesmo assim reconhecível por todos, inimitável e mesmo assim exemplar, irrepetível e ainda assim paradigmático” (PAREYSON, 1993, p. 65). É possível ressaltar, logo, que o grande desafio da Rommannel estaria em alcançar o êxito a partir de um processo formativo baseado na repetição, híbrido por natureza ao contemplar dinâmicas industriais e artesanais. Esse pensamento é confirmado nas palavras de Toledo, quando afirma, ao espectador, em tom enfático: “É importante deixar claro que qualidade não é apenas ausência de defeito, mas a repetição desse protótipo milhares de vezes exatamente igual” (YOU TUBE ROMMANEL, 2018).

Figura 62 – Artisticidade revelada no modo de fazer singular da Rommannel, que persegue o êxito na repetição do protótipo por incontáveis vezes.



Fonte: Rommannel (2020).

Acompanhar o ciclo de produção da marca fixada no contemporâneo contribui ainda para o reconhecimento de uma artesanaria indispensável na conformação das joias ao longo da história do design da joalheria, principalmente nos procedimentos de lapidação e aplicação de pedras, polimento e controle de qualidade<sup>147</sup>.

Aplicamos uma resina líquida, valorizando o trabalho artesanal. Aqui, todas as pedras e pérolas utilizadas são sintéticas<sup>148</sup> e coladas uma a uma, agregando valor

<sup>147</sup> Nessa etapa, são realizadas montagens, resinas e colagens.

<sup>148</sup> Os materiais normalmente utilizados na confecção das joias podem ser naturais, naturais tratados, sintéticos e imitações (exemplo, a zircônia cúbica, material sintético que imita o diamante). As pérolas (gemas biogênicas) podem ser naturais de água doce ou salgada, cultivadas de água doce ou salgada, tratadas e imitações. As gemas sintéticas, especificamente utilizadas pela Rommannel, se referem àquelas criadas em laboratórios. Existem muitos processos para sintetizar substâncias, que podem imitar ou reproduzir processos naturais e, até mesmo, utilizar os mesmos elementos encontrados nas pedras naturais. Dependendo do processo utilizado, os materiais sintéticos podem até ter inclusões e falhas encontradas nas

à joia. Então, as peças são revisadas individualmente antes de ir para você [consultor e consultora de venda e consumidor final]. (VANESSA DE OLIVEIRA, coordenadora do controle de qualidade da Rommanel)<sup>149</sup>

Este aspecto artesanal marcado pela “artisticidade”, que exige a mão humana, se faz presente no fundamento da joalheria, desde a atividade primordial da mineração à elaboração das joias folheadas ou joias inteiras em metais preciosos - estas últimas criadas por marcas tradicionais e declaradamente artesanais como a HStern. Para se pensar o equilíbrio entre artesanato e a mecanização, vale ainda sublinhar brevemente os pensamentos de Walter Benjamin, em seu manifesto *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica* (1955)<sup>150</sup>. O filósofo alemão inicia sua reflexão afirmando que tudo que é feito por uma pessoa pode ser imitado por outras, inclusive a obra de arte. O autor considera que houve uma perda da aura (figura singular composta por elementos espaciais e temporais) da obra de arte diante dos movimentos de reprodutibilidade técnica. Sem pretender se aprofundar nas ideias de Benjamin, importa deter, neste momento, um certo otimismo por parte do autor ao admitir a reprodução serializada como uma oportunidade de exposição e acessibilidade, em que as coisas se tornaram espacialmente e humanamente mais próximas.

Criadas com a proposta de uma “nova beleza reprodutível, transitória e perecível” ou mesmo privilegiando uma beleza duradoura, as joias folheadas ou inteiras em metais preciosos, respectivamente, são eficientes em provocar o sentimento do belo, efetivado através de uma configuração harmoniosa das formas. O que, de acordo com Cidreira (2020), não estaria no equilíbrio ou desequilíbrio, na proporção ou desproporção, na conformidade ou deformidade. A autora sugere repensar a noção de beleza, relacionando-a a uma sensibilidade compartilhada, que é sempre movente. Essa pluralidade dos modos de aparição expõe ainda mais essa comunicabilidade ativa através da moda.

Ao que nos parece, há uma nova forma de enquadramento, concepção da beleza que a aproxima cada vez mais do sublime (pelo menos, o defendido por Kant). As novas maneiras a partir das quais a beleza contemporânea se institui estão muito mais vocacionadas para a procura de novas configurações, tanto na arte quanto na moda. (CIDREIRA, 2020)

O efeito desse embaralhamento valorativo, potencializado a partir de um juízo de gosto circunstanciado cultural e social, sustentado nessa nova beleza, pode ser

---

gemas naturais. Podem ainda ter sinais reveladores de que são sintéticos. O trabalho de reconhecimento é complexo e precisa, geralmente, ser feito por um gemólogo.

<sup>149</sup> Em vídeo institucional da empresa *Fábrica Rommanel 360°*, publicado no perfil oficial da marca na rede social YouTube, em 28 de junho de 2018.

<sup>150</sup> O texto de Walter Benjamin apresenta até hoje um dos debates mais significativos sobre a arte e a modernidade. Escrito na primeira metade do século XX, em plena consolidação dos processos industriais.

considerado no segmento da joalheria, que precisa, ininterruptamente, se reinventar seguindo o jogo *fashion* que se consoma entre o “fazer parte”, percebido nas tentativas formativas das joias folheadas, e o “diferenciar-se”, frequentemente buscado pela joalheria tradicional<sup>151</sup> e, particularmente, pela Alta Joalheria baseada em uma requisitada originalidade visual nas formas, substancialidade, brilho, raridade e inutilidade útil, aparatosos e muitas vezes cênicos, a fim de guiar vigorosamente os laços entre os sujeitos.

Em 06 de março de 2014, a designer de joias francesa Dolly Cohen foi apresentada pela revista Vogue América aos leitores curiosos em saber quem estava por trás dos *grillz*, ou melhor, enfeites usados nos dentes exibidos por grandes nomes da música internacional e celebridades do mundo da moda, como Lady Gaga, Rihanna, Beyoncé, Madonna e Cara Delevingne. Sua formação como técnica de odontologia estimulou a criação das peças de metal apropriado para uso na boca. “Faço uma impressão e depois esculpo. O molde é feito (...). Encaixo os dentes nele. E, então, eu uso apenas ouro 18 quilates - amarelo ou branco”, conta Cohen (VOGUE AMÉRICA, 2014) sob seu processo criativo. Por ser algo bem personalizado, cada peça, segundo a designer, é feita somente uma única vez.

Em 2019, Cohen voltou a ganhar as páginas das celebridades quando, em janeiro de 2019, Kim Kardashian<sup>152</sup>, *influencer digital* considerada um dos maiores fenômenos da moda contemporânea, exibiu em seu perfil oficial da rede social Instagram<sup>153</sup> uma foto usando um *grillz* em diamantes e ouro branco com a inscrição do seu primeiro nome, assinado pela designer. Kim é uma das irmãs *Kardashian* mais populares, cuja influência na composição da sua aparência tem impactado consideravelmente as noções de beleza empenhadas em serem naturalizadas pelas engrenagens da moda.

Com seu corpo não magro, cheio de curvas e traços considerados exóticos, a personalidade Kim Kardashian, conhecida como a “rainha da *selfie*<sup>154</sup>”, se tornou referência

---

<sup>151</sup> A autora dessa tese compreende como joalheria tradicional aquela que usa exclusivamente metais nobres puros - em especial, o ouro amarelo - associadas a pedras naturais, compostas e sintéticas na confecção de peças.

<sup>152</sup> Kim Kardashian é uma das mulheres da família Kardashian que ficou internacionalmente conhecida através de um *reality show* televisivo *Keeping Up with the Kardashians*, que completou 10 anos em 2017, no qual todos têm suas vidas monitoradas por câmeras, buscando passar uma imagem de comportamento naturalizado por meio de uma suposta vigilância (JUNQUEIRA, 2019).

<sup>153</sup> Uma das redes sociais mais usadas no mundo, pertencente ao grupo Facebook (agora, renomeado grupo Meta), que é proprietário de outras líderes mundiais: Facebook e WhatsApp. Segundo informações do site Resultados Digitais (2021), no Brasil, o Instagram ocupa a quarta posição no ranking de redes sociais mais usadas em 2021, acumulando 110 milhões de usuários (RESULTADOS DIGITAIS, 2021).

<sup>154</sup> Palavra em inglês, originária do termo *self-portrait*, incorporada ao vocabulário online para se referir a uma foto tirada por si mesmo e de si mesmo por uma câmera, que é compartilhada, em particular, em redes sociais.

para se pensar as novas concepções de beleza, sendo capaz de “ditar novos sentidos comportamentais e arrastar uma legião de fãs que imitam, seguem, representam e, principalmente, distribuem *likes* de forma instantânea e imediata” (JUNQUEIRA, 2019).

Figura 63 – Kim Kardashian, à esquerda, com “*New grillz*” de Dolly Cohen; e, à direita, Beyoncé com *grillz* da Adidas.



Fonte: TV FAMA, (<https://www.redetv.uol.com.br/tvfama/blog/celebridades/kim-kardashian-exibe-acessorio-de-diamante-nos-dentes-e-divide-opinioes-de->, (2020); GLAMOUR <https://revistaglamour.globo.com/Beleza/Beauty-news/noticia/2020/01/joia-para-os-dentes-beyonce-aprova.html>), (2020).

Na **Figura 63**, Kim Kardashian exhibe, à esquerda, seu “*New grillz*” aos seguidores do Instagram (IG), em fevereiro de 2019, assinado pela designer de joias Dolly Cohen. À direita da figura, estão ainda os lábios da cantora e compositora americana Beyoncé, conhecida como Queen B, com *grillz* que exhibe a logomarca da Adidas, para coleção exclusiva da sua grife Ivy Park com a gigante de produtos esportivos.

Mais recentemente, em janeiro de 2020, a cantora negra americana Beyoncé surgiu com um *grillz* curioso, no formato da logomarca Adidas, assinado, mais uma vez, pela designer Dolly Cohen. A Queen B, como é popularmente conhecida, lançou dois modelos do acessório para os dentes como parte da coleção exclusiva entre sua grife Ivy Park e a marca de acessórios esportivos. Mas, a atração por joias de dente não é um comportamento inédito. Essas peças, inclusive, foram bastante populares na década de 1980, sendo muito usadas por rappers nos Estados Unidos. Considerada um adorno de aceitação contraditória pelo universo fashionista até hoje, a joia de dente se tornou um dos elementos reveladores do estilo *streetwear* do *hip-hop*<sup>155</sup>, e desperta a atenção, novamente, para o sentimento do sublime a partir de sentidos ligados ao gosto pelo diferente, irreverente, exclusivo, inesperado nas joias inscritas no contemporâneo.

<sup>155</sup> Gênero musical responsável pela consolidação de um movimento cultural iniciado pelas comunidades subalternas negras, latinas e jamaicanas nos Estados Unidos como uma das formas de resistência. Afrika Bambaataa, reconhecido como o criador do movimento, estabeleceu quatro pilares essenciais na cultura *hip-hop*: o rap, o DJing (DJ, Disc Jockey), *breakdance* (estilo de dança de rua) e o grafite (arte dos muros). A moda se tornou também um dos principais meios de expressão do movimento, com roupas extralargas, bonés com as abas retas, correntes longas e extravagantes.

Em *O corpo como suporte da arte: piercing, implante, escarificação, tatuagem* (2005, p. 73), Pires ressalta a mudança de um corpo social utilizado, na década de 1960, para identificar os ideais do grupo ao qual o indivíduo pertencia, para um “corpo anônimo” marcado, na década de 1970, pela massificação, tendo no jeans seu expoente máximo. Foi nesse cenário, segundo a autora, que surgem releituras estéticas *kitsch*, surrealistas e dadaístas com tendências consideradas radicais, que, por outro lado, acabam sendo adotadas pela alta moda. O uso do enfeite de dente foi uma delas, incorporada até mesmo pela HStern, em um dos momentos mais importantes na internacionalização da empresa. Além das joias para serem aplicadas nos dentes, no mesmo período, “a joalheria criou uma coleção intitulada *New Wave*, na qual os adornos *punks* eram reproduzidos de forma fiel, sem estilizações, em ouro e platina” (PIRES, 2005, p. 74).

Como observado, há uma pretensão plástica perseguida pela Alta Joalheria que desafia o fazer incorporado no sistema da moda, em que a *composição da aparência* se torna, talvez, o principal espelho dos possíveis entrelaçamentos entre visualidade, forma e consumo na joalheria inscrita no contemporâneo. Para tanto, são compreensíveis e necessárias as tentativas das marcas de joias consolidadas, como a HStern, de investimentos em ações e propostas que dialoguem com esse universo criador livre de regras, plural e movente. Foi na década de 1990, através da figura de Roberto Stern, que a joalheria, prestes a completar 50 anos, percebeu a mudança imperativa de uma concepção de “corpo social”, localizado, para uma concepção de “corpo anônimo”, conectado ao global; um tempo em que o belo é percebido como tal no mundo todo, como bem ressaltado por Dieguez (2015).

Em meio a um cenário um tanto perturbador para a economia nacional<sup>156</sup> - com a abertura do mercado de produtos importados e a chegada de novos grupos estrangeiros no país que tornaram a concorrência interna ainda mais acirrada – o filho mais velho de Hans

---

<sup>156</sup> Logo após sua posse, em 1990, o então Presidente da República, Fernando Collor de Mello, anunciou um pacote de medidas econômicas, a fim de conter a hiperinflação. Dentre as medidas estava o confisco dos depósitos bancários e das cadernetas de poupança dos brasileiros. O plano provocou grande revolta na população. Houve uma drástica redução do consumo. O pacote de medidas econômicas determinava ainda um forte ajuste fiscal, com aumento da tributação, fim de incentivos e subsídios. Em 1990, a economia brasileira apresentou contração de 4,3%, a maior no pós-guerra, igualando-se à de 1981. E a inflação alcançou incríveis 1.620% no acumulado dos 12 meses. No ano seguinte, recuou para 472%, voltando a passar dos 1.000% em 1992, enquanto jovens de caras pintadas saíram às ruas do país para exigir o impeachment de Collor. Os preços dispararam de novo, chegando a inimagináveis 2.47, em 1993, ano anterior ao lançamento do Plano Real, em 01 de julho de 1994. Responsável por estabilizar a moeda brasileira, o Plano Real foi implantado no governo do Presidente Itamar Franco, que assumiu a presidência após o impeachment de Collor, em 1992, acusado de envolvimento em corrupção e fraudes nas finanças. (O GLOBO, 2017).

Stern empreende mudanças significativas<sup>157</sup> na gestão e formalização dos processos da companhia. Ao assumir a vice-presidência da joalheria, uma das primeiras ações implementadas foi a consolidação de um marketing unificado à grife, com catálogo de peças a serem vendidas em todas as lojas do Brasil e exterior. E, o mais relevante: passa a promover uma grande revolução no design da marca. Roberto Stern constatou que, apesar da qualidade indiscutível, as joias não tinham “a elegância, a ousadia e a contemporaneidade que deveriam ter” (DIEGUEZ, 2015, p. 186), além de atentar que não havia unidade no excesso de combinações, nos diversos conjuntos de brincos, anéis, pulseiras com estilos desconectados exibidos nas vitrinas dos pontos de venda.

Durante o gelado inverno nova-iorquino de 1993, Roberto [Stern] entrara em uma loja da Baby Gap com o único intuito de se aquecer. Sentou-se num banquinho e ficou olhando para os armários e prateleiras (...). Tudo coordenado, arrumado em coleções, a mesma padronagem replicada em vários produtos (...). Não havia uma mistura de desenho. Apenas um, replicado em todas as roupas (...). **Por que, então, não trazer a moda para as joias? pensou. Por que não criar também o conceito de coleção na H. Stern? (...) Dessa forma, acreditava, o consumidor imediatamente perceberia a beleza do desenho.** (DIEGUEZ, 2015, p. 186, grifos nossos)

No ano seguinte, em 1994, Roberto Stern (vice-presidente e diretor de criação) idealizou e criou as primeiras joias seguindo o conceito de coleção de moda para a joalheria HStern: a *The World Collection*, lançada em 1995, marcando as comemorações pelos 50 anos da grife. A *The World Collection* ganhou nome de mulheres em suas joias assinalando ainda o início da parceria que já dura mais de 25 anos com a consultora de moda Costanza Pascolato (DIEGUEZ, 2015). Essa colaboração é muito considerável para realçar a presença ainda tímida da mulher na concepção de joias, tradicionalmente assumida por homens. Inquietação que sinaliza para uma necessária conscientização feminista em todos os setores, principalmente o universo da joalheria tão vinculado à feminilidade<sup>158</sup>.

Na **Figura 64**, são apresentados exemplares da *The World Collection*: colar e brincos *Sofia*, em ouro e diamantes, e anel *Lara*, em ouro e cristal, ganhador do prêmio 100

<sup>157</sup> Em julho de 1991, Roberto Stern assumiu a vice-presidência da empresa, substituindo o responsável pela operação da filial paulista, Gerd Tykocinski, que, na época, estava investindo em um negócio próprio, além dos constantes desentendimentos entre ele e a equipe de diretores da empresa. Até Roberto Stern iniciar sua gestão, as duas principais operações da marca (Rio de Janeiro e São Paulo) possuíam operações bem distintas, que impactavam inclusive na produção criativa. Com exceção das joias expostas em catálogo, as mercadorias eram bem diferentes, chegando a parecer que eram duas marcas concorrentes. Dentro desse cenário, Hans Stern deu autorização para Roberto assumir a operação com autonomia na tomada das decisões, o que motivou o filho mais velho a investir em mudanças avassaladoras nas atividades operacionais e no design das joias comercializadas pela HStern (DIEGUEZ, 2015, p. 173-178).

<sup>158</sup> A autora desta tese desenvolverá essa discussão, que é essencial para pensar a joia na contemporaneidade, no próximo capítulo, quando apresentará reflexões específicas sobre o corpo e as joias e a leveza no feminino.

Designers, em 2000.

Figura 64 – *The World Collection* (1995), primeira coleção de moda das joias HStern, comemorativa pelos 50 anos da joalheria. Colar e brincos *Sofia* e anel *Lara*, respectivamente da esquerda para a direita.



Fonte: Artnet, (<http://www.artnet.com/artists/h-stern-co/a-diamond-jewellery-set-sofia-comprising-aa-GlawKeeuDv57Ffc6sPrw7Q2>), (2020); H Stern, Assouline (2015), respectivamente da esquerda para a direita.

Essa mudança de rota para o design de joia, assumindo o conceito de coleção - que é tão evidente na moda - imprimiu uma nova dinâmica e uma nova poética criativa para as joias HStern e, também, para o segmento de joalheria com um todo. Assume-se nas joias, adornos máximo à ampliação da personalidade, uma pluralidade que aproxima e, ao mesmo tempo, diferencia permitindo ao sujeito acessar um conjunto de possibilidades à conformação de si, que tem a ver com o que Herman Parret<sup>159</sup> chama de “comunidade afetiva”, em *A estética da comunicação: além da pragmática* (1997, p. 185).

O filósofo propõe a ampliação da ideia de *sensus communis* proposta por Kant, por considerar que esse senso compartilhado leva a uma dialetização da sensibilidade e sociabilidade. Partindo dos três pilares da afetividade kantiano, que são comunicabilidade (universalidade do juízo de gosto); receptividade (dádiva original); e flexibilidade (exige a auto afeição), Parret acredita que a afeição (auto afeição) seria o lugar do livre jogo das faculdades do entendimento e da imaginação: “O *sensus communis* é o *sensus* de uma comunidade que, como já foi dito e se dirá novamente, não é nem argumentativa nem consensual: ela é *afetiva*” (PARRET, 1997, p. 197, grifos do autor).

O *sensus communis*, a partir do raciocínio de Parret, é constituído por uma tensão entre o sensível e o social que empreende um duplo movimento: de socialização do sensível (*sinestesia*); e de sensibilização do social (*intercorporeidade*). Como referenciado por

<sup>159</sup> O filósofo Herman Parret, aos 82 anos, ensina filosofia da linguagem e estética como professor do *Institut Supérieur de Philosophie à l'Université de Louvain* (Leuven, Bélgica). Suas publicações tratam da pragmática linguística e filosófica, de semiótica teórica e visual, epistemologia da linguística e teoria da arte. Afirma seu interesse pela interdisciplinaridade, buscando uma reflexão abrangente e fundadora.

Kant, o *sensus communis*, é a sensibilidade universal, comunicável, dessa comunidade afetiva concebida no modo de fusão, em que os limites do gosto estão ali como uma amálgama, praticamente impossíveis de serem diluídos.

É somente nesse duplo movimento e por meio dele que conseguimos resolver a tensão entre o social e o sensível e pensar a fusão, modo pelo qual a comunidade afetiva se realizar (...). Essa fusão é melódica, já que ela é essencialmente temporalizada (...). A comunidade consensual é uma comunidade de junção, enquanto **a comunidade afetiva é uma comunidade de fusão**. Para os filósofos de Frankfurt, a comunidade é toda a harmonia – para Kant, ela é toda melodia. (PARRET, 1997, p. 198, grifos nossos)

A sinestesia faz com que o sujeito sinta o tempo (objetos de sentidos diferentes) ou torne esse tempo imperceptível (objetos do mesmo sentido); enquanto a intercorporeidade (corporeidade da sociabilidade) é sentida por meio da auto afeição que é temporalizada (sinestesia). O pensador aponta, assim, para a necessidade de contato do sujeito consigo mesmo, uma vez que sem sinestesia, sem auto afeição temporalizada, não há um “esquema corporal real” (PARRET, 1997, p. 199). A verdadeira fenomenologia da fusão é encontrada por Parret (1997, p. 200) em Merleau-Ponty, quando este pensador elabora uma fenomenologia da intercorporeidade, em seu *O Visível e o Invisível*:

A sensação que sentimos, o ver que vemos, não é pensamento de ver ou de sentir, mas visão, sensação, experiência muda de um sentido mudo – o redobramento quase ‘reflexivo’, a reflexibilidade do corpo, o fato de que ele se toca tocando, se vê vendo, não consiste em surpreender uma atividade de ligação por trás do ligado, em se reinstalar nessa atividade constitutiva. (MERLEAU-PONTY *apud* PARRET, 1997, p. 200)

A ideia social seria o fruto do estar em comunidade por meio de uma experiência fusional que não resulta de uma busca do fundamento do entendimento, mas de uma busca dos fundamentos do *valor* em toda prática intersubjetiva da vida cotidiana, legitimados por meio da estética (PARRET, 1997). Assim, como consequência de uma estetização da vida, o conceito de coleção na joalheria pode ser visto como um meio que potencializa consideravelmente a comunicabilidade, receptividade e afeição, em seu tempo e espaço, influente e eficaz em expressar esse sentimento participativo do gosto que “não implica necessariamente a privatização, o individualismo e o ensimesmamento” (PARRET, 1997, p.184). Implica, pois, em um *ser-em-comunidade* como modo *aesthetico*, que não domestica em nada as experiências do sujeito, uma vez que as integra na própria estrutura participativa (PARRET, 1997).

No ambiente contemporâneo, essas múltiplas visualidades experienciadas através das joias se mostram ainda mais dinâmicas e acessíveis impulsionadas pelas plataformas midiáticas que favorecem uma “modelação da aparência como algo viral” (CIDREIRA,

2020). Todo esse contexto, atrelado à frequência da moda, se mostra favorável a esse embaralhamento das identificações partilhadas conforme uma ótica do gosto que é dialógica, circunstanciada. Modulações estas que reforçam a condição coparticipativa, sobretudo, na apreensão valorativa das joias.

#### 4.4 “Nova Barroquização do mundo”: abertura e pluralismo no íntimo das joias

Semelhante à aparente desordem de uma igreja barroca, toda em ouro flamejante, em frisa vegetal e em nichos de santos, mas cujo conjunto faz sentido, há, na barroquização pós-moderna, uma lógica interna que garante o equilíbrio das massas, tribos e energias compósitas. Trata-se de uma ordem móvel, mas que, mesmo sendo flexível, não deixa de ser particularmente resistente. (MAFFESOLI, 2010, p. 201)

Em uma perspectiva histórica, os últimos séculos foram caracterizados por verdadeiras avalanches políticas, sociais e culturais em todo o mundo. Disputas sociais e políticas coloniais persistentes e decoloniais<sup>160</sup> resistentes nas comunidades latino-americanas e africanas, movimentos mundiais contra sistemas de opressão (homens e mulheres, branco e negros, comunidades homoafetivas e heteroafetivas, rico e pobres) associadas a grandes avanços tecnológicos globalizantes – principalmente, a consolidação da internet e suas incontáveis possibilidades de uma complexa socialidade - vêm impactando, consideravelmente, a vida em sociedade, que, por sua vez, se tornou ainda mais acelerada. À vista desse cenário, que é movente, sublinha-se a contemporaneidade como uma temporalidade e espacialidade para além de um sentido histórico-cultural cronológico, que rompe com ideais racionais, colocando em primeiro plano a “comunidade afetiva” e suas subjetividades.

Em *Homus Eroticus: comunhões emocionais* (2014), o sociólogo francês Michel Maffesoli<sup>161</sup> enfatiza essa atmosfera que se desprende de uma ordem racionalista, vinculada à modernidade, para pôr em relevo o privilégio pelo emocional. O que compete explicitar o não reconhecimento dos indivíduos a partir de um único modo de ser, mas a aquiescência de uma profusão de possibilidades e experiências. Seria essa energia própria da socialidade que possibilita um compartilhamento do gosto nas tribos pós-modernas em um espaço-

<sup>160</sup> O conceito decolonial ou descolonial – não há ainda consenso sobre a adoção definitiva da grafia com “s” - se refere à dissolução das estruturas de dominação e exploração configuradas pela colonialidade e ao desmantelamento de seus principais dispositivos.

<sup>161</sup> Michel Maffesoli (1944 – 75 anos) é considerado um dos maiores especialistas na pós-modernidade e uma referência da sociologia da década de 1990. Destacam-se seus estudos sobre o imaginário contemporâneo a partir da filosofia fenomenológica e da sociologia compreensiva. Ficou bastante conhecido a partir do seu conceito “tribo urbana” apoiado na compreensão de uma “alma coletiva” e “sociedade eletiva”, onde os processos de atração e repulsão se farão por escolha (MAFFESOLI, 2010).

tempo flutuante, chamado pelo sociólogo de *presenteísmo*; ou melhor, o ordenamento das coisas e do sentido em um misto complexo através de uma dinâmica “societal” (do estar-junto, assemelhar-se, reunir-se) que se desenvolve no presente – este, por sua vez, enraizado no passado, o da tradição; e prefigurando o futuro.

O imaginário em que mergulha a socialidade contemporânea se vive no cotidiano. Com efeito, quando uma civilização se satura, e uma cultura se elabora a partir do que se desconstrói, tudo isso acontece na vida corrente, no que é oficioso, latente. Mais frequentemente com pouco barulho, lentamente, silenciosamente, como uma contaminação (...). O anódino, o frívolo, o que a priori não é levado em consideração pelas instituições sociais, eis, a meu ver, o que está na origem de todas as mudanças de paradigma. Por sedimentação progressiva, é na vida de todos os dias que se reconstrói o terreno a partir do qual podem crescer e se fortalecer as novas maneiras de ser e de pensar. É o que eu, há muito tempo, propus chamar de potência societal. (MAFFESOLI, 2014, p. 23)

Dessa forma, as realidades tidas como banais, como o habitar, o vestir-se, o comer e, acrescenta-se aqui, o adornar-se com as joias, se tornam verdadeiras preocupações existenciais. A cultura descobre uma energia nova, em que o instinto estético valoriza o *estar-junto*, a proximidade por meio da empatia (explosão das mesmas paixões), da familiaridade no imaginário social: “‘família ampliada’, ‘afinidades eletivas’, necessidade do ‘entre-si’; em resumo, ‘religação’: está-se religado ao outro da tribo, ao outro da natureza, causa e efeito de uma ‘confiança’” (MAFFESOLI, 2014, p. 124). São inéditas as relações entre o corpo próprio, o corpo social e o corpo natural constituindo o que o autor chama de “societal”, em uma relação de copresença em que “o Outro que me intima a ser o que eu sou” (MAFFESOLI, 2014, p. 126).

A pós-modernidade, segundo o autor, é particularizada por uma diversidade, porém, além disso, é fundamental considerar um denominador comum: a carga mitológica, que abriga ideologias, modos de ser, atitudes diversas e, simultaneamente, articuladas entre si. “O reconhecimento de um mundo complexo que não se reduz à razão soberana, mas que devolve seu lugar aos sentimentos, ao sensível, aos fantasmas e outras fantasias de que é modelada a experiência humana”, afirma Maffesoli (2014, p. 28). Esse *presenteísmo* é apreendido como temporalidade essencial da época pós-moderna, composta em uma ambiência surrealista, particularizada pelo cotidiano, imaginário e pela tecnologia. Seria justamente nesse curto-circuito entre espiritual e material que o imaginário contemporâneo é reconhecido.

Modo, publicidade, maneiras de habitar e de comer, mutação dos costumes, apetência pela tatuagem e pelo piercing, fascinação pelos produtos “étnicos”, o asselvajamento da música “tecno” ou “gótica”, e muitos outros exemplos ainda lembram a revivescência dos instintos fundamentais; o retorno dessas estruturas

antropológicas que pertencem ao bem comum da humanidade que se exprime em imagens, objetos, situações das quais as tribos pós-modernas “participam” magicamente, misticamente. (MAFFESOLI, 2014, p. 30)

Em *O que é o contemporâneo? e outros ensaios*, Giorgio Agamben<sup>162</sup> (2009) contribui significativamente para a compreensão do sentido da contemporaneidade tomando a moda como uma das principais manifestações dessa experiência do tempo. Segundo o filósofo italiano (2009, p. 67), “o tempo da moda está constitutivamente adiantado a si mesmo e, exatamente por isso, também sempre atrasado, tem sempre a forma de um limiar inapreensível entre um ‘ainda não’ e um ‘não mais’”. Ao introduzir no tempo uma peculiar descontinuidade, a moda faz uma separação entre atualidade e inatualidade como uma censura sutil e, simultaneamente, clara para aqueles sujeitos que devem percebê-la. No entanto, o autor pontua que esta mesma moda se revela inapreensível se incluída numa perspectiva cronológica do tempo, já que o “agora”, o “estar na moda” depende de um reconhecimento partilhado entre pessoas de carne e osso.

A frase ‘eu estou neste instante na moda’ é contraditória, porque no átimo em que o sujeito a pronuncia, ele já está fora de moda. Por isso, o estar na moda como a contemporaneidade, comporta um certo ‘ágio’, uma certa dissociação, em que a sua atualidade inclui dentro de si uma pequena parte do seu fora, um matiz de *démodé* (AGAMBEN, 2009, p. 67).

Assim como Maffesoli acredita em um *enraizamento dinâmico*, em que, continuamente, o passado é reevocado, reatualizado, revitalizado, e o futuro é pressagiado, Agamben (2009) ressalta essa capacidade da moda de instituir, no seu presente, esses outros tempos. Essa temporalidade se assemelha à contemporaneidade que, mesmo gravada no agora, mira a origem situada não em um passado cronológico, mas em uma origem “contemporânea ao devir histórico” (AGAMBEN, 2009, p. 69).

A via de acesso ao presente tem necessariamente a forma de uma arqueologia que não regride, no entanto, a um passado remoto, mas a tudo aquilo que no presente não podemos em nenhum caso viver e, restando não-vivido, é incessantemente relançado para a origem, sem jamais poder alcançá-la. Já que o presente não é outra coisa senão a parte de não-vivido em todo vivido (...). A atenção dirigida a esse não-vivido é a vida do contemporâneo. (AGAMBEN, 2009, p. 70)

Uma das possíveis repercussões dessa religação imaginária social, emocional, afetiva apontadas nas joias inscritas no contemporâneo seria o gosto pelo autêntico em

---

<sup>162</sup> O filósofo italiano Giorgio Agamben (78 anos) é reconhecido como um dos principais intelectuais de sua geração, autor de muitos livros e responsável pela edição italiana das obras de Walter Benjamin. Sua obra é centrada nas relações entre filosofia, literatura, poesia e política, com influência de Michel Foucault e Hannah Arendt.

produtos indicados ao consumo cotidiano. Objetos estes atrelados ao comércio, mas, principalmente, a uma sensibilidade dominante, como destaca Maffesoli (2014). Isso explica o vínculo ativo do ornamento e das joias com temáticas da natureza, ao inconsciente mágico, aos ensinamentos hereditários, às ideias preconcebidas e lembranças históricas. Uma série de exemplos poderia ser apontada, dentre eles, o relevante sincretismo religioso evidenciado nas conexões entre as joias e o sagrado<sup>163</sup>.

No entanto, pretende-se apontar aqui a compreensão dessa origem que “não está situada apenas num passado cronológico: ela é contemporânea ao devir histórico” (AGAMBEN, 2009), a partir também da perspectiva de comunidade, enraizamento mundano e família ampliada, propostas por Maffesoli (2014), à acessibilidade, afetividade, comunicabilidade e ao arrebatamento estimulado pelas joias folheadas. Esses adornos acessíveis manifestam com eficiência essa arqueologia própria da moda que potencializa um encontro entre os tempos e as gerações (AGAMBEN, 2009).

Esse gosto pelo autêntico se exibe com certa literalidade na coleção *Raízes*, da Rommannel, lançada em agosto de 2019, que teve, pela primeira vez, a dupla de cantoras sertanejas Simone e Simaria como parceiras da marca. A história de vida das cantoras serviu de inspiração à marca para a elaboração da coleção de joias folheadas. A coleção de joias folheadas é formada por três linhas - *Queridinhos da Simone*, *Queridinhos da Simaria*, *Nossa Essência* - inspiradas na história de vida das cantoras. Busca retratar a relação de cumplicidade, confiança e amizade entre as irmãs, evidenciando, o estilo particular de cada uma delas e, sobretudo, um sentido de “comunidade afetiva”. São mulheres, nascidas em uma cidadezinha do interior da Bahia<sup>164</sup>, nordestinas, de origem humilde, que sonhavam em conquistar sua independência social, econômica e emocional. Simone e Simaria se tornaram uma das vozes femininas mais populares da música sertaneja atual, sendo consideradas pioneiras em ocupar um espaço em um ambiente musical em que ainda prevalece a imagem masculina patriarcal. Conquistaram um público fiel e se tornaram conhecidas nacionalmente e internacionalmente.

A capa do Catálogo *Rommannel Raízes 2019*, na **Figura 65**, apresenta a coleção estrelada ineditamente pela dupla Simone e Simaria. Na capa, a linha de joias *Nossa Essência*. Ao lado, da esquerda para a direita, linhas *Queridinhos da Simone* e *Queridinhos da Simaria*.

<sup>163</sup> Ponto este que será criteriosamente abordado nas próximas páginas desta tese.

<sup>164</sup> Simone e Simaria nasceram na cidade de Uibaí, próxima ao município de Xique-Xique (semiárido baiano), onde tiveram uma infância pobre, como a maioria dos nordestinos.

Figura 65 – Capa do Catálogo Rommanel 2019. Ao lado, da esquerda para a direita, linhas *Queridinhos da Simone* e *Queridinhos da Simaria*.



Fonte: Catálogo Rommanel Raízes Simone & Simaria (2019)

A imagem que as artistas construíram é eficaz em afetar, em especial, mulheres que, de algum modo, buscam igualdade, autonomia nas suas vidas pessoais e profissionais. A coleção *Raízes Simone & Simaria*, lançada no auge da carreira da dupla<sup>165</sup>, apresenta-se como sendo mais uma conquista para Simone e Simaria: “Uma linha que imprime em cada joia folheada a essência e as origens da cantora” (CATÁLOGO ROMMANEL RAÍZES SIMONE & SIMARIA, 2019). Filhas de pai garimpeiro, as cantoras sertanejas não escondem a origem da coleção. Em matéria “*Sempre nos lembramos de onde viemos*”, dizem Simone e Simaria sobre vida pós-fama, do jornalista Thiago Baltazar, publicada na *Vogue Brasil*, em 05 de outubro de 2019<sup>166</sup>, elas revelam as lembranças de um passado difícil como parte da inspiração para a linha de joias:

“Nosso pai era garimpeiro e tinha o sonho de encontrar uma pedra preciosa para mudar a vida de nossa família. Infelizmente, ele nunca conseguiu realizar esse sonho”. O pai das duas acabou sendo morto antes de vê-las se tornando famosas. “Foi daí que surgiu a nossa coleção Raízes”, lembra Simaria. “A história dele tinha tudo a ver com nosso envolvimento com joias. Por isso, definimos que usaríamos muitas pedras como forma de homenageá-lo”. (VOGUE BRASIL, 2020)

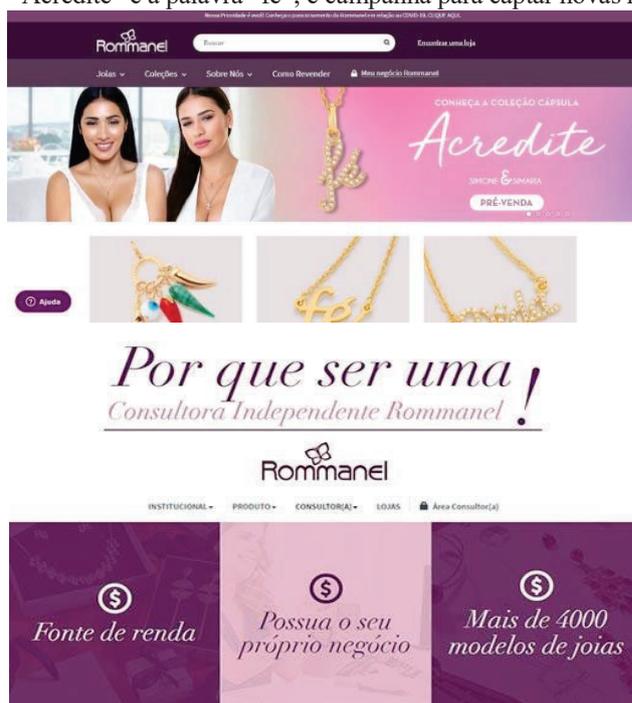
<sup>165</sup> Elas integraram o júri técnico da versão brasileira do programa *The Voice Kids Brasil*, veiculado no canal aberta da TV Globo, ao lado do multiartista Carlinhos Brown e da cantora Claudia Leitte, também baianos. A edição 2019 do programa aconteceu em abril, o que proporcionou à dupla uma visibilidade ainda maior na mídia. Apesar da carreira em ascensão, no dia 18 de agosto de 2022, as irmãs, também conhecidas como *As Coleguinhas*, anunciaram o fim da dupla após desavenças pessoais. Ainda não se sabe qual será a estratégia que a Rommanel irá assumir diante da separação. Em comunicado à imprensa, Simone e Simaria afirmaram que vão seguir cumprindo todos os compromissos de publicidade firmados até então. Até o fechamento desta tese, nenhuma nova campanha Rommanel foi lançada com a dupla sertaneja ou com uma delas individualmente.

<sup>166</sup> Resultado da estratégia de comunicação de divulgação da Rommanel para a coleção que marca o início da parceria inédita com a dupla Simone e Simaria.

Tais identificações se ampliam à proposta criativa da Rommanel (2020), de “oferecer beleza e autoestima através das suas joias folheadas”. A marca, que tem como modelo de negócio a venda ao consumidor final através de consultoras, investe em campanhas publicitárias que incentivam, principalmente, as mulheres a alcançarem independência e ampliem a autoestima por meio da relação que se efetiva com as joias da marca, comercializando-as e/ou consumindo-as.

Na **Figura 66**, a página inicial do site Rommanel mostra um banner focando as irmãs Simone e Simaria, com as inscrições “Acredite” e a palavra “fé” impressa em um pingente folheado da marca. Abaixo, é possível ainda visualizar outro pingente no formato de uma penca de balangandãs<sup>167</sup>, que se aproxima da visualidade das joias de crioulas baianas e funciona como amuletos de proteção. Já a imagem inferior apresenta uma campanha da joalheria para captar novas revendedoras, colocando em relevo as possibilidades de autonomia pessoal e profissional através da parceria com a marca.

Figura 66 – Página inicial do site Rommanel com *banner* com as irmãs Simone e Simaria, com as inscrições “Acredite” e a palavra “fé”; e campanha para captar novas revendedoras.



Fonte: Rommanel, (<https://www.rommanel.com.br/>), (2020); Vagas.org, (<https://vagas.org/como-ser-revendedora-rommanel-seja-consultora-hoje/>), (2020).

<sup>167</sup> A penca de balangandãs é um dos adornos mais representativos da conexão entre as joias e o sagrado, entendidos como objetos de design por suas condições de projeto, produção, circulação e uso (FACTUM, 2009, p. 123). Composta por elementos como cacho de uvas, dentes de animais e figas, as penca de balangandãs ajudam a assinar a poética das joias de crioulas – joalheria entrelaçada com o mundo espiritual e sincrética das culturas da Bahia. As joias de crioulas são peças dos séculos XVIII e XIX feitas para uso exclusivo das mulheres negras e mestiças (alforriadas ou libertas) que exibiam riqueza e poder em uma sociedade regulamentada por leis segregativas. São símbolos de resistência política, social e religiosa dessas mulheres negras que viveram em situação de escravidão. No percurso desta tese, serão dedicadas meditações à poética das joias de crioulas.

A Romanel surge, assim, dentro dessa temporalidade da moda. A própria materialidade das joias folheadas permite que esses adornos mais acessíveis à *composição da aparência* estejam intimamente ligados ao jogo flutuante e diverso da moda e, logo, a uma experiência de tempo contemporânea. É justamente a partir dessa afeição que se consuma o *estar-junto*, em que prevalecem as múltiplas identificações comunitárias que se exibem nos enlaces entre cultura, estética, moda e design de joias na contemporaneidade.

A proposta de Maffesoli, em sua obra *No fundo das aparências* (2010), é pensar o contemporâneo a partir de uma percepção barroca que não está alicerçada necessariamente no barroco como conjunto artístico, mas na consciência do barroco como um tipo de sensibilidade. O autor recupera a etimologia da palavra portuguesa “barroco”, que designa a pérola irregular, assimétrica, para apreender a noção de movimento, de aspecto desordenado, até de desordem, ideia de excesso de vida. Barroco como imperfeição natural, movimento permanente e crescimento vital. Para ele (2010), vive-se um “barroco pós-moderno”, que se assume nessas reflexões como uma *nova barroquização do mundo* social, assinalada pelo uso excessivo e pela ostentação, em que “o véu do espírito barroco é uma modulação da máscara que cria comunidade, e esconde, protegendo-a do exterior” (MAFFESOLI, 2010, p. 154).

Os novos modos de *estar-junto* estariam fundamentados em uma atração orgânica a partir de imagens partilhadas, que não obedecem tanto à casualidade linear ou a uma mecânica exterior (política e econômica). Constituem, por sua vez, “o jogo da teatralidade mundana, tudo é bom, cada elemento tem seu lugar, e vale, ao mesmo tempo, por si mesmo e pelo conjunto que ele contribui para criar” (MAFFESOLI, 2010. P. 139). Atualmente, vive-se no coração do barroco ou no ponto de partida para essa dinâmica com aspecto fugidío, vaporoso, pitoresco, fantástico, superficial e, por isso mesmo, “o mundo da aparência é o único lugar visível” (MAFFESOLI, 2010, p. 167).

O frívolo jogo da aparência induz, assim, a um ajustamento do sujeito a esse mundo paradoxal em que o aparecer e o ambiente estão sempre tensionados. Uma consequência desse tipo de sensibilidade barroca seria, desse modo, o *presenteísmo* que torna as relações entre os sujeitos, as coisas e o mundo um acontecimento. Não um acontecimento visto como algo excepcional, já que está inscrito na vida cotidiana; e, muito menos, alienante, por se tornar um vetor de agregação, um condensado de tempo e espaço.

Uma forma de Deleuze pode, ainda, nos esclarecer, quando diz que o objeto maneirista é “não mais essencialista, mas que se “torna acontecimento”. E vê-se, de fato, a pertinência desse propósito para os diversos objetos da arte barroca que

fazem de cada momento uma pequena festa, mesmo que minúscula. Transpondo-o para os dias de hoje, pode-se ver que acontece o mesmo com o mundo “objetal” que nos cerca. Cada objeto, através de sua própria banalidade, está cercado de uma aura que faz acontecimento. (MAFFESOLI, 2010, p.169)

“Dando seu corpo em espetáculo, pavoneando-se” (MAFFESOLI, 2010, p. 142), o sujeito participa do jogo contínuo da sociedade. Os adornos, decerto, são emblemas cotidianos que têm um sentido preciso de fazer sociedade. As joias, em particular, criam uma sensibilidade barroca de abertura e pluralidade que tem na frivolidade e na arrebatção seus principais engenhos à agregação. Sentimento de arrebatção este que expõe a permanência da importância do belo como estrutura antropológica que pode até ser abreviado por um tempo, mas nunca ocultado, como afirma Maffesoli (2010, p. 137): “É, com toda certeza, uma parte do cimento social, desse *ethos* vivo de múltiplas facetas que não adianta querer reduzir à unidade, e que não se pode resumir ao utilitário”.

Retoma-se, outra vez, ao crescente mercado de joias folheadas ou banhadas. Diante de um cenário transitório, para atender aos desejos persistentes de pertencimento, posse, exibição, a joia folheada ou banhada - objeto à *composição da aparência* acessível e potente - esconde um elo secreto, ou melhor, camuflado com o caráter cênico do corpo, capaz de intensificar ainda mais as adesões ou não à temporalidade da moda, “sejam elas de bom ou mau gosto”, como bem destacado por Cidreira (2013, p. 129). Concorde-se com a pesquisadora ao associar o *kitsch* à ideia de excesso de vida - sugerida aqui nessa reflexão a partir de uma *nova barroquização de mundo* - como algo que procura intencionalmente surtir efeitos, que chama a atenção para si por estranhamento e/ou desperdício, também relacionado à ideia de clichê.

O que constatamos é que, de fato, o tema do gosto reaparece como fundamental nas discussões sobre a cultura de massa e a suposição da procura de uma média de gosto, capaz de atingir o maior número possível de pessoas; além disso essa média de gosto associada ao *kitsch* evitaria a interpretação e o julgamento desse público, uma vez que o efeito a ser atingido já é dado de antemão ao consumidor/receptor/fruidor. (CIDREIRA, 2013, p. 129)

As imagens de moda da campanha Rommanel para lançamento da coleção *Cosmic* (**Figura 67**), em 2017, com a atriz Giovanna Antonelli ajudam a ilustrar a ideia de *kitsch*, nas coleções da marca de joias folheadas, que se apoiam na temporalidade da moda. A visualidade glamourosa, o brilho incandescente, a presença de pedras sintetizadas em laboratório e pequenas porções de metais preciosos raros e duráveis nas joias folheadas garantem com habilidade o alargamento das relações entre os sujeitos e cumprem, principalmente, um papel que é fundamental à dinâmica da moda: a necessidade de

imitação, de fazer parte; e, por outro lado, o desejo de diferenciar-se que impacta, em particular, os *modos de fazer* das joalherias tradicionais.

Figura 67 – Campanha da Rommanel coleção *Cosmic* (2017), com a atriz Giovanna Antonelli.



Fonte: Twitter e Facebook oficiais da Rommanel, da esquerda para a direita, (2017).

Um dos caminhos investidos por essas marcas de joias apoiadas em latências material, visual e ornamental é a ênfase em uma substancialidade mais acessível, como a ampliação do uso de metais nobres como a prata na elaboração das suas joias, a fim de atender os desejos voláteis, aos valores imateriais do consumidor contemporâneo - a exemplo, a linha *MyCollection*, da HStern, e a marca *Life by Vivara*.

A *MyCollection* foi apresentada aos clientes HStern em 2009, com campanha estrelada pela modelo internacional Carol Trentini, com o objetivo de atingir um público mais jovem através de peças mais leves com preços convidativos ao consumidor final, através do investimento de metais nobres, como o ouro e a prata, e pedras preciosas como o diamante, sem o peso ornamental nas suas formas. Para uma “mulher jovem que inicia seu porta-joias ou para as que gostam de joias com espírito divertido” (HSTERN, 2020). O que assegura ao design das joias uma leveza articulável, versátil em sintonia com as engrenagens da moda. Em 2020, com a linha consolidada, a joalheria apostou ainda mais na ampliação do seu público alvo garantindo preços competitivos, qualidade, design e campanhas midiáticas. Não é à toa que a grife de joias lançou, em maio de 2019, uma coleção em parceria com Sasha Meneghel, a estudante de moda, filha de um ex-modelo, ator e empresário, Luciano Szafir, com a também ex-modelo e apresentadora de televisão Xuxa Meneghel<sup>168</sup>.

A *MyCollection* – linha jovem e casual da H. Stern – tem uma variedade de joias atemporais e colecionáveis para quem está começando um lindo porta-joias. E a marca acaba de anunciar uma novidade: a *Sasha Collection*, uma linha criada em parceria com a modelo e estudante de moda Sasha Meneghel, que é também a estrela da campanha! Formas leves e divertidas em composições geométricas

<sup>168</sup> Xuxa Meneghel, a eterna “Rainha dos Baixinhos” que marcou a geração de criançada na década de 1980, com seus programas infantis da TV Globo.

traduzem os desejos de Sasha para sua primeira coleção de joias desenvolvida com a MyCollection – que comemora seus 10 anos em 2019. “Sasha sonhava criar uma coleção e nosso desafio foi traduzir os seus desejos em joias descontraídas, que brincam com cores e formas”, conta o Diretor Criativo Roberto Stern. (ADORO JOIAS, 2020)

Figura 68 – Lançamento *My Collection* HStern com a modelo Carol Trentini (2009); e à direita, Sasha Meneghel em campanha *MyCollection* (2019) com linha assinada em parceria com a jovem estudante de moda.



Fonte: H.STERN, ([http://www.hstern.com.br/institucional/hs\\_timeline.aspx](http://www.hstern.com.br/institucional/hs_timeline.aspx)), (2017); ADORO JOIAS, (<https://adorojoiias.com.br/mycollection-hstern-apresenta-collab-com-sasha-meneghel-conheca-a-sasha-collection/>), (2020).

A mesma proposta é lançada pela joalheria Vivara<sup>169</sup>, com sua marca *Life by Vivara*, criada em 2011: “joias colecionáveis que possibilitam infinitas combinações, para simbolizar e eternizar as principais lembranças e os melhores momentos da vida em uma joia única e personalizada” (VIVARA, 2020). Com campanha estrelada pela jovem atriz Marina Ruy Barbosa, reconhecida entre os nomes mais influentes no universo *fashion* nacional, a *Life by Vivara* lançou em dezembro de 2019, quatro coleções - *Encanto*, *Segredos*, *Enigma* e *Glam II* – e tem investido em pontos de venda exclusivos nos principais centros comerciais do país.

É importante considerar nas poéticas da *MyCollection*, da HStern, e *Life by Vivara* um intento à versatilidade das composições permitidas pelas joias, que podem ser articuladas entre si (utilizadas de diferentes formas, combinadas entre si) a fim de atender aos efêmeros e múltiplos anseios dos potenciais consumidores de joias. São joias que se empenham em transmitir uma sofisticação nas formas, a fim de superar o peso e caminhar para a leveza, sem deixar, no entanto, de realizar um movimento flutuante que se entrelaça ao gosto pelo autêntico por meio da maestria, confiança e tradição. Propriedades estas que

<sup>169</sup> A marca é uma das líderes no mercado brasileiro de joias com garotas-propaganda como Gisele Bündchen e Marina Ruy Barbosa.

assinalam, em especial, à visualidade através da permanência distintiva do ouro, além de outros metais preciosos, como a prata; percebendo a forma a partir do arrebatamento que a experiência sensível criativa provoca; e o consumo como prática própria à vida em sociedade que mantém em movimento as engrenagens da moda e a *composição da aparência*.

Figura 69 – Coleções *Life by Vivara* 2019/2020: *Encanto* e *Segredos*, imagens na parte superior, nessa ordem. Abaixo, coleções *Enigma* e *Glam II*, na parte inferior, da esquerda para a direita respectivamente.



Fonte: VIVARA, (<https://www.vivara.com.br/categoria/life>), (2020).

Fundamentada nessas dimensões, a *nova barroquização de mundo* aponta para uma *poética hi-lo*<sup>170</sup> na joalheria, em que os contornos que conformam o íntimo das joias se tornam ainda mais borrados, difíceis de serem limitados, possibilitando aos sujeitos que as criam, as portam ou as contemplam uma identificação movente. A joalheria fixada na contemporaneidade se afeiçoa a esse sentir contemporâneo, o qual é definido por Umberto Eco como um “politeísmo da beleza”<sup>171</sup> (GLOBO NEWS, 2009). A empatia, a afeição e a comunicabilidade se tornam, assim, modulações fundamentais às incontáveis possibilidades do “pavonear-se” (MAFFESOLI, 2010).

<sup>170</sup> No universo fashion, a expressão *hi-lo* se popularizou ao fazer referência a um jogo da aparência em que se mistura roupas, adornos e demais acessórios considerados *high* (do inglês, alto) - dentre eles, a Alta Joalheria das grifes tradicionais, as roupas e acessórios das grifes da alta costura, além de objetos ornamentais, ostentatório, glamourosos – com itens *low* (do inglês, baixo) - que se referem não somente a peças mais acessíveis, mas também a adornos e vestes tidos como básicos.

<sup>171</sup> Entrevista concedida ao jornalista Ediney Silvestre, para a Globo News, em 2009, sobre o livro *A história da feiura*, de Umberto Eco. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=OOIOkc6fSuE> >. Acesso em 04 jun. 2017.

Por fim, porém não menos importante, é imprescindível observar que, tratando-se de um contexto nacional, as ambiguidades de uma sociedade tão híbrida – essencialmente barroca como a brasileira - precisam ser admitidas na intersecção entre ideia, criação e recepção no desenvolvimento do objeto cultural joia. Se apreendermos, conforme Maffesoli (2010), o barroquismo como um mito em perfeita harmonia com a explosão do social, permitindo compreender sua lógica, é possível chamar o barroco de arte mestiça, especialmente, tratando-se da arte latino-americana. A fim de ilustrar sua perspectiva em acordo com as reflexões propostas neste estudo, o autor cita um trecho bastante elucidativo que faz, até mesmo, uma menção à arquitetura barroca das Igrejas baianas e ainda à religião de afro-brasileira, o Candomblé:

Poder-se-ia acrescentar que essa interação é também perceptível nos cultos de Candomblé, que ‘assume no Brasil acentos claramente barrocos’ (J. M. Gibbal). E é verdade que o destino desse país, que pode ser considerado um laboratório da Pós-modernidade, parece inteiramente dedicado ao barroco. (MAFFESOLI, 2010, p. 188)

Todavia, como é possível visualizar nas principais campanhas publicitárias alavancadas por estas marcas nacionais de joias, ainda há uma persistência de valores ligados a uma sociedade excludente, acorrentada aos sistemas colonizadores que se efetivam nos modos de vida e, conseqüentemente, se expressam nos jogos da aparência. Ao lançar-se um olhar para essas campanhas, fica visível a presença dominante de mulheres brancas, em situação de privilégio, com padrões de beleza europeizados, que não cumprem com o debate contemporâneo de ruptura efetiva com sistemas supressivos de representatividade. Considera-se, por conseguinte, imprescindível ao design de joias brasileiro perceber e repensar nessas articulações as especificidades históricas, culturais, sociais, políticas e que envolvem a concepção de objetos carregados de sentidos.

Assim sendo, os apontamentos apresentados até então buscam reafirmar a relevância de uma perspectiva compreensiva aos estudos sobre a visualidade, a forma e o consumo nas joias na contemporaneidade. Assumindo esses objetos socioculturais, históricos como adornos abertos, disponíveis ao sujeito à afirmação pessoal e manifestação social do gosto, diante dos flutuantes vínculos estabelecidos com o outro e tudo ao seu redor. A partir dessa proposta de uma *poética hi-lo* na joalheria fixada na contemporaneidade, são notáveis as possibilidades que se apresentam ao design de joias, sejam elas tecnológicas ou formativas, ajustadas a essa sensibilidade barroca que acaba por embaralhar a noção de joia.

Entretanto, nesse percurso, foi possível acentuar a função maior da joia: acrescer ao extremo a aparição do sujeito no jogo constante da aparência, que se efetiva através do corpo. Mesmo diante das diversas e expressivas rupturas que marcam o traçado da joalheria, ao longo do tempo, as intersecções entre o ornamento, o adorno, o *efeito decorativo* e o *efeito ornamental* apontam para a essência da materialidade à concepção da joia. Substancialidade esta que se realiza, por sua vez, através de um enlace irremovível com os traços de raridade, perenidade, esplendor, visualidade e *inutilidade útil*. São essas particularidades que fazem das joias um acontecimento inscrito na vida cotidiana, que transcende a esfera visível. Talentosas em despertar em quem as idealiza, contempla, usa um sentimento de arrebatamento altruísta ao guiar o sujeito, por meio do corpo, às experiências do belo e sublime. Como bem colocado por Maffesoli (2010, p. 143), o corpo que se pavoneia é causa e efeito de toda socialidade dinâmica, manifestação privilegiada da estética. Com as joias, esse corpo - que se perde em uma teatralidade geral (MAFFESOLI, 2010) – permite à pessoa uma expressão máxima da sua presença no mundo. As joias são, decisivamente, adornos eficientes em reluzir o “pavonear-se”, através de uma superficialidade que comunica e afeta.

**PARTE II - CORPO, JOIA E AFETO: O LUGAR DA JOIA NOS UNIVERSOS  
FEMININO E TRANSCENDENTE**

*Se essa rua  
Se essa rua fosse minha  
Eu mandava  
Eu mandava ladrilhar  
Com pedrinhas  
Com pedrinhas de brilhante  
Para o meu  
Para o meu amor passar*

**(Cantigas populares - domínio público)**

## 5. A DIMENSÃO SENSÍVEL DAS JOIAS NO CONTEXTO DA EXPERIÊNCIA

### 5.1 O corpo como textura para a joia

Os elos entre o corpo, as afetividades e a joia pressupõem uma proposta reflexiva que se apoia na dimensão sensível desses adornos enérgicos à *composição da aparência* no contexto da experiência. Para tanto, retomamos os pensamentos de Maurice Merleau-Ponty, em sua *Fenomenologia da percepção* (2018) a fim de desenvolver uma perspectiva compreensiva à extensão do sensível enquanto percepção do mundo, de si mesmo e do outro. Conforme atenta o pensador, o mundo está situado antes mesmo de qualquer contemplação que os sujeitos possam fazer dele.

Desse modo, apreendê-lo a partir de investigações sucintas ligadas às sensações e aos aspectos perspectivos do objeto alcançaria resultados artificiais; uma vez que sensações e objetos “são justamente produtos de análise e não devem ser realizados antes dela” (MERLEAU-PONTY, 2018, p. 5). O mundo da percepção não seria, então, uma ciência, um ato e/ou uma tomada de posição deliberada, mas a existência de cada sujeito corporificado no seu tempo-espaço, “é o meio natural e o campo de todos os meus pensamentos e de todas as minhas percepções explícitas (...). O homem está no mundo, é no mundo que ele se conhece” (2018, p. 6). Perseguir o que seria a essência do mundo é inevitavelmente perseguir aquilo que esse mundo é para o sujeito, para além de um conceito, de uma visão discursiva.

Renunciarei portanto a definir a sensação pela impressão pura. Mas ver é obter cores ou luzes, ouvir é obter sons, sentir é obter qualidades e, para saber o que é sentir, não basta ter visto o vermelho ou ouvido um *lá*? O vermelho e o verde não são sensações, são sensíveis, e a qualidade não é um elemento da consciência, é uma propriedade do objeto (...). A pretensa evidência do sentir não está fundada em um testemunho da consciência, mas no prejuízo do mundo. Nós acreditamos saber muito bem o que é “ver”, “ouvir”, “sentir”, porque há muito tempo a percepção nos deu objetos coloridos e sonoros. Quando queremos analisá-la, transportamos esses objetos para a consciência. (MERLEAU-PONTY, 2018, p. 25, grifo do autor)

Os nós entre real e imaginário configuram o mundo vivido por cada sujeito. “Portanto, não é preciso perguntar-se se nós percebemos verdadeiramente um mundo, é preciso dizer, ao contrário: o mundo é aquilo que nós percebemos” (MERLEAU-PONTY, 2018, p. 13-14). Em suas meditações, Merleau-Ponty inclusive toma como exemplo a consciência da regularidade de um cristal que é apreendida pelo sujeito independente do mesmo ter a oportunidade de contar suas faces. Tal observação desvenda a significância de se pensar sobre a percepção do objeto que, “uma vez constituído, aparece como a razão

de todas as experiências que dele tivemos ou que dele poderíamos ter” (MERLEAU-PONTY, 2018, p. 103).

Essa qualidade translúcida do cristal é apropriada para o entendimento da noção de “objeto acabado” defendida pelo pensador. A constituição especular do cristal se aproxima à potência do *corpo* como meio da experiência que permite ao sujeito uma profusão de olhares sobre tudo que está ao seu redor: “Considero que meu corpo, que é meu ponto de vista sobre o mundo, como um dos objetos desse mundo” (2018, p. 108). Esse corpo pode ser atravessado a todo instante por emoções, recordações, sensações e aspirações a partir de uma perspectiva espacial e temporal. É o que o pensador compreende como *estrutura objeto-horizonte* - a perspectiva através da qual “o objeto é visto portanto a partir de todos os tempos, assim como é visto de todas as partes e pelo mesmo meio, que é a estrutura de horizonte” (MERLEAU-PONTY, 2018, p. 106).

Essa concepção de estrutura de horizonte envolve presente, passado e futuro, ou seja, o olhar do sujeito sobre o objeto é confrontado com suas visões precedentes, atuais e preditivas e, então, compartilhadas e também cotejadas com outros sujeitos por meio do tempo e da linguagem.

Olhar um objeto é vir habitá-lo e dali apreender todas as coisas segundo a face que elas se voltam para ele (...). Assim, cada objeto é o espelho de todos os outros (...). O objeto acabado é translúcido, ele está penetrado de todos os lados por uma infinidade atual de olhares que se entrecruzam em sua profundidade e não deixam nada escondido (...). Mas, mais uma vez, meu olhar humano só *põe* uma face do objeto, mesmo se, por meio dos horizontes, ele vista todas as outras (2018, p. 105-107, grifo do autor).

O corpo como objeto precisa ser concebido como essa estrutura ativa que configura um sistema de experiências através do qual acessamos o mundo, as coisas e os outros. Temos conhecimento do mundo por meio do corpo - este apreendido não apenas em uma experiência instantânea, singular, plena, mas também sob o aspecto de generalidade, de impessoalidade. “O corpo é veículo do ser no mundo, e ter um corpo é, para um ser vivo, juntar-se a um meio definido, confundir-se com certos projetos e empenhar-se continuamente neles” (MERLEAU-PONTY, 2018, p. 122). A fusão entre alma e corpo se realiza, assim, a cada instante do movimento da existência, excedendo o que Merleau-Ponty considera a morte da consciência - “a posição absoluta”. Existência biológica e existência pessoal, mundo natural e mundo cultural são sublimados e tornam-se instáveis e possíveis, simultaneamente.

Cada presente, através de seu horizonte de passado imediato e de futuro próximo, apreende pouco a pouco a totalidade do tempo possível; ele supera assim a dispersão dos instantes, está em posição de dar seu sentido definitivo

ao nosso próprio passado, e de reintegrar à existência pessoal até mesmo este passado de todos os passados que as estereotípias orgânicas nos fazem adivinhar na origem do nosso ser voluntário. (MERLEAU-PONTY, 2018, p. 126)

O objeto é visto a partir dos tempos e dos contextos culturais sempre inacabado, aberto e em devir. Assim, as joias, como objetos constituídos, existem para os sujeitos a partir dos seus desejos, das afetividades partilhadas e pela comunicabilidade. Adornos estes que participam das experiências já desfrutadas ou em latência constante *no* corpo e *com* o corpo. Ressalta-se, em particular, o aspecto ilimitado das joias como objetos vigorosos à exibição do *eu* e, mesmo em sua condição de proximidade com o corpo, são autônomos por essência (SIMMEL, 2008). O reencontro com a origem dos objetos e, em especial, com os sentidos das joias, somente é possível a partir do coração das vivências dos sujeitos, conforme destaca Merleau-Ponty (2018, p. 109).

As joias, como parte das coisas que se ligam ao corpo, podem ser percebidas como extensões desse “tecido do mundo” que se apoiam nesse grande ornamento que é a pele. Assim sendo, pensar o corpo como textura para a joia é compreender esse corpo simultaneamente como vidente e visível e ainda admitir essa trama movente. Mesmo que o sujeito esteja imerso no visível através do seu corpo, o mesmo não se apropria do que vê. Há, na verdade, uma aproximação entre vidente e visível, entre sujeito, os outros, as coisas, o mundo. Sugere-se, desse modo, conceber as joias como marcas do corpo em movimento, que podem ser visíveis, mas nunca irrevogáveis.

Figura 70 – Mão com aliança e mão sem a aliança, destacando-se a marca deixada no corpo após a retirada da joia.



Fonte: Acervo da autora (2022).

Um bom exemplo é a linha entranhada que assina o uso de uma aliança - anel de compromisso compartilhada há muito tempo por um casal como símbolo de união, cumplicidade e companheirismo – com uma espécie de contrato social assinalado por uma peça em formato anelar contínuo, sem início e fim, produzida, comumente, em ligas

de metais preciosos, a fim de representar a perenidade da relação assumida entre pares. Quando retiradas dos dedos, as alianças permanecem ainda aparentes através da marcação corporal alcançada com o tempo do contato corpo e joia. Mesmo que imperceptíveis ao olhar dos outros, as alianças continuam inscritas, em particular, naqueles que as portaram. É justamente através desse contato intersubjetivo estabelecido que o sujeito se manifesta a tudo e a todos que estão à sua volta. Logo, o corpo como tal se mostra entrelaçado à condição humana de presença e percepção de si.

Em sua coleção *Flowers from Exile* (Primavera-Verão 2020), o designer de joias brasileiro radicado em Londres, Alan Crocetti<sup>172</sup>, evidencia essa aliança vibrante entre o corpo e joia à projeção das pessoas. Na campanha, Crocetti vestiu os modelos com fragmentos de corpos impressos em papel compondo espécies de armaduras surrealistas. Sobre essas armações assinadas pelo artista e fotógrafo Damien Blottière<sup>173</sup> especialmente para a coleção, surgem as joias criadas pelo designer natural de Minas Gerais, que propõe uma nova corporeidade e performatividade para o design de joias, colaborando para uma joalheria para além das objeções de gênero e sexualidade.

Sempre fui a favor de as pessoas usarem o que quiserem e como quiserem. Sejam felizes. Mas sei que valorizar e exaltar a individualidade pode ser visto como um ato revolucionário. Minha mensagem é: tenha orgulho de quem você é, e vista o que você quiser vestir. Para mim, não existe nada mais empoderador do que autoconhecimento e amor próprio. Sempre achei muito importante ter uma ‘armadura’ (e é assim que eu vejo minhas joias), que permita e ajude a entrar em contato com nós mesmos. Essa ‘armadura’ faz com que o autoconhecimento e o amor próprio sejam tangíveis. (HARPER’S BAZAAR, 2019, grifos do autor)

A proposta criativa da coleção foi mostrar a dicotomia entre censura e pecado. Para tanto, o designer se inspirou em histórias bíblicas que exploram a ideia de “pecadores desde a concepção”, além da vergonha e culpa associadas às experiências e sensações corpóreas impostas por normas sociais e morais (HARPER’S BAZAAR, 2019).

<sup>172</sup> Alan Crocetti deixou o Brasil há quase 15 anos. Mudou-se para Londres para estudar na Central Saint Martins. Seus pais tinham uma malharia em Belo Horizonte. Esse contato com a cadeia têxtil serviu de estímulo para ele investir na moda. Resolveu tentar a sorte na capital inglesa depois da falência da empresa familiar. Inicialmente, seu trabalho de conclusão de curso seria voltado para *womenswear* (roupa feminina). Porém, acabou optando pelas joias. Sua primeira coleção, em 2015, foi comprada pela Dover Street Market de Londres, Nova York e Tóquio. De lá para cá, suas joias são desejadas e exibidas por celebridades internacionais como, a cantora, compositora e modelo Dua Lipa e a cantora e compositora Miley Cyrus (HARPER’S BAZAAR, 2019).

<sup>173</sup> Estudou Moda na Parisian Art School Duperre. Trabalhou primeiro como editor de moda da Mixte, Purple Fashion e Dazed & Confused até decidir se dedicar inteiramente à fotografia. Em seus trabalhos é constante a tríade imagens, corpo e objetos construídos a partir de colagens feitas à mão. Entre outros trabalhos já realizados para outras marcas estão: *Pierre Hardy*, *Paule Ka*, *Stella Mc Cartney*, Carven e revistas internacionais (ARTLIST PARIS, 2021).

Figura 71 – Imagens da campanha para a coleção *Flowers from Exile* (2020). Destaque para a joia “gaiola de castidade”.



Fonte: ALAN CROCETTI, (<https://www.alancrocetti.com/flowers-from-exile>), (2021); Instagram (IG) Alan Crocetti, em 30 de setembro de 2019, ([https://www.instagram.com/p/B3CFioNHhUG/?utm\\_source=ig\\_embed&ig\\_rid=5a30ecc1-8a1d-4e45-83d4-6e4d04e15a78](https://www.instagram.com/p/B3CFioNHhUG/?utm_source=ig_embed&ig_rid=5a30ecc1-8a1d-4e45-83d4-6e4d04e15a78) CROCETTI), (2021), da esquerda para a direita respectivamente.

É possível visualizar na **Figura 71** algumas imagens da campanha *Flowers from Exile*. Destaca-se a imagem reproduzida no perfil oficial de Crocetti na rede social Instagram exibindo a joia que envolve o pênis incrustada com pedras preciosas inspirada em uma gaiola de castidade - tradicionalmente usada para sufocar ereções. Adorno pensado por Crocetti não para ser usado no órgão sexual, mas para provocar reflexões sobre o sentido da sexualidade humana. Em conexão com os pensamentos de Merleau-Ponty (2018, p. 219) - ao recorrer, inclusive, a Freud<sup>174</sup> - sublinha-se a sexualidade não como um ciclo autônomo, mas integrada ao ser humano. Ela estaria conectada aos diferentes ambientes e condutas aos quais o sujeito psicofísico está inserido, fixando-se através das suas diversas experiências travadas.

No próprio Freud, o sexual não é genital, a vida sexual não é um simples efeito de processos dos quais órgãos genitais são o lugar (...). “É a sexualidade que faz com que um homem tenha uma história (...) porque a vida genital está engrenada na vida total do sujeito. E não se trata tanto de saber se a vida humana repousa ou não na sexualidade, mas de saber o que se entende por sexualidade. (MERLEAU-PONTY, 2018, p. 219)

O trabalho colaborativo de Crocetti com Blottière reforça nos seus processos criativos a necessidade de realçar o corpo em uma sinergia entre realidade e fantasia. Conforme afirma Merleau-Ponty (2018, p. 153), “não é nunca o corpo objetivo que

<sup>174</sup> Sigmund Freud (1856-1939) é reconhecido como o “pai da Psicanálise”. Entre os conceitos que inauguram a Psicanálise de Freud estão a noção de inconsciente; a cura através da palavra; a teoria sexual e o princípio do prazer e de desprazer.

movemos, mas nosso corpo fenomenal”. Toda a operação é perpassada por esse mundo fenomenal. Sendo assim, todo o movimento desse corpo que habita o espaço e o tempo se dá a partir de um processo. “Não penso no espaço e no tempo, não penso o espaço e o tempo; eu sou no espaço e no tempo”, reitera o pensador (2018, p. 195). Nossos corpos se aplicam ao espaço e ao tempo como impetuosos tecidos do mundo e os incorporam.

Logo, conforme destaca Merleau-Ponty, a amplitude dessa compreensão acaba por determinar a amplitude das nossas existências. Ao prolongar de forma vigorosa a presença dos corpos no mundo, a joia, em particular, cumpre seu propósito como armadura eficiente que aponta caminhos à consciência e ao apreço de si. Seus sentidos estão entrelaçados às vivências de cada sujeito e podem ser compreendidas, conforme enfatizado por Alan Crocetti, como adornos revolucionários, por permitirem ostentar a individualidade e, ao mesmo tempo, requerer apreço e afeição.

## 5.2 Corporeidade humana como fenômeno social e cultural

Em *A sociologia do corpo* (2007), David Le Breton manifesta os expressivos estudos sociológicos à formação da corporeidade que apontam para a considerável ligação entre sujeitos. A partir do autor, faz-se imperativo apresentar um breve caminho histórico reflexivo sobre a corporeidade, sublinhando, desde já, a concisão dos apontamentos propostos justamente por admitir os esforços incontáveis em pesquisas dedicadas a tais estudos. À vista dessas considerações, constata-se, por meio do pensador, a influência irrestrita dos pertencimentos culturais e sociais associados, reconhecendo, no entanto, a hábil adaptabilidade humana ao se inserir em comunidades diversas.

A sociologia do corpo envolve, segundo Le Breton (2007, p. 13), “as técnicas do corpo, as atividades perceptivas, a gestualidade, as regras de etiqueta, a expressão dos sentimentos, as técnicas de manutenção, as marcas corporais, as condutas corporais impróprias”, além dos imaginários sociais e do uso e significância do corpo na sociabilidade, em particular, aos controles sociopolíticos e usos da aparência. Ele aponta o caminho trilhado pelas ciências sociais, a partir do século XIX, marcado por três momentos que ainda se manifestam nos estudos contemporâneos. O primeiro é de “uma sociologia implícita do corpo”, que concebe o sujeito como uma “emanação do meio social e cultural”<sup>175</sup>.

---

<sup>175</sup> Nesse ponto de vista, são referenciadas a miséria física e moral das classes trabalhadoras (aspecto indigente de pessoas e crianças exploradas em unidades fabris com jornadas de produção intermináveis),

O segundo ponto de vista seria “uma sociologia em pontilhado”, que refuta a ideia anterior “do homem como produto do corpo”, reconhecendo o próprio sujeito como produtor das “qualidades do corpo na interação com os outros e na imersão no campo simbólico. A corporeidade é socialmente construída” (LE BRETON, 2007, p. 16-17). E por fim, “a sociologia do corpo” que se inclina ao corpo e estabelece com ele as lógicas sociais e culturais que nele se propagam e, conseqüentemente, são eficientes em cristalizar o imaginário social. “Corpo que, de fato, não é pensado somente do ponto de vista biológico mas como uma forma moldada pela interação social” (LE BRETON, 2007, p. 16).

Logo, assume-se a corporeidade tomada por atravessamentos socioculturais que reconhecem, em especial, a aparência como um capital, “cujas fontes devem ser gerenciadas da melhor maneira possível para que o melhor rendimento possa ser alcançado ou simplesmente para que não se prejudique por demasiada negligência” (LE BRETON, 2007, p. 78). Presume-se, assim, que essas modulações precisam ser acompanhadas no devir da experiência humana.

O corpo como esse objeto concreto de investimento coletivo exerce um papel essencial de expressividade pessoal através da maneira como se apresenta e se representa, ou melhor, das aparências como resultado de ações que envolvem maneira de se vestir, pentear, de se cuidar e, particularmente, de se adornar. A aparência é assim compreendida como “(...) a maneira cotidiana de se apresentar socialmente, conforme as circunstâncias, através da maneira de se colocar e do estilo de presença”, afirma Le Breton (2007, p. 77). Tais modalidades simbólicas de organização sob a égide do pertencimento social e cultural de cada sujeito são, conforme reforça o autor, provisórias e amplamente dependentes dos efeitos da moda.

Cidreira (2013, p. 26), destaca, em particular, a visualidade da *composição da aparência*, associada aos gestos e posturas, como marcas sociais que acentuam diferenças e aproximações entre grupos, classes, indivíduos, “revelando, assim, o habitus profundo que os habita” (2013, p. 26). A aparência corporal aparece, de acordo com a pesquisadora, como fonte e aposta fundamental na dinâmica da socialização e da constituição identitária, para além dos diversos determinismos estruturais e culturais. Dando continuidade às suas reflexões, a autora evidencia sobretudo a responsabilidade do corpo, que cresce em importância. A modulação da aparência - através da moda enquanto expressão dos modos de aparecer do indivíduo - estabelece um dos primeiros vínculos entre os homens

---

insalubridade das moradias, vulnerabilidade às doenças, prostituição frequente inevitável das mulheres, dentre outras (LE BRETON, 2007, p. 16).

aculturados, permitindo, assim, uma comunicabilidade entre corpos, estilizações de presenças:

O corpo é envolvido por roupas, adereços, cheiros, cores; é receptivo aos mais diversos artefatos e com eles se conforma (...). É, portanto, o corpo próprio e sua expressão que permitem ao homem exercer sua capacidade de transcender-se, em direção a um comportamento novo, em direção ao mundo exterior ou em direção a outrem. (CIDREIRA, 2013, p. 116)

Ao se projetar essa aparência por meio do adorno joia, o estilo de presença do sujeito é acentuado ainda por uma espécie de narcisismo<sup>176</sup> dirigido para fins de valorização e de troca de símbolos, que tem no corpo “um *alter ego* de onde emanam sensação e sedução” (LE BRETON, 2007, p. 87). Essa compreensão pode ser notada ao longo da história das joias que, no que lhe concerne, se confunde com a história do ser humano e seu corpo, como é salientado por Ana Paula de Campos (informação verbal)<sup>177</sup>, em seu curso *Corpo e joia: Aproximações históricas* (2021). O corpo é visto pela autora como uma superfície em constante fluxo à inscrição do sujeito, que funciona como uma espécie de “*selfie* encarnado”. O que acaba por revelar os efeitos das relações de poder associados a um mapa de circunstâncias. Na trama com o corpo, a joia é apreendida, segundo a pesquisadora, como objeto de mediação entre mundos.

Há, de fato, um questionamento requerido às expressões que são postas em jogo a partir do olhar que se lança a esse adorno aberto, sempre disponível a tecer vínculos. “Que corpos foram oferecidos às joias?”, inquiri Campos (2021). Com a indagação inicial, a autora busca frisar e reconhecer uma linha de pensamento histórico e social que sempre

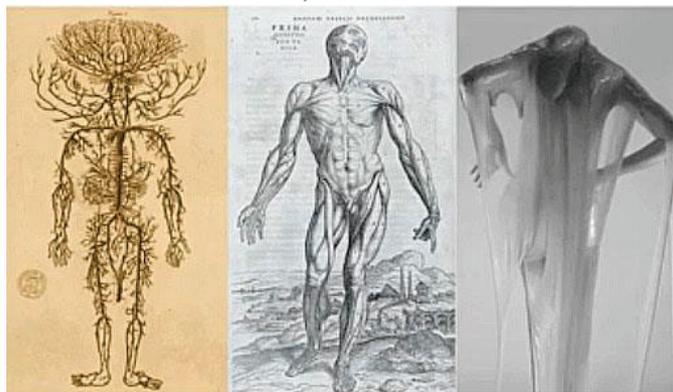
---

<sup>176</sup>A palavra “narcisismo” tem origem no mito grego de Narciso. Como conceito atrelado aos fenômenos psicológicos do comportamento humano na sua expressão individual e social, o termo foi introduzido por Freud, em 1914. Segundo o poeta romano Ovídio, quando Narciso nasceu, seus pais - o deus Céfiso e a ninfa Liríope - consultaram o sábio Tirésias sobre o futuro da criança. O sábio então respondeu-lhes que o menino viveria muitos anos, com a condição de que não conhecesse a própria imagem. Narciso se tornou um jovem muito bonito, que despertava o interesse e a paixão de todos, entre homens e mulheres. Mas ele permanecia arrogante, rejeitando a todos. Eco, uma das ninfas rejeitadas, o amava incondicionalmente. Ela e outras ninfas igualmente desprezadas pediram ajuda aos deuses para dar uma lição em Narciso. Então, Nêmesis, a deusa punidora da Justiça, o amaldiçoou: Narciso vai amar e não vai conseguir ter seu amor. A deusa aproveitou uma límpida e cristalina fonte que havia na região. E ao Narciso se inclinar sobre essa fonte para beber água, ele acabou vendo a si mesmo através do seu reflexo, e ficou fascinado com sua visão. Encantado pela própria imagem e beleza e, ao mesmo tempo, sem conseguir alcançá-la, Narciso se deitou no leito do rio e lá definiu até morrer. Após a sua morte, Nêmesis fez com que nascesse neste local, uma flor amarela com pétalas brancas, a qual denominou de Narciso (LEJDERMAN B, ZOT JD., 2020).

<sup>177</sup> A autora desta tese participou do curso ministrado pela pesquisadora nos dias nos dias 09, 16, 23 e 30 de abril de 2021. O curso foi oferecido pela Escola OCCO – Ornamentação Corporal Contemporânea, que investe em estudos para a problematização do corpo e ornamento contemporâneos, lançando um olhar particular à joia. A escola reconhece a ornamentação como uma relevante contribuição à construção do sujeito (OCCO, 2022).

esteve atravessada por uma perspectiva ocidental, eurocêntrica<sup>178</sup>. Sabe-se - como já apontado - que os elos entre corpo e joia são revelados desde os ritos pré-históricos até a vocação ao pavoneamento proporcionada por esse adorno na vida do contemporâneo (AGAMBEN, 2009). Apoiado nesta consciência, Ana Paula de Campos (2021, informação verbal) sugere pensar essas aproximações históricas através de três momentos (**Figura 72**): o *corpo poroso*; o *corpo fechado*; e o *corpo inacabado*.

Figura 72 – Imagens apresentadas por Campos (2021) representando os três momentos da concepção de corpo ao longo da história humana: corpo poroso, corpo fechado e corpo inacabado, da esquerda para a direita, nessa ordem.



Fonte: Corpo e joia: Aproximações históricas (CAMPOS, 2021).

Da pré-história, passando pela antiguidade (Cosmos<sup>179</sup>) até a Idade Média (criação divina), a pessoa é percebida, segundo a Campos (2021), como natureza, ou seja, o corpo poroso se apresenta essencialmente vinculado ao mundo natural. Não havia, até então, uma autonomia, porque a pessoa era a natureza, sem que houvesse isolamento ou hierarquia. Ela (CAMPOS, 2021, informação verbal) recorre inclusive a Le Breton a fim de realçar o caráter transitável desse corpo, permeado pelas forças do universo; um corpo

<sup>178</sup> O século XX foi marcado por uma série de estudos significativos à compreensão das vidas em sociedade, suas culturas e relações geopolíticas para além das pesquisas que privilegiam uma visão centrada em uma perspectiva ocidental, até então relatada predominantemente por pensadores brancos e originários de países europeus. Conhecidos como estudos pós-coloniais, os investimentos acadêmicos têm relevantes e imprescindíveis representantes de regiões diaspóricas/periféricas, dentre eles, Frantz Fanon, Edward Said, Gayatri Spivak, Homi Bhabha, Stuart Hall, Nestor Garcia Canclini; e revelam a urgência dos esforços por um pensamento decolonial, que expõe uma construção imaginária de mundo atrelada, até mesmo na contemporaneidade, a hegemonia europeia.

<sup>179</sup> “O Universo”; do latim, *cosmos* deriva de *kósmos*, cósmico, globo que representa o mundo (CUNHA, 1982, p. 221-222). O Cosmos aparece como arquétipo de toda situação criadora e de toda a criação que possui elos com o divino, a perfeição, a harmonia, a fertilidade. A cosmogonia, relato de criação do mundo rico em símbolos, traduz um sentimento universal de transcendência, um princípio organizador, esquema humano de ação que implica, segundo a psicologia de C. G Jung “certa noção de sacrifício: dar forma a uma matéria é participar da energia primordial para modificá-la (...). As cosmogonias são acompanhadas sempre de teomanquias (combates dos deuses)” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 1992, p. 295-296). Esses combates se apresentam em opostos que se complementam: a vida e a morte; diurno e noturno, nascer e morrer –sacrifícios regeneradores (CHEVALIER; GHEERBRANT, 1992).

que transborda, já que “não existe ruptura entre a carne do mundo e a carne do homem” (LE BRETON, 2007, p. 27).

Para ilustrar, Campos (2021, informação verbal) cita a concepção egípcia de formação da personalidade humana constituída por várias partes: *khet* (corpo), *ren* (nome), *ka* (duplo/espécie de força vital, poder/bem-estar humano), *ba* (alma), *chut* (sombra/ ideia de morte e vida), *akh* (ser/ espírito transfigurado) e *ib* (coração)<sup>180</sup>. Porém, essa personalidade extravasa de forma imanente para o mundo e acaba por perpassar todas as experiências dos sujeitos sobre a vida e a morte. Tal condição indissociável é refletida, principalmente, nos rituais fúnebres dessa civilização ligados à imortalidade e ao Cosmos. Os corpos mumificados eram sepultados acompanhados de adornos repletos de sentidos para aquele sujeito, sobretudo, joias consideradas amuletos.

Campos (2021, informação verbal) sublinha ainda o valor da materialidade desses adornos para garantir a perenidade do corpo e da alma. Desse modo, as presenças dos metais preciosos - em particular, do ouro e da prata, e de gemas, a exemplo da cornalina, turquesa, esmeralda e lápis-lazúli - reforçam essa noção de mundo e esse desejo por eternizar a existência através dos materiais que garantem perpetuidade, propriedade esta intrínseca à concepção de joia.

Tanto para os egípcios, gregos e romanos, as formas, os materiais e os lugares que isso está no corpo tem a ver com cura e proteção, tem a ver com a relação com a natureza, com o além, com essa circulação de forças que atravessa a existência, das quais o homem não está separado. (CAMPOS, 2021, informação verbal)

Achados arqueológicos evidenciam essa relevância material e formativa dos adornos nas antigas civilizações. Uma escavação, anunciada no dia 01 de dezembro de 2021, no Chipre (região leste do mar Mediterrâneo) revelou 150 esqueletos e 500 objetos da Idade do Bronze (Idade dos Metais). Entre os achados, reunidos nas ruínas da antiga cidade de Hala Sultan Tekke, estão: prata, bronze, marfim, cerâmicas e joias em ouro. Colar, brinco e tiara foram descobertos dispostos no esqueleto de uma criança com idade sugerida de 5 anos. “Provavelmente era filho de uma família rica e poderosa”, observa o líder das escavações Peter Fischer em comunicado à imprensa publicado pela Revista Galileu, na reportagem *Escavação em Chipre revela 150 esqueletos e 500 objetos da Idade*

---

<sup>180</sup> De acordo com a visão egípcia da natureza humana, a pessoa era concebida como uma unidade que reunia todas as qualidades e características que marcavam o ciclo da existência materiais e imateriais. A separação ou justaposição desses elementos explicavam todos os momentos da vida do indivíduo: a concepção, o nascimento, a morte, a mumificação, a ressurreição, a vida eterna. Cada um dos elementos traduzia aspecto distinto do indivíduo. Todos os elementos eram necessários para garantir a existência terrena e a continuidade na vida extraterrena (SALES, 2014).

do Bronze (2021). Ainda segundo as informações divulgadas, havia joias de outras regiões ornadas com gemas cornalinas, lápis-lazúli e âmbar. Dentre as peças encontradas, marca-se ainda o valor simbólico da forma por meio de um amuleto com a personificação do escaravelho, usualmente colocado sobre o coração do indivíduo (CAMPOS, 2021, informação verbal); símbolo de proteção, saúde e renascimento para tais povos, como apresentado anteriormente neste estudo.

Figura 73 – À esquerda, tiara em ouro e, à direita, pingente em ouro com pedras preciosas incrustadas em forma de flor de lótus, a flor da espiritualidade, símbolo da conexão entre a vida e a morte. As duas joias foram descobertas na escavação em Chipre, apresentada mundialmente em 2021.



Fonte: Divulgação Peter Fischer e Teresa Bürge (2021).

Na civilização greco-romana, Ana Paula de Campos (2021, informação verbal) apresenta a dualidade ocidental corpo e espírito (grega) ou corpo e alma (cristã) que acaba por separar os mundos material e espiritual. Há, nesse momento, o ideário grego de conduzir a vida a partir do equilíbrio entre o físico e o espiritual. O corpo ainda se desvela poroso, em harmonia com a natureza; mas, apesar de ser percebido como uma soma, um acúmulo de substâncias, a palavra corpo passa a ser vinculada ao cadáver – corpo que não está mais vivo. O cuidado com esse corpo passa a transitar, então, pela história da medicina, através de personagens como Hipócrates<sup>181</sup> e Galeno<sup>182</sup>. Quando há uma desarmonia, o corpo adoece exibindo sinais – febre, dores, inchaço, erupções cutâneas etc. Procura-se, logo, modos de retomar o equilíbrio não somente através do processo de cura, como

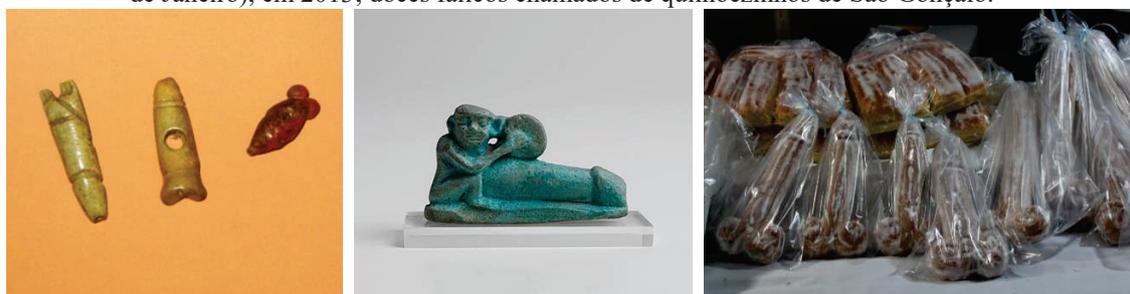
<sup>181</sup> Médico grego nascido na ilha de Kos, localizada no mar Egeu, perto da costa da atual Turquia, entre os anos de 469 a 460 a.C. Sua morte ocorreu entre os anos de 399 a 370 a.C, em Tessália. É considerado “o pai da medicina” por muitos pesquisadores. “Tendo em vista suas ideias naturalistas acerca da medicina e seu contato com outras escolas médicas, Hipócrates profere sua sentença revolucionária: ‘Não há nenhuma necessidade da invocação de deuses para explicar a saúde e a doença do homem’” (REVISTA BRASILEIRA DE ANÁLISES CLÍNICAS, 2022).

<sup>182</sup> Médico grego nascido no ano de 129 a. C, em Pérgamo, Ásia Menor, atualmente parte do território Turco. É considerado um dos médicos mais importantes da Antiguidade, criador da fisiologia experimental. Realiza várias descobertas, dentre elas, distinções no sistema nervoso cerebral entre os nervos sensoriais e os nervos motores; descreve o coração e o funcionamento da pequena circulação; demonstra que os rins processam a urina e mostra que as artérias contêm sangue e não água. Desenvolve a teoria de que as doenças do corpo humano ocorrem quando há um desequilíbrio entre quatro de seus componentes: sangue, bÍlis, pituíta e atrábilis (FIOCRUZ, 2022).

também por prevenção. As joias, por sua vez, vão compor tais cuidados através do uso das pedras e metais preciosos com funções protetoras e curativas – atribuições que persistem até hoje e influenciam constantemente o design. Nesse contexto, é oferecida ao corpo poroso uma “joia viva”, que assume “uma atuação concreta na vida da pessoa, tanto no sentido físico quanto metafísico”, afirma Campos (2021, informação verbal).

Um dos adornos mais utilizados à época por homens, mulheres e crianças são os amuletos fálicos<sup>183</sup>, representações do órgão sexual como símbolo da fertilidade, prosperidade, escudo contra o mau olhado e o azar. Entre os gregos, os cultos fálicos estavam ligados ao deus Dionísio e entre os romanos, ao deus Baco – divindades das festas, das orgias, dos excessos (MUSEU NACIONAL, 2022).

Figura 74 – Amuletos fálicos de regiões mediterrâneas, no Museu Nacional (Universidade Federal do Rio de Janeiro), em 2013; doces fálicos chamados de quilhõezinhos de São Gonçalo.



Fonte: Museu Nacional (UFRJ), (<https://sae.museunacional.ufrj.br/museu-de-curiosidades-6-amuletos-falicos/>), (2022).

Alguns estudos apontam não somente para o caráter espiritual desses adornos, mas também ao estilo de vida do sujeito romano realçado pela busca constante do prazer, conforme expressa o pensamento “Comamos, bebamos, gozemos: depois da morte não há prazer algum” (MUSEU NACIONAL, 2022). A ideia foi apresentada no texto *Museu de curiosidades #6 – Amuletos fálicos*, assinado por Jade de Almeida Moreira, na seção de assistência ao ensino do Museu Nacional, em 14 de maio de 2013<sup>184</sup>. É evidenciada ainda a persistência simbólica e cultural desses objetos ao longo dos séculos, na

<sup>183</sup> Descobertas arqueológicas, realizadas no centro e sul da Europa, evidenciam que os cultos fálicos eram celebrados em diversas civilizações antigas. O falicismo também era cultuado em regiões como na Capadócia, em Antioquia, no Chipre. A representação no continente africano se dava no Egito, onde eram comuns procissões em louvor ao fálo de Osiris, e também pelo oriente, na Índia e no Japão, com o xintoísmo. No Museu Nacional os amuletos fálicos são originários de regiões mediterrâneas, e estão vinculados à exposição sobre as cidades antigas de Pompeia e Herculano (MUSEU NACIONAL, 2022).

<sup>184</sup> As informações foram encontradas no antigo site do Museu Nacional (UFRJ). Atualmente, o Museu possui um novo endereço eletrônico ([www.museunacional.ufrj.br](http://www.museunacional.ufrj.br)). Importa ainda registrar que o equipamento histórico-cultural nacional sofreu um incêndio, no dia 02 de setembro de 2018, que destruiu a maior parte dos 20 milhões de itens que faziam parte do seu acervo. Artefatos greco-romanos estão entre os itens destruídos (CORREIO BRAZILIENSE, 2022). Não se sabe até então se os amuletos fálicos acima exibidos foram recuperados. Há mais de três anos, a UFRJ trabalha no processo de restauração, que conta com campanhas para a recomposição do acervo da instituição.

contemporaneidade ocidental, através das tradições luso-brasileiras, que conformam práticas sagradas e profanas, tão características da cultura híbrida nacional.

O hábito de trazer figuras priápicas como amuleto contra o mau olhado e o azar – que inclui a perda da energia sexual – se tornou comum e era usado até por mulheres e crianças. Eles tinham a fama de possuir poderes mágicos, e por isso eram usados como amuleto no pescoço ou em braceletes. Em latim, esses adornos eram conhecidos como *fascinun*, origem da palavra fascínio. Você acha que o falicismo ficou no passado? Não ficou, nos festejos de São Gonçalo do Amarante, doces fálicos (os chamados quilhõezinhos de São Gonçalo) são consumidos durante os festejos em honra ao santo “casamenteiro das velhas”. Pesquisadores do folclore luso-brasileiro, inclusive, interpretam os ritos de levantamento de mastros em honra dos santos católicos como reminiscência de antigos cultos fálicos pagãos. (MUSEU NACIONAL, 2022)

Segundo Campos (2021, informação verbal), o corpo poroso começa a se fechar na Idade Média, período compreendido por uma sociedade feudal e servil, perpassada pela difusão do cristianismo e suas crenças. Ciclo das grandes expedições militares e, sobretudo, com cunho religioso, que se apoiavam em visões extremas: devoção e tentação. Nesse período, Umberto Eco (2014, p. 84-85) enfatiza, sobretudo, a relação entre Cosmo e natureza a partir da compreensão da beleza como ornamento do mundo, que nasce por meio de contrastes, como o mal e o bem, o belo e o bom, a luz e as trevas, a vida e a morte. A beleza seria, assim, a obra de acabamento que a natureza fundou em um mundo já criado pela providência divina. O corpo (imperfeito e instável) e alma (perfeita e determinada) deveriam espelhar, assim, a beleza divina.

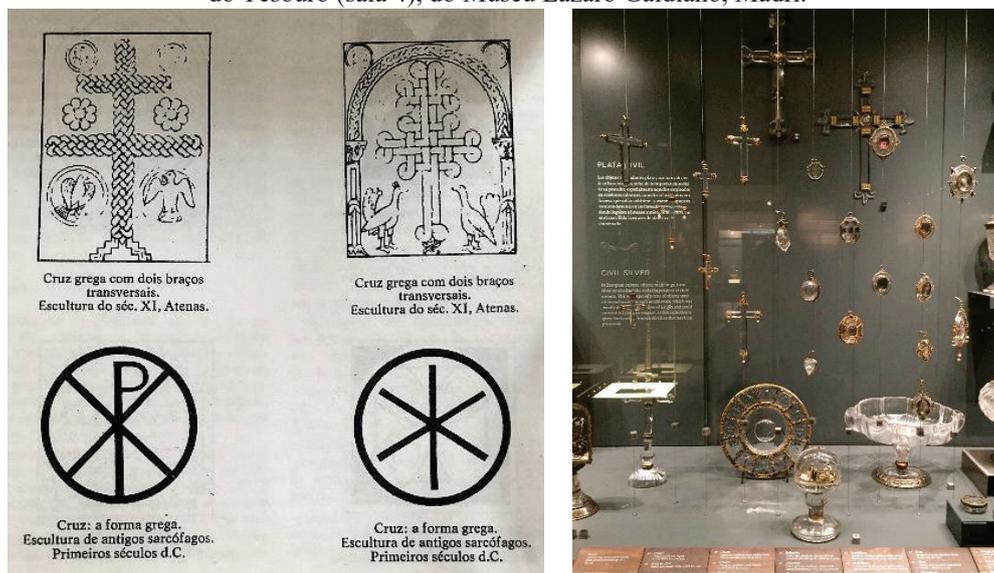
Poderíamos pensar que pesa nessa desatenção a desvalorização da corporeidade em favor da Beleza espiritual. Naturalmente, uma avaliação de corpo humano como prodígio da Criação não é estranha ao mundo medieval maduro (...). A cultura medieval partia de uma ideia de origem platônica (que vinha, aliás, se desenvolvendo contemporaneamente também no âmbito da mística hebraica), segundo o qual o mundo é como um grande animal e, portanto, como um ser humano, e o ser humano é como o mundo, ou seja, o cosmo é um grande homem e o homem é um pequeno cosmo. (ECO, 2014, p. 77)

A oração cotejada ao poder da natureza – esta vista como uma criação divina – passa a ser o grande caminho de cura dos corpos. À época, a joalheria ocupava, essencialmente, um lugar de poder associando conhecimentos místicos, ritualísticos entrelaçados à materialidade e às formas, conforme é salientado por Campos (2021, informação verbal). À vista destes princípios, as joias se caracterizavam, segundo Campos (2021, informação verbal), como: devocionais (afetivas e religiosas), funcionais (compartimentares e utilitárias à composição das vestes) e insígnias (emblemas de poder e distinção social). Em acordo as constatações, serão dedicadas, assim, nesta segunda parte da tese contemplações voltadas para as joias devocionais e insígnias, cujos sentidos

são de grande pertinência para uma perspectiva compreensiva a respeito da joia à conformação da aparência.

Na iconografia cristã, o crucifixo, como uma evocação à potência divina, é reconhecido como um dos elementos mais ricos e marcantes. O adorno representa essa joalheria devocional, marcada pela conexão enérgica entre físico e metafísico tão própria a esse corpo atravessado, que assinala de maneira enfática a sociedade medieval. Para personificar essa dedicação ao divino, os cristãos recorrem à figura do Jesus Cristo, filho de Deus, preso à cruz, que ascende aos céus logo após sua morte. No entanto, Chevalier e Gheerbrant (1992, p. 309) ressaltam que a cruz é um dos símbolos cuja presença é atestada desde a alta Antiguidade, no Egito, China, Cnossos e leis (onde se encontrou um exemplar de mármore do séc. XV a.C.).

Figura 75 – Algumas representações da cruz grega; e conjunto de crucifixos, medalhões e relicários com iconografia cristã tão presente na joalheria espanhola, que datam entre os séculos XVI e XIX na Câmara do Tesouro (sala 4), do Museu Lázaro Galdiano, Madri.



Fonte: Chevalier e Gheerbrant (1992, p. 315); Acervo da autora (2018).

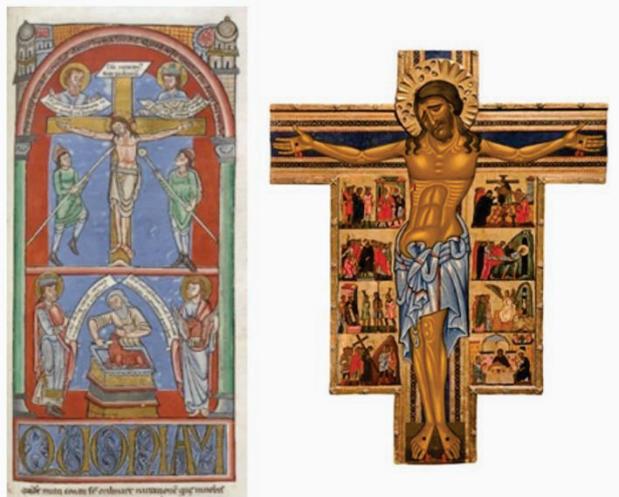
A cruz assume uma função de síntese e medida, onde o céu e a terra se juntam, o espaço e o tempo se confundem. É considerada assim o cordão umbilical jamais cortado do Cosmo ligado ao Cosmo original, mediadora permanente do Universo e da comunicação terra-céu, representando a totalidade do mundo, conforme salientam Chevalier e Gheerbrant (1992, p. 309-310, grifos dos autores):

A cruz é o terceiro dos quatro símbolos fundamentais (segundo CHAS), juntamente com o centro, o círculo e o quadrado. Ela estabelece uma relação entre os três outros: pela intersecção de suas duas linhas retas, que coincide com o centro, ela abre o centro para o exterior; inscreve-se no círculo, que divide em quatro segmentos; engendra o quadrado e o triângulo, quando suas extremidades são ligadas por quatro linhas retas (...). Na China, o número da Cruz é o 5. *A simbólica chinesa...nos ensinou de novo a não considerar jamais*

*os quatro lados do quadrado ou os quatro braços da cruz fora da sua relação necessária com o centro da cruz (...). Esse ponto comum é a grande encruzilhada do imaginário (CHAS, 31) (...). Ela [a cruz] é a grande via de comunicação. É a cruz que recorta, ordena e mede os espaços sagrados, como os templos; é ela que desenha as praças das cidades; que atravessa campos e cemitérios. A intersecção dos seus braços marca as encruzilhadas; nesse ponto central ergue-se um altar, uma pedra, um mastro. Ela explicita o mistério do centro. É difusão, emanação...mas também ajuntamento, recapitulação (CHAS, 365).*

Eco (2014, p. 77) também realça a relevância das teorias fundadas em séries de correspondências numéricas, que são também correspondências estéticas que desvelam a dimensão alegórica da cruz. O número quatro, segundo o filósofo, se torna um número axial e resolutorio, afinal, quatro são os pontos cardeais, as fases da lua, os principais ventos, as estações do ano e, como visto, os quatro segmentos da cruz. O quatro será, logo, o número do homem, da perfeição moral. Porém, Eco pondera que, ao lado do *homo quadratus*, “estará também o homem pentagonal, pois também o cinco é um número cheio de arcanas correspondências e a pântade é uma entidade que simboliza a perfeição mística e a perfeição estética”, aponta ainda Eco (2014, p. 77). Cinco se refere ao homem podendo ser inscrito em um círculo, cujo centro é o umbigo; são as essências das coisas, os gêneros vivos (pássaros, plantas, peixes, animais e homens); a matriz construtiva de Deus; as chagas de Cristo.

Figura 76 – A crucificação na A Bíblia de Floreffe (Ano 1170); e Crucifixo com oito histórias da Paixão de Cristo (Ano de 1240, aproximadamente), da esquerda para a direita.



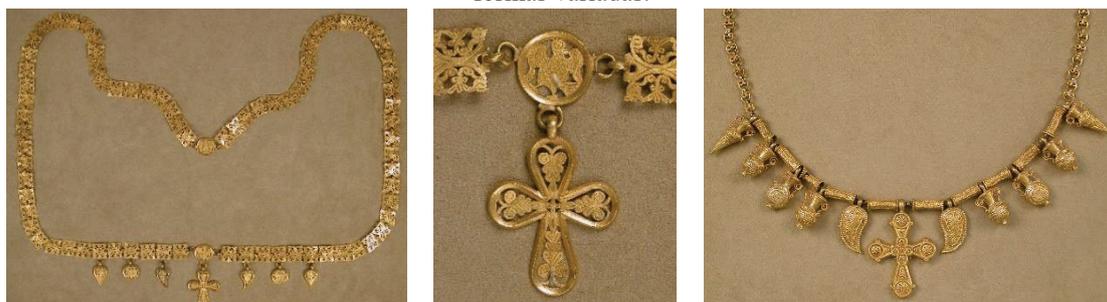
**Fonte:** Medieval Manuscripts Blog, (<https://blogs.bl.uk/digitisedmanuscripts/2021/11/floreffe-bible.html>), (2022); Uffizi, Public domain via Wikimedia Commons, ([https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Maestro\\_della\\_croce\\_434,\\_crocifisso\\_434,\\_uffizi.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Maestro_della_croce_434,_crocifisso_434,_uffizi.jpg)), (2022).

Para registrar, exhibe-se, na **Figura 76**, a crucificação representada em A Bíblia de Floreffe, manuscrito medieval, ano 1170, que compõe o acervo do British Museum,

Londres; e Crucifixo com oito histórias da Paixão de Cristo<sup>185</sup>, do ano de 1240, aproximadamente, feita em têmpera e ouro sobre madeira, no acervo da Galleria degli Uffizi, Florença.

Em acordo com as compreensões, é perceptível que a tradição cristã foi, sem dúvida, responsável por enriquecer prodigiosamente o simbolismo da cruz, condensando na sua imagem a história da salvação e a paixão do Salvador, a segunda pessoa na Santíssima Trindade (CHEVALIER; GHEERBRANT,1992, p. 310). O ícone assume, desse modo, temas substanciais na Bíblia. A força da expansão do cristianismo é refletida na abundância de joias com repertório imagético cristão. De modo singular, demonstra-se essa opulência na sociedade bizantina<sup>186</sup> pela aparição dos crucifixos nas coleções de adornos na **Figura 77** abaixo.

Figura 77 – Colar bizantino em ouro com cruz trabalho através da técnica *opus interrabile*<sup>187</sup> com pingente em formato de cruz central (à direita); abaixo, colar bizantino em ouro do séc. VI com onze pingentes separados por espaçadores hexagonais: uma cruz central, duas folhas e oito ânforas (vasos) de formas variadas.



Fonte: Met Museum,

(<https://www.metmuseum.org/art/collection/search#!?q=Byzantine&perPage=80&offset=20&pageSize=0&sortBy=Relevance&sortOrder=asc&searchField=All>), (2022).

Pingentes, brincos e anéis gravados com imagens de Jesus Cristo também aparecem conformando um estilo à joalheria e seu vínculo com a religião e soberania – proteção espiritual, devoção e riqueza. As peças mais populares surgem vistosas e coloridas, afirma Judith Miller (2016a, p. 103, tradução nossa): “As extensas minas de ouro do Império abasteciam os joalheiros, e o metal era trabalhado em padrões abertos

<sup>185</sup> Do latim *passio*, sofrimento. Marca todo a dor, toda a tortura vivida por Jesus Cristo desde a Última Ceia, quando ele comunica aos seus apóstolos que será traído por um deles, até sua morte na cruz. A Paixão traduz tudo que Ele sofreu de forma inevitável e de forma resignada para cumprir a vontade do Seu Pai, Deus, que O mandou como ser humano para salvar a humanidade dos seus pecados.

<sup>186</sup> O Império Bizantino, ou Império Romano do Oriente, se constituiu após a divisão do Império Romano e perdurou por 11 séculos (330 a 1453 d.C.). Sua capital era Constantinopla (atualmente, a cidade de Istambul, no território da Turquia). O Império Bizantino, localizado ao oeste da China, se tornou próspero, sobrevivendo da Antiguidade ao início da Idade Moderna.

<sup>187</sup> Técnica de ourivesaria popular na sociedade bizantina entre os anos de 200 a 600 d.C., em que os desenhos são traçados em folhas de ouro. O fundo do metal é perfurado em tamanhos diversos, com detalhes finos e delicados ricamente trabalhados na superfície. Os padrões que se formam ao penetrar o metal permitem um jogo de luz e sombra na superfície do adorno (MET MUSEUM, 2022).

(...) com a intenção de exibir as pedras de cores vivas”<sup>188</sup>. A Virgem Maria - Maria, Mãe de Jesus Cristo, os santos, anjos e outras figuras sagradas se tornaram populares nesse período. As imagens foram pensadas como refúgio, auxílio nas orações e até mesmo mediadoras de milagres (MET MUSEUM, 2022). A Virgem Maria é notada, a exemplo, em broche camafeu de calcedônia, gravada em glíptica<sup>189</sup> no trono com o Menino Jesus. A joia (Anos 1000/1100) é complementada em ouro com pérolas, esmeraldas, granadas e safiras (**Figura 77**).

Isso porque algumas joias desempenhavam a função de relíquias sagradas - espécies de ponte entre o céu e a terra. Restos de uma pessoa considerada santa, a exemplo de fios de cabelo, pedaço das vestes ou até mesmo objetos tocados pelo mesmo – costumavam ser envoltos por joias em ouro, prata e pedras preciosas. Algumas relíquias eram guardadas em adornos relicários, que são recipientes feitos de metais ornados com pedras preciosas (MILLER, 2016a, p. 124).

Figura 78 – Estatueta para relíquia de São Jorge (Anos 1586/1587); e à direita, broche camafeu com imagem da Virgem no trono com o Menino Jesus (Anos 1000/1100).



Fonte: Residenz Muenchen, (<https://www.residenz-muenchen.de/englisch/treasury/pic08.htm>), (2022); Met Museum, (<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/477247?searchField=All&sortBy=Relevance&mp;ft=Byzantine&offset=100&rpp=80&pos=140>), (2022).

Na **Figura 78**, apresenta-se a estatueta feita para abrigar uma relíquia de São Jorge, enviada pelo arcebispo Ernst de Colônia ao seu irmão, o duque Guilherme V da Baviera, com 50cm de altura, feito em ouro e ornado com esmalte, prata, diamantes, rubis, esmeraldas, opalas, ágatas, calcedônias, cristais de rocha e outras pedras preciosas, de Munique (Anos 1586/1587) (RESIDENZ MUENCHEN, 2022). São Jorge montado em

<sup>188</sup> “The empire’s extensive gold mines supplied the jewellers, and the metal was intricately worked into detailed open patterns (...), always with intention of showing off the brightly-coloured stones”.

<sup>189</sup> Técnica de gravação em gemas em alto e baixo relevo. Uma das mais tradicionais no processo formativo das joias (BOROTTI, 2021).

seu cavalo representa de modo claro a influência das Cruzadas<sup>190</sup> nas disputas políticas e religiosas entre Ocidente e Oriente. São muitas as histórias sobre o santo guerreiro<sup>191</sup>, nascido na Capadócia por volta de 280 d. C.; dentre as mais conhecidas está a batalha vitoriosa do santo contra o dragão para salvar uma jovem, que remonta ao período específico das Cruzadas (VATICANO NEWS, 2022).

A valorização espiritual e conseqüente valorização material das relíquias dos santos - oficializadas e incentivadas pela Igreja Católica na Europa medieval - pode ser atestada, inclusive, no Brasil Colônia a partir do XVI, alcançando uma atenção especial, na Bahia no final do século XIX. Conforme destaca o pesquisador Francisco de Assis Portugal Guimarães, em *Relíquias e relicários em Salvador, Bahia: devoção e arte* (2016, p. 125), a Sé da Bahia, em finais do século XVI, possuía uma quantidade tão expressiva que, “para melhor conservação e disposição mais digna, tinha o padre visitador dado ordem para se fazer um relicário para todas as relíquias que estavam mal acomodadas” (GUIMARÃES, 2016, p. 126). Somente no século XVII, a Companhia de Jesus começou a oferecer para veneração as relíquias de santos jesuítas, a exemplo de São Francisco Xavier.

É do século XVII um número considerável de relicários, sobretudo de bustos - relicários encontrados em instituições religiosas de Salvador, especialmente na Catedral Basílica – Antiga Igreja dos Jesuítas – e Mosteiro de São Bento, bem como os referidos na documentação consultada, no caso os do Convento de São Francisco de Assis, numa evidente demonstração da força e permanência do culto e da veneração mantida pelos habitantes da cidade a esse aparato místico de devoção cristã. (PORTUGAL, 2016, p. 127)

<sup>190</sup> Expedições militares, que aconteceram entre os séculos XI e XII, inspiradas e apoiadas pela Igreja e pelas potências cristãs europeias que partiram da Europa Ocidental em direção ao Oriente, para a região considerada como Terra Santa. Essas expedições pretendiam conquistar, ocupar e propagar o domínio do cristianismo no Oriente, ampliando ainda a soberania econômica dessas nações.

<sup>191</sup> Conta-se que na cidade de Selém, na Líbia, havia um grande pântano, onde vivia um terrível dragão. Para aplacá-lo, os habitantes ofereciam-lhe dois cabritos por dia e, em determinadas ocasiões, um cabrito e um jovem tirado à sorte. Certa vez, a sorte coube à filha do rei. Enquanto a princesa se dirigia ao pântano, o cavaleiro Jorge passou por ali e matou o dragão com a sua espada. O acontecimento se tornou, então, símbolo da fé que triunfa sobre o mal. Em 303, quando o imperador emanou um edito para a perseguição dos cristãos, Jorge doou todos os seus bens aos pobres e, diante de Diocleciano, rasgou o documento e professou a sua fé em Cristo. Sofreu terríveis torturas e foi decapitado. Entre os documentos que atestam a existência de São Jorge está uma epígrafe grega, do ano 368, descoberta em Eraclea de Betânia, que fala da “casa ou igreja dos santos e triunfantes mártires, Jorge e companheiros”. Com os Normandos, seu culto foi propagado na Inglaterra. Em 1348, o rei Eduardo III instituiu a Ordem dos Cavaleiros de São Jorge. Durante toda a Idade Média, a sua figura se tornou inspiradora à literatura épica. São Jorge é considerado Padroeiro dos cavaleiros, soldados, escoteiros, esgrimistas e arqueiros. Invocado ainda contra a peste, a lepra e as serpentes venenosas. É honrado também pelos muçulmanos, que lhe deram o nome de profeta. Informações apontam que as relíquias de São Jorge podem ser encontradas em diversos lugares do mundo. Em Roma, por exemplo, na igreja de São Jorge em Velabro, é conservado seu crânio, por desejo do Papa Zacarias (VATICANO NEWS, 2022).

Dentre as peças ainda cultuadas até hoje na capital do Estado da Bahia, está o busto-relicário em prata (**Figura 79**), do século XVII, representando São Francisco Xavier (padroeiro de Salvador), disponível à visitação na Antiga Igreja dos Jesuítas, atual Catedral Basílica de Salvador (Centro Histórico). De acordo com Guimarães (2016, p. 168), a imagem (busto-relicário) e a relíquia personificavam a manifestação da presença do sagrado no mundo. Sobre a materialidade, o pesquisador sublinha ainda o revestimento com metais como ouro e prata a fim de espelhar o pensamento de uma sociedade de regras antigas, em que esses materiais tidos como nobres eram valorizados não somente como reserva de capital, mas também como representações de prestígio e poder.

São Francisco Xavier é representado em formato de busto-relicário com 51 cm de altura, 38 cm de comprimento e 20 cm de largura. **Guarda, na parte central do tórax, partícula do seu corpo.** Este santo jesuíta é um dos fundadores da Companhia de Jesus da Igreja Católica Apostólica Romana. O busto apresenta posição frontal em atitude hierática que caracteriza as representações da imaginária renascentista. É um exemplar raro de preciosa ourivesaria lavrada da segunda metade do século XVII e possivelmente de origem portuguesa. A decoração, em baixo relevo com motivos fitomorfos ressaltados e valorizados sobre a superfície lisa da prata batida, forma desenhos de entrelaços adamascados gravados levemente, de forte influência oriental, mas também realça flores, numa nítida influência holandesa na prataria portuguesa na segunda metade desse século. (GUIMARÃES, 2016, p. 166, grifos nossos)

Figura 79– Busto-relicário em prata de São Francisco Xavier disposto na Catedral Basílica de Salvador, Centro Histórico.



Fonte: Arquidiocese de Salvador, refer/, (2022).

Segundo o Arcebispo Emérito de Salvador, Dom Murilo Krieger<sup>192</sup>, a devoção a São Francisco Xavier se intensificou em 1686, quando a cidade de Salvador foi assolada por uma epidemia (ARQUIDIOCESE DE SALVADOR, 2022):

Médicos e, particularmente, enfermeiros, haviam feito tudo o que estava a seu alcance para socorrer os enfermos, que eram de todas as classes sociais. O número de mortos crescia. Nessa hora, foi invocado São Francisco Xavier, certamente por influência dos Jesuítas, pois também esse santo era jesuíta e morrera de peste ao tentar entrar na China, para evangelizar. Em carta de 10 de maio de 1686 ao reitor do Colégio da Companhia de Jesus de Salvador, a Câmara do Senado manifestou o desejo de alcançar a misericórdia divina e obter a cura da população e, para isso, pedia a proteção desse Apóstolo do Oriente e, em troca da graça solicitada, assumia o compromisso de tomar São Francisco como protetor da cidade e, anualmente, organizar uma grande festa neste dia, “a custa deste Conselho”. Em 3 de março de 1687, o Senhor Rei de Portugal, Dom Pedro II, aprovou o voto feito pela cidade de Salvador “de tomar por seu Padroeiro o Apóstolo do Oriente S. Francisco Xavier”. Faltava, então, a aprovação pontifícia, que veio em 13 de março de 1688.

No entanto, segundo Dom Murilo Krieger (ARQUIDIOCESE DE SALVADOR, 2022), com a saída da Ordem dos Jesuítas do Brasil<sup>193</sup>, em 1760 - diante dos confrontos religiosos, políticos e econômicos travados com os colonos e a própria Coroa portuguesa - as autoridades lusitanas procuraram exterminar qualquer lembrança ligada à conhecida Companhia de Jesus. “A devoção a São Francisco Xavier só voltou a ter um novo impulso na metade do século dezenove, quando a cidade enfrentou uma nova epidemia (“cólera morbus”) e tornou a invocá-lo”, destaca o arcebispo católico brasileiro. A sugestão da Arquidiocese de Salvador era divulgar e incentivar amplamente aos fiéis católicos a visitação ao busto-relicário em abril de 2020, a fim de invocarem ao santo sua intercessão pelo fim da pandemia do coronavírus, que àquele tempo já se alastrava pelo Brasil. As visitas aconteciam de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h, na porta principal da Catedral

---

<sup>192</sup> Dom Murilo, natural do Estado de Santa Catarina, esteve à frente da Arquidiocese de Salvador durante nove anos. Sua nomeação aconteceu em 12 de janeiro de 2011 e sua posse em 25 de março do mesmo ano. Como arcebispo, permaneceu até 11 de março de 2020, quando assumiu a missão de administrador apostólico até 5 de junho de 2020. Atualmente, Dom Murilo é Arcebispo Emérito de Salvador – denominação para quem renuncia ao governo de uma arquidiocese ao completar 75 anos de idade.

<sup>193</sup>Ordem religiosa católica romana fundada por Santo Inácio de Loyola, que começou, em 1534, com um grupo de missionários dedicados à educação cristã e a trabalhos de caridade. A Companhia de Jesus foi aprovada oficialmente pelo Papa Paulo III, em 27 de setembro de 1540 e passou a ter um importante papel na reestruturação da Igreja Católica, após a Reforma Protestante e as duras críticas às doutrinas e práticas do catolicismo. A ordem se expandiu pela Europa, Ásia, África e América impulsionada sob o argumento de catequizar e evangelizar, propagando a fé católica pelo mundo. A presença dos Jesuítas se mostrou muito relevante na exploração colonial brasileira pela Coroa portuguesa. Um dos relatos que mais representa essa estratégia de poder é a realização da primeira missa no Brasil, na Bahia, onde hoje está localizada a cidade de Porto Seguro (região costeira turística ao sul do Estado), por solicitação do navegador Pedro Álvares Cabral. A primeira determinação tinha como objetivo claro iniciar, de imediato, a conversão - ou melhor, dominação e exploração - dos povos originários, que aqui habitavam. Um projeto que externava a forte relação entre Estado e Igreja, que pretendia não somente a soberania econômica, mas também social, cultural, ideológica.

Metropolitana Transfiguração do Senhor (Catedral Basílica), e permitiam aos fiéis que estivessem passando pelo Terreiro de Jesus realizassem orações, rogando ao santo pelo fim da pandemia, com distanciamento ou sem sair dos carros.

A partir dessa passagem recente, é importante ponderar que a apreciação e crença espiritual nas relíquias, como adornos que funcionam como elos resistentes entre o céu e a terra, mantêm-se ativas no imaginário cristão mesmo diante das dinâmicas sócio-históricas seculares. Tal resistência material e simbólica das relíquias é notada, em particular, através da exposição propagada em Salvador, Bahia, pela Igreja Católica, em pleno século XXI. Preconiza-se, desse modo, a confluência de modos de vida, ideologias, crenças articuladas entre o passado, presente e futuro pelo contemporâneo. Retomando os pensamentos de Maffesoli (2014, p. 24):

É no *presenteísmo* anódino que se encontram as capacidades de resistência a todas as obrigações sociais. É a razão pela qual, se quisermos apreender as formas e as consequências dessa *affectio societatis* que caracteriza a pós-modernidade, é preciso voltar às suas raízes profundas. Minha ideia obsessiva é que é no detalhe da vida corrente que se encontra o segredo de uma tal duração. (MAFFESOLI, 2014, p. 24, grifo do autor)

Para o autor (2014), seria justamente nesses fenômenos cotidianos que as lógicas de poder têm a capacidade de transcender, relativizando as diversas formas de imposição, de alienação, de exploração que os poderes econômicos, simbólicos, religiosos não deixam de suscitar. Assim, segundo Maffesoli (2014, p. 24), ao celebrar-se os rituais e outros pequenos fenômenos da vida de todos os dias, é possível:

‘Fazer ver o permanente no que é aparentemente insignificante’. Fórmula de uma bela clareza, que incita a pensar na base irrefutável sobre a qual se ergue o estar-junto. Vida quotidiana onde, quando nada é importante, tudo tem importância!

Essa é, seguramente, um dos sentidos mais pujantes da noção de *inutilidade útil* proposta e defendida ao longo desta pesquisa como uma das particularidades mais relevantes ao entendimento dos adornos, em especial, das joias.

### 5.3. Para um corpo fechado, uma joalheria de peso

Com a Revolução Científica<sup>194</sup>, que caracteriza o período renascentista, o corpo se mostra fechado, ou seja, passa a prevalecer uma cultura humanista, que prestigia o natural no sentido de representação do real, com seus padrões simétricos<sup>195</sup>. Aqui, biológico, cultural, sobrenatural, divino se desconectam, e até mesmo a religião assume contornos estruturados por meio dos estudos teológicos. O sujeito se desprende da natureza, assumindo uma posição crítica apreendida como elevada. Centra sua atenção nos anseios do mundo que o cerca. Ao contrário do corpo poroso, dedicado ao divino, o corpo fechado se revela governado pela razão - um “homem-máquina”, consoante aos pensamentos do filósofo Descartes<sup>196</sup>. Para Vigarello (2016, p. 38), Descartes “erigi um pensamento em total independência do corpo”. O coração do indivíduo – tido como o “ser mesmo da pessoa” – vai se fabricando nessa independência absoluta; e entende que para ser, o sujeito não precisa de extensão, de figura, de estar em algum lugar, já que “somos somente o que pensamos” (DESCARTES apud VIGARELLO, 2016, p. 38).

Ao apresentar esse corpo fechado, Campos (2021) reforça, em suas contemplações, a importância de retratar esse meio de experiência através das artes a fim de pôr em relevo o lugar desse sujeito como expressão máxima do divino. O sujeito, ao olhar para esse corpo físico, passa também a requerer uma aparência que marque suas diferenças biológicas – masculino e feminino. Conforme visto anteriormente em Daniel Roche (2007), a aparência é permeada por uma divisão sexual e os códigos de civilidade desvanecem esse corpo. A civilização dos costumes passa a regular os movimentos mais íntimos da corporeidade.

A anatomia, aponta Campos (2021), acaba por dessacralizar a relação com o “meu corpo” e impõe a ideia de que o sujeito deve agir sobre ele, assumindo-o como

---

<sup>194</sup> A Revolução Científica (séc. XVI ao séc. XVIII) compreende um momento de despertar do sujeito para a ciência e seu conhecimento experimental e racional. Foi impulsionada por uma série de acontecimentos históricos e socioculturais. Podem ser citados: os renascimentos cultural e científico, o surgimento da imprensa com a prensa móvel de Johannes Guttenberg (Ano 1440), a Reforma Protestante e o hermetismo (ser humano como símbolo emblemático de mundo).

<sup>195</sup> Para explicitar, cita-se o desenho do homem vitruviano (Ano 1490) de Leonardo da Vinci - cientista, matemático, engenheiro, inventor, anatomista, pintor, escultor, arquiteto, botânico, poeta e músico – inspirado na obra do arquiteto romano Vitruvius. No desenho, Da Vinci exibe uma figura masculina nua separada e simultaneamente em duas posições sobrepostas com os braços inscritos num círculo e num quadrado. O desenho e o texto ficaram conhecidos como cânones das proporções, das composições harmônicas e equilibradas que eram almejadas no meio científico e também artístico - como abordado no primeiro capítulo desta tese, ao serem apresentadas as noções de ornamento e adorno pela pesquisadora.

<sup>196</sup> René du Perron Descartes (1596-1650), filósofo, físico e matemático, nascido em La Hayne, antiga província de Touraine, na França. Considerado o criador do pensamento cartesiano, que deu origem à filosofia moderna. Para encontrar o caminho para a verdade, segundo o pensador, o sujeito deve recorrer ao seu próprio intelecto.

propriedade. Afinal, é a partir do corpo que ele vai estabelecer essa comunicação mediante sua *composição da aparência* - esta, seguramente, intensificada pela joia. Esses adornos passam a ocupar, logo, esse corpo fechado a fim de ostentar o poder material concreto. Enquanto na Idade Média as joias eram vistas sobre as vestes e exibiam certo distanciamento físico do corpo, na modernidade, elas voltam a estabelecer uma relação mais direta a partir de uma lógica do excesso. Elas surgem sobre o corpo, costuradas às roupas como verdadeiras extensões de presença, a exemplo da coroa e do cedro, insígnias de poder nos governos absolutistas.

Esse momento sinaliza uma importante ruptura à noção de joia, uma vez que, são notáveis os deslocamentos que levaram o traço, o estilo das joias ao peso ostentatório. O peso material dos metais e pedras preciosos e a extravagância dos seus usos revelam a disputa visual, que buscava ser reflexo de posse (capital) como um conjunto de virtudes. Vale recorrer aqui, a partir de Cidreira (2014, p. 89), à concepção de estilo<sup>197</sup> como um agente capaz de agregar os indivíduos em determinadas épocas; composto por dimensões distintas, porém complementares: uma dimensão espacial (relação de distância ou proximidade entre o “eu” e as coisas) e temporal (quando o *modo de formar* se torna comum dentro de um mesmo cenário histórico). Para a autora (2005, p.118), estilo é apreendido como “um ato de afirmação; uma maneira de singularizar um indivíduo, uma obra ou uma época, laborando a sua forma de apresentação, a sua aparência”.

Assim sendo, Cidreira reconhece que, a partir da época moderna, a necessidade de estilização se torna próspera, “uma vez que a distância entre os homens e coisas se tornou cada vez maior, logo é preciso modelar para aproximar” (CIDREIRA, 2014, p. 89). Esse distanciamento traçado ao corpo fechado se vincula à percepção de status social diante de um cenário em que a concentração de riqueza expressava os domínios social, cultural e político, que deveriam ser exibidos por esses corpos. Investia-se, logo, nas vestes e, principalmente, em joias exuberantes, raras e brilhantes. Esta visualidade era

---

<sup>197</sup> Na sua dissertação de Mestrado (VIEIRA, 2017), a autora desta tese propõe um exercício reflexivo mais denso sobre estilo, compreendendo-o como um desafio entre “ser-para-si e ser-para-outros” (SIMMEL, 2008), com um modo único de plasmar (PAREYSON, 1993). No cenário contemporâneo, o estilo se afirma como um dos principais meios de evidenciar as novas formas de comportamento, que por sua vez se renovam regularmente. Estilo, entendido como uma marca, uma forma particular de se apresentar, que versa entre o coletivo e o individual.

inclusive exigida através de leis suntuárias<sup>198</sup> e tratados de civilidade, como o empreendido por Erasmo de Roterdã<sup>199</sup> - *A civilidade pueril* (1530)<sup>200</sup>.

A perspectiva de Cidreira se associa aos pensamentos de Simmel, em seu texto *Adorno e estilo* (2008, p. 64), ao atestar o adorno como um meio de enaltecer o indivíduo, que o irradia para todos e, conseqüentemente, por todos é acolhido e admirado. Para o filósofo, estilo é sempre algo de geral, que nos exige uma coletividade “para tudo aquilo a que chamamos de objeto decorativo, o qual em virtude dos seus fins práticos se vira para uma multiplicidade de seres humanos” (SIMMEL, 2008, p. 64). Nos objetos decorativos e ornamentais, são expressas suas espiritualidades, singularidades, mas também a disposição e humor históricos ou sociais ampliados; que, como pontua Simmel (2008, p. 65), “tornam possível o seu ordenamento nos sistemas vitais de uma grande multidão de indivíduos”. Para o pensador, apesar de servir o indivíduo, o objeto decorativo deve ser sempre algo para nós.

A essência da estilização é este dissolver-se do realce individual, esta generalização para lá da pessoal existência singular, mas que contém sempre o elemento individual como base ou como círculo de irradiação ou que o incorpora como numa ampla e borbulhante torrente; do instinto por tudo isto se formou sempre o adorno com traços relativamente muito estilizados. (SIMMEL, 2008, p. 66)

Para representar toda a imponência visual simbólica do período, é impossível não mencionar a figura da Rainha Elizabeth I (1533-1603) com suas golas e rufos, espartilhos, penteados extravagantes e muitas joias. Rainha da Inglaterra, filha de Henrique VIII e

---

<sup>198</sup> Leis impostas pelos soberanos, detentores de poder que visa regular os modos de consumo (vestuário, habitação, estilo de vida) para fins de manter uma distinção social entre as classes. As indumentárias tornavam essas segregações mais perceptíveis entre as pessoas que conviviam em sociedade, sobretudo a partir da Idade Média. Como já apontado nesta pesquisa, a Revolução Industrial impulsionou o desaparecimento dessas ordens estatutárias (BOURDIEU, 2007).

<sup>199</sup> O teólogo e escritor holandês Erasmo de Roterdã (1466-1536) foi uma das figuras mais representativas do humanismo cristão, na Renascença. Dedicou-se à reforma da Igreja Católica, opondo-se opôs-se ao obscurantismo e à intolerância das ordens religiosas. Ele defendia um retorno às crenças consideradas sinceras, a partir do contato com Deus sem intermédio de missas, padres ou confessionários. Suas ideias são reconhecidas como as bases do protestantismo de Martinho Lutero (1483-1546), porém, alguns estudos apontam distanciamentos no que tange a concepção do livre arbítrio, que reconhece a força da vontade humana capaz de ser um caminho de auto salvação.

<sup>200</sup> O tratado “é dedicado a um menino nobre, filho de príncipe, e escrito para a educação das crianças” (ELIAS, 1994, p. 69). Apresenta observações voltadas ao que era considerada uma educação nobre das crianças e adolescentes sobre o modo de vestir-se, das atitudes corretas e incorretas que envolviam gestualidades, comunicabilidade ligadas a regras de etiqueta vinculadas ao entendimento de elegância. Para o sociólogo Norbert Elias, em *O processo civilizador* (1994, p. 69), o tratado deve ser percebido para além de uma obra isolada, diante da sua grande importância como sintoma de mudança dos processos sociais que impactam até hoje os comportamentos ocidentais, a exemplo das regras de etiqueta à mesa ou, a até mesmo, a orientação para não enxugar o nariz com o boné ou no casaco – hábitos estes associados aos camponeses e ao “fabricante de salsichas”. Há ainda recomendações cuidadosas com relação à exposição corporal, a exemplo: “não exponha sem necessidade ‘as partes a que a Natureza conferiu pudor’” (ELIAS, 1994, p. 71).

Ana Bolena (conhecida como a rainha decapitada), Elizabeth I foi uma das mais importantes monarcas a ocupar o trono inglês, com um longo reinado de 45 anos, entre os anos de 1558 e 1603. Na tela *O Retrato da Armada* (**Figura 80**), com autoria sugerida de George Gower, em 1588, Elizabeth I ostenta-se como “deusa vitoriosa”, afirma Lisa Hilton, em *Elizabeth I: uma biografia* (2016, p.8). A monarca se consolida como figura central no modo como a Inglaterra passa a se identificar como Estado, após uma mudança inicial empreendida por seu pai, Henrique VIII; que subverteu a antiga divisão entre a autoridade secular do rei e o poder sagrado do papa e constituiu sua própria Igreja (HILTON, 2016, p.8). A obra<sup>201</sup> compõe uma série de três retratos da rainha para marcar a vitória da Inglaterra contra a poderosa armada espanhola e propagar a imagem soberana inglesa naquele contexto sociopolítico permeado por um capitalismo mercantil.

Figura 80 – Tela “O Retrato da Armada”, de Elizabeth I com autoria sugerida de George Gower, em 1588.



Fonte: Pinterest, (<https://pin.it/3BdjNwV>), (2022).

Sugere-se que toda a composição da tela de “um príncipe renascentista” (HILTON, 2016, p.10) foi cuidadosamente articulada pelo artista sob as ordens da monarca - a contar pela presença do globo terrestre sob sua mão direita e, particularmente, pela imagem da coroa e outras joias que se expandem sobre as vestes e em contato com o corpo magnífico. Para Campos (2021), eram as grandes oficinas comandadas por ourives que normalmente orquestravam o design de joias da modernidade. Diante disso,

<sup>201</sup> A pintura é conhecida popularmente, sendo muito referenciada para ilustrar esse período da história mundial ocidental em livros e publicações ao redor do mundo, assim como através de produções cinematográficas e teatrais. A obra compõe uma série de três retratos semelhantes, à primeira vista. Em 2020, uma exposição inédita reuniu os três retratos lado a lado, permitindo ao grande público uma apreciação privilegiada das telas e a observação das suas possíveis aproximações e diferenças. Os três retratos já foram considerados como tendo se originado do mesmo pintor ou estúdio, mas pesquisas recentes estabeleceram que eles foram pintados por uma mão diferente (THE GUARDIAN, 2022).

a pesquisadora indica o coletivo como escultor de toda a codificação nas criações das joias, em que se destacam a participação de várias pessoas no desenvolvimento das peças.

Os elementos que constituem a tela *O Retrato da Armada* reafirmam a prevalência de traços criadores partilhados na *composição da aparência* que conformam o modo único de plasmar marcado pelo peso na joalheria do período. Os sentidos material, simbólico e espiritual - que assinam especialmente as percepções de design e estilo sobrecarregadas, robustas, fortes e ostensivas das joias inteiramente feitas em metais preciosos nesse ciclo sócio histórico - se apresentam também de forma compreensível na história do Brasil, através do traje majestático e as insígnias usadas por Dom Pedro II (1825-1891)<sup>202</sup> na sua coroação.

O traje majestático de D. Pedro II não fugiu a nenhuma regra simbólica presente no século XIX. Rodrigues, em trabalho para o Anuário do Museu Imperial, fala em inspiração nos trajes que um cavaleiro renascentista usaria em uma solenidade da corte. Para Freesz, o traje escolhido por d. Pedro II está mais inspirado nos trajes usados no século XVII, particularmente no estilo adotado por Carlos II da Inglaterra, demonstrando que o legado austríaco presente na família continuaria no recém-criado Império, no Brasil. (MUSEU IMPERIAL, ARTS AND CULTURE GOOGLE, 2022)

O traje<sup>203</sup> (**Figura 81**, imagem à direita), usado por D. Pedro II em sua coroação, em 1841, e, posteriormente, nas solenidades de abertura e encerramento das sessões do parlamento brasileiro, é composto por veludo, seda, fios de ouro, além de ouro e pedras preciosas nas insígnias régias. Os tecidos conhecidos como nobres e os metais preciosos pretendiam exibir a riqueza das terras governadas pelo imperador-menino. Chamado de “Veste de Cavaleiro”, foi idealizado numa concepção renascentista. As peças são inspiradas naquelas comumente desfiladas na corte francesa para as solenidades reais,

<sup>202</sup> Nome completo: Pedro de Alcântara João Carlos Leopoldo Salvador Bibiano Francisco Xavier de Paula Leocádio Miguel Gabriel Rafael Gonzaga de Bragança e Bourbon - membro do ramo brasileiro da Casa de Bragança, filho do imperador Dom Pedro I (1798-1834) e da imperatriz Maria Leopoldina da Áustria (1797-1826). A história do último imperador do Brasil começa quando seu pai volta à Europa, ao abdicar do trono em 1831, e retomar o trono de Portugal que havia sido usurpado por seu irmão, D. Miguel. D. Pedro I deixou no Brasil suas filhas D. Januária, D. Paula e D. Francisca e seu filho e herdeiro do trono com apenas cinco anos de idade. Este só poderia assumir o trono em 1843, quando atingisse a maioridade. José Bonifácio de Andrada e Silva, Mariana Carlota de Verna Magalhães Coutinho e um empregado do Paço chamado Rafael foram encarregados da educação do pequeno imperador e das suas irmãs. A abdicação de D. Pedro I marcou o fim do Primeiro Reinado e início do chamado Período Regencial. Em 1840, a maioridade de D. Pedro II foi antecipada e, aos 14 anos de idade, em 18 de julho de 1841, ele se tornou o segundo imperador do Brasil, dando fim ao Período Regencial. Ele reinou até 1889, quando foi exilado do Brasil por conta da Proclamação da República. Ficou conhecido como grande incentivador das artes, da educação e da ciência (BIBLIOTECA NACIONAL, 2022).

<sup>203</sup> As informações foram obtidas em visita online à exposição *O simbolismo no traje majestático usado pelo imperador D. Pedro II*, promovida pelo Museu Nacional, de Petrópolis (RJ), disponível através da plataforma Arts and Culture do Google (2022).

conforme imagem na extrema direita (**Figura 81**) representada por François Hyacinthe Rigaud, no *Retrato de Luís XIV*.

Figura 81 – Retrato de Luís XIV (1701), conhecido como Rei Sol, por François Hyacinthe Rigaud; Dom Pedro II na abertura da Assembleia Geral (1872), autoria de Pedro Américo; traje majestático de Dom Pedro II (1841), compondo o acervo do Museu Imperial, em Petrópolis (RJ), da esquerda para a direita, respectivamente.



Fonte: Wikipédia, ([https://pt.m.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Rigaud\\_Louis\\_XIV\\_1701.jpg](https://pt.m.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Rigaud_Louis_XIV_1701.jpg)), (2022); Museu Imperial, Google Art and Culture, (<https://artsandculture.google.com/exhibit/o-simbolismo-no-traje-majest%C3%A1tico-usado-pelo-imperador-pedro-ii/lgLy4063S5CnJA>), (2022).

Figura 82 – Coroa (1841) feita para D. Pedro II, utilizando diamantes e pérolas da coroa do seu pai, D. Pedro I; cetro (1821-1822); manto (1841); Ordem da Rosa (1829); Ordem D. Pedro I (1801-1900); Ordem Imperial do Cruzeiro, em sentido horário.



Fonte: Museu Imperial, Google Art and Culture, (<https://artsandculture.google.com/exhibit/o-simbolismo-no-traje-majest%C3%A1tico-usado-pelo-imperador-pedro-ii/lgLy4063S5CnJA>), (2022);

Evidencia-se no traje majestático (**Figura 82**): o manto (1841) em veludo verde, lhama dourada e bordados executados em ouro, canutilhos, lantejoulas, palhetas, cordão e fios de ouro diversos, representando as florestas brasileiras, ornado com estrelas, esfera armilar cortada pela cruz da Ordem de Cristo<sup>204</sup> e serpe<sup>205</sup> bordadas em cordões e fios de ouro; o cetro, herdado de D. Pedro I, visto como a extensão do braço do monarca, emblema da sua administração e da aplicação da justiça terrena, em ouro e diamantes com a presença mais uma vez da serpe no seu topo; as insígnias<sup>206</sup> Ordem Imperial do Cruzeiro<sup>207</sup> (pendente em ouro e esmalte, no formato de estrela de cinco pontas bifurcadas de branco filetadas e maçanetadas de ouro, rematada por coroa imperial também em ouro), Ordem D. Pedro I Fundador do Império<sup>208</sup> (em ouro e esmalte) e a Ordem da Rosa<sup>209</sup> (também em ouro e esmalte); e a Coroa (1841), símbolo máximo do poder real, insígnia da dignidade régia que atribui o caráter sagrado e sobrenatural do poder de um rei.

<sup>204</sup> Símbolo europeu que representa o poder universal do rei e, por sua forma, também a perfeição e sabedoria (MUSEU IMPERIAL, ARTS AND CULTURE GOOGLE, 2022).

<sup>205</sup> Comumente confundida com um dragão, a serpe está presente não só nos ricos bordados do manto, mas também no topo do cetro em ouro (MUSEU IMPERIAL, ARTS AND CULTURE GOOGLE, 2022).

<sup>206</sup> Ordens honoríficas concedidos em reconhecimento a serviços relevantes prestados a uma nação e atribuídos pelo chefe de Estado, sendo este próprio detentor do grau mais alto da ordem concedida.

<sup>207</sup> A mais alta ordem honorífica do Império, criada na ocasião da cerimônia de coroação de D. Pedro I, em 01 de dezembro de 1822. Representa o movimento de rompimento político do Brasil como Portugal, marcando D. Pedro como novo líder. No desenho da insígnia, é possível identificar a imagem central do Cruzeiro do Sul (constelação meridional da Via Láctea), localizado sobre as Américas que marca ainda a localização territorial brasileira. Há também uma referência ao primeiro nome do Brasil - “Terra de Santa Cruz”. Já as estrelas são equivalentes ao número de províncias à época. Seu desenho é muito semelhante à poética francesa de peças similares na Legião de Honra, criada por Napoleão Bonaparte, em 1802. Segundo o historiador e biógrafo Paulo Rezzutti, possivelmente, alguém da legião francesa tenha feito o projeto, a exemplo do artista e professor francês Jean-Baptiste Debret (1768-1848) – integrante da Missão Artística Francesa que fundou no Rio de Janeiro uma academia de Artes e Ofícios, que se tornou a Academia Imperial de Belas Artes. A diferença na forma estaria na presença das folhas de café e tabaco - ornamentos que compõem o adorno. A ordem foi abolida pela Constituição de 24 de fevereiro de 1891 e restabelecida em 5 de dezembro de 1932, pelo Presidente Getúlio Vargas. Passa, então, a ser uma condecoração dada apenas a estrangeiros, com uma função diplomática. Entre os chefes de Estado que têm a insígnia estão a Rainha Elizabeth da Inglaterra e o Rei Filipe VI da Espanha. Sua concessão se dá por decreto presidencial. Segue sendo a mais alta condecoração brasileira atribuída a cidadãos e cidadãs estrangeiros (REZZUTTI, 2022).

<sup>208</sup> Ordem criada por decreto, em 16 de abril de 1826, para comemorar a “Independência do Brasil” Essa insígnia é chamada de “Ordem do Dragão” por Debret (1768-1848). Feita em ouro e esmaltada, a peça é ornada por uma serpe de asas estendidas e linguado de vermelho, que surge de uma coroa; sobre o peito, pendente de duas correias azul-claro, um escudo verde com as iniciais “P.I.”. Contornando as asas, duas fitas de verde com a legenda “Fundador do Império do Brasil”, sobre ramos de café folhados e frutificados. No reverso, “16/IV/1826” e “Ao reconhecimento do Império do Brasil”. Fitas de bandas verdes orladas de branco completam a condecoração (MONARQUIA, 2022).

<sup>209</sup> Compõe uma cadeia de ouro constituída por 15 rosas folhadas em sua cor e de igual número de escudetes do mesmo metal, com as iniciais PA (entrelaçadas), dispostas alternadamente. Em torno desta, orla azul-ferrete com a legenda em ouro: amor e fidelidade. A Ordem foi criada por D. Pedro I para celebrar seu casamento com Amélia de Beuharnais, madrasta de d. Pedro II (MUSEU IMPERIAL, ARTS AND CULTURE GOOGLE, 2022).

A Coroa em ouro e prata com os tecidos veludo e cetim foi confeccionada especialmente para o jovem monarca D. Pedro II, utilizando diamantes e pérolas da coroa do seu pai, D. Pedro I, representando o novo reinado que se iniciava. A nova peça, porém, foi ornada com gemas que pertenceram à Coroa do seu pai. D. Pedro I, mantendo a hereditariedade das joias da coroa e o sentido de perenidade do poder. Cinta larga ornada com frisos em formato de folhas de louro, cujo sentido está associado ao triunfo, à vitória; fios de pérolas; chuveiros de diamantes. Na parte superior, globo de ouro polido, e no topo, cruz de Cristo cravejada de diamantes (MUSEU IMPERIAL, ARTS AND CULTURE GOOGLE, 2022).

Entre os séculos XVII e XIX, os elos entre o biológico, a mecanização e a interação entre sujeitos fundamentam a corporeidade através da situação social dos atores. O corpo não escapa mais da sua condição física, em que “a ciência médica influencia os costumes e a moda” (PIRES, 2005, p. 47). Essa condição oclusa do corpo também está diretamente relacionada à ideia de circulação que rege a sociedade da época que se liga às condições de higiene e saúde, em conformidade às reflexões de Pires (2005, p. 47):

O estagnado apodrece, deteriora, causa doenças, impede o desenvolvimento. A pele, por ser nosso órgão mais visível, assim como a cidade, por ser o local onde se desenvolvem as relações sociais, passam a ser alvos de aplicação desse conceito. O indivíduo que não mantém a pele limpa, obstrui-lhe os poros, impedindo que o oxigênio circule entre eles e que a pele respire. A cidade que não trata seu esgoto e seu lixo e não permite que seus cidadãos se desloquem livremente cria focos de doenças.

Pires (2005, p. 48) observa que o hábito do banho, abandonado na Idade Média, volta a ser diligenciado associado a uma mudança nos costumes expressos pela moda, através, por exemplo, do vestuário com a utilização de tecidos mais leves, redução dos volumes a fim de manter esse corpo mais livre. A atenção se volta para o bem-estar físico capaz de restabelecer o cultivo das percepções corporais. “Essa mudança de comportamento, como não poderia deixar de ser, é captada pela arte, que passa a estimular todos os sentidos, por meio da mistura de linguagens”, afirma Pires (2005, p. 48).

A representação do corpo humano é, logo, embalada, segundo a autora, pelo “movimento das contorções”, ou seja, de energia, intencionalidade gestual e expressiva que criam um espaço cênico. Para Pires (2005, p. 48), o indivíduo abandona sua postura contemplativa diante de uma obra de arte e passa a ser complemento da obra. Essa nova relação seria, para ela, o grande diferencial desse movimento, que está para além das reconhecidas inovações técnicas e fusões das linguagens. Diante desse contexto, a autora (2005, p. 48) sublinha a arte barroca como “um espetáculo no qual se destacam o excesso,

a ênfase na luz, a ousadia das cores fortes, a dramaticidade das cenas, dos movimentos e das expressões, e as composições que desprezam o equilíbrio simples”.

Figura 83 - Moça com brinco de pérola (1665), de Vermeer.



Fonte: Mauritshuis, (<https://www.mauritshuis.nl/en/explore/the-collection/artworks/girl-with-a-pearl-earring-670/>), (2019).

Ao observar essa nova relação entre espectador e obra que se institui no período, é interessante evidenciar particularmente o protagonismo da pérola à joalheria a partir da obra icônica *Moça com brinco de pérola* (1665), de Johannes Vermeer. O quadro, contextualizado do movimento artístico Barroco (particularmente, entre 1600 a 1750)<sup>210</sup>, compõe o que se desenvolvia e era reconhecida na Europa - principalmente nos Países Baixos do Norte (onde fica a Holanda hoje) - como a “pintura de gênero”, com estilo sóbrio, um belo dramático, vinculado ao real, à representação de cenas cotidianas. Entre os grandes nomes das artes que se destacaram está Johannes Vermeer. É nesse cenário que nasce sua *Moça com brinco de pérola*.

Humanistas e, até certo ponto, cientistas, como os do período anterior (o Renascimento), os artistas do barroco se distinguiram dos seus antecessores porque, nessa fase, o pensamento científico e filosófico ampliou-se, ficou mais complexo, abstrato e sistemático e, em seu âmbito, incluiu as artes, suas técnicas e reflexões, passando a fazer parte, também, do domínio do artista (GOLA, 2008, p. 73). A joalheria, em particular, deixa de caminhar conforme as Belas Artes<sup>211</sup>, e passa a enfatizar no seu processo criativo, o aprimoramento das técnicas e a valorização das pedras, conforme aponta Gola

<sup>210</sup> O Barroco teve apoio para sua difusão, sobretudo, da Igreja Católica, a fim de frear as ideias protestantes que cresciam após a Reforma Protestante. A arte barroca surge, deste modo, alicerçada no catolicismo vigoroso, considerado, inclusive, por muitos estudiosos como um estilo absolutista.

<sup>211</sup> As Belas Artes, no sentido estrito, estão associadas à época e se referem às artes plásticas: Pintura, escultura, gravura, arquitetura etc. Entretanto, atualmente, esse sentido foi ampliado, incluindo outras expressões como a música, a dança, o teatro e o cinema.

(2008, p. 74). A propósito, tal evidência é perceptível no filme homônimo à tela de Vermeer, *Moça com brinco de pérola* (2003), dirigido por Peter Webber, ao se observar a caixa de joias da esposa do pintor, cujos exemplares que se sobressaem são aqueles em que as pérolas são os personagens principais.

Como visto no capítulo anterior, a associação do período artístico à potencialidade da pérola pode ser percebida, especialmente, se recuperarmos a etimologia da palavra “barroco” atrelada à irregularidade, assimetria, imperfeição natural, dinâmica permanente, crescimento vital, ideia de excesso de vida.

É importante realçar que o protagonismo da pérola ao longo da história da joalheria é notável desde os primórdios das civilizações. Segundo Dinah Bueno Pezzolo, em *A pérola: história, cultura e mercado* (2004, p. 40), a presença clássica do colar de pérolas, surgido no século XV, coincidiu com a idade de ouro da joalheria: “Seu uso foi difundido de tal forma que o grão-duque Cosme de Médicis (1519-1574) promulgou um decreto proibindo o uso de colares cujo valor excedesse 500 escudos”. Pezzolo, entretanto, ressalta que a lei só foi aplicada aos cidadãos comuns, já que as nobres mulheres dos Médicis continuaram exibindo seus suntuosos fios de pérolas.

Figura 84 - Em *O nascimento de Vênus*, de Botticelli (1485), a deusa da beleza também chamada de Pérola (PEZZOLO, 2004, p. 13).



Fonte: Museus de Florença, (<https://www.museusdeflorenca.com/galleria-degli-uffizi/>), (2019).

Na China antiga, a pérola representava preciosidade e pureza, uma “metáfora para o gênio escondido” (PEZZOLO, 2004, p. 13). Na Grécia, Platão usou a pérola para representar a união entre macho e fêmea em um único ser humano (hermafrodita); que, segundo o filósofo, possuiria “perfeito conhecimento do divino, e constituía, assim, uma verdadeira ‘pérola da sabedoria’ ” (PEZZOLO, 2004, p. 13). Ressalta-se ainda o simbolismo da gema orgânica - retirada do seu berço de nascimento pronta e polida – considerada uma das primeiras gemas preciosas da humanidade.

No simbolismo, em que as verdades espirituais são representadas de modo concreto, a pérola é revestida de inúmeros significados: pureza, castidade, humildade (...). A simbologia servia como suporte aos ensinamentos da Igreja.

Tudo tinha um significado espiritual, e as pérolas, vistas como símbolo de pureza até então, passaram também a representar a fé no mundo católico. Os cristãos, apoiados nessa simbologia, transformaram a pérola numa metáfora para o nascimento virginal de Cristo. Ela representava a alma pura, inocente, cheia de fé e sabedoria, alojada num corpo terrestre, cercado pelas corrupções do mundo (PEZZOLO, 2004, p. 15).

Com aparência de gota – formato este considerado um dos mais valiosos “com brilho intenso e jogo de cores” (BONEWITZ, 2013, p. 209) - a pérola que compõe a grande obra de Vermeer é, sem dúvida um elemento valioso, que evidencia essa poética da delicadeza arrebatadora e, ao mesmo tempo, de rigidez que dialoga com a compreensão de uma corporeidade que instiga por sua resistência e poder transformador. Foi precisamente no século XVII, no auge do movimento artístico Barroco - período tão dramático das artes e da vida em que nasce a obra *Moça com brinco de pérola* pelas mãos de Vermeer – que a pérola alcança seu maior triunfo, como observado por Angela Griseri, em *Ourivesaria Barroca* (1989, p.72): “a poesia barroca transfigurava a precisão desse ornamento, atribuindo-lhe um valor metafórico”.

*Grácil filha do céu, qu'eleita e fina  
és de concha eritreia parto luminescente  
riqueza do bellissimo Oriente  
nada e concebida em mar de húmida morrinha;  
alumias de candor a onda marinha,  
fulgindo contra o sol branca e ridente;  
de cujo valor, de cuja beleza nascente,  
sempre ninfa, sempre deusa prezada e reverenciada (...)*  
(Girolamo Fontanella – À Pérola, 1644, apud GRISERI, 1989, p. 72)

As pérolas cujas formas se apresentavam de modo mais regular eram mais raras e utilizadas frequentemente como pendências para pingentes ou encastoadas nos brincos. No entanto, há um olhar especial dos ourives, apreciadores e usuários das joias sobre as gemas disformes. Tão valoradas quanto as estáveis, as pérolas assimétricas, repletas de torceduras ganharam a alcunha de “pérolas barrocas”<sup>212</sup>, sendo chamadas assim até os dias de hoje. Suas formas dissonantes surgiam como ornamentos vivazes compondo “complexas decorações de significado religioso, moral ou erótico, constituindo o núcleo, ora de figuras clássicas trabalhadas em relevo, ora de representações de navetas, de animais e de monstros mitológicos” (GRISERI, 1989, p. 72).

Para Griseri (1989, p. 70), “a complexidade dos trabalhos testemunha a habilidade de execução do ourives, mesmo se o excessivo uso de metal precioso esconde o desenho base, dando primazia aos valores cromáticos”. Em acordo com tais observações, Gola

<sup>212</sup> A chamada pérola barroca compõe a variedade de pérolas naturais e pérolas cultivadas.

(2008, p. 74) ressalta inclusive que as preocupações técnicas e estéticas acabam por superar a expressão de conceitos intelectuais, de *status*, ou os de expressão política ou crenças religiosas. Havia, assim, uma preocupação à joalheria em inovar através do design e da moda.

Figura 85 – Alfinete em ouro e esmalte com diamantes, rubis e pérolas com torceduras. A joia compõe parte do Tesouro Granducal de Toscana, no Museu das Pratas, em Florença (Itália) (GRISERI, 1989).



Fonte: Pinterest, (<https://br.pinterest.com/pin/104356916340089916/>), (2022).

Como efeito das evoluções poéticas empreendidas, na metade do século XVII, houve o aperfeiçoamento no talhe das pedras e as gemas passam a requerer um lugar de destaque na joia, em detrimento da laboração da prata e do ouro (GRISERI, 1989, p. 68). Diamantes, gemas coloridas e pérolas passam a circular amplamente na Europa em decorrência dos tráficos e das importações empenhadas pelas grandes nações europeias exploradoras, como Inglaterra, Holanda, França, Espanha e Portugal, ns Índias e na América do Sul.

Tal desenvolvimento foi possível por causa do aumento do fornecimento de pedras preciosas no século XVII, especialmente após 1660, quando a Companhia das Índias<sup>213</sup> deu aos joalheiros portugueses permissão para comercializá-las. Ao mesmo tempo, as descobertas das leis de refração e dos princípios da geometria analítica estimularam o progresso da lapidação e do polimento. (GOLA, 2008, p. 74)

Como consequência, muitas novidades surgiram no universo das joias, principalmente os investimentos dos joalheiros em peças inspiradas na natureza, como flores e insetos coloridos e brilhantes, efeito de um interesse pela botânica e floricultura

<sup>213</sup> Organizações comerciais criadas para explorar os continentes africano e americano no século XVII. A Companhia das Índias Ocidentais Holandesa está entre as mais importantes, sendo responsável pela ocupação de áreas no Nordeste do Brasil. À época, a atividade açucareira era bastante rentável para os holandeses que financiaram o negócio a partir de relações de interesses mercadológicos com portugueses e espanhóis.

despertado, no final do século XVI, pelo botânico parisiense Jean Robin<sup>214</sup> (1550-1629), “que se entrega à criação de estufas<sup>215</sup> para cultivo de flores exóticas, fornecendo assim preciosos modelos aos desenhadores de adornos” (GRISERI, 1989, p. 68). As diferentes espécies chegavam a partir dos grandes fluxos com o Oriente e com a América do Sul, o que impulsionou ainda mais o interesse por motivos animais e vegetais.

Para a poética da joalheria barroca, “a vaidade impôs adornos com muita pedraria: chapéus, luvas, broches, pingentes, brincos e camafeus”, como salienta a Gola (2008, p. 75). Medalhões com retratos, pingentes, colares repletos em diamantes, gemas coradas e aplicações de esmalte, empenhados em garantir um efeito ornamental flamejante e ostentatório. À época, Paris já era reconhecida como o centro do bom gosto e da moda, lugar este alcançado, sobretudo, pelos esforços do Rei Sol, o Luís XIV, em tornar, até os dias de hoje, Versalhes uma vitrina esplendorosa da França para o mundo.

Por volta do último quartel do século, a França torna-se árbitro incondicional do gosto, também na joalheria; a renovação nas artes decorativas, que tem o seu grande animador em Le Brun, impõe-se graças ao prestígio europeu de Luís XIV, criado pela política de Colbert; também os favoritos contribuem para determinar a nova moda no campo da ourivesaria. Nos ateliers do Louvre, hábeis artistas italianos, flamengos, franceses e alemães criam obras de grande valor: tapetes, rendas, mobiliário, pratas, pedras trabalhadas, tudo fazia parte de um único projecto, decorar o palácio de Versailles como lugar emblemático do poder do rei. (GRISERI, 1989, p. 74)

Griseri (1989, p. 76) destaca a aparência como conformadora à projeção do rei incarnando a ideia de governo absolutista. O poder incondicional, ilimitado desses sujeitos precisava ser reconhecido na riqueza das vestes e, em especial, dos acessórios e adornos de ritos. E como já visto no traje majestático de D. Pedro II, usado em sua coroação do segundo Imperador do Brasil, em 1841, a representação e projeção da figura plena do rei seguiu, mesmo após mais de um século, a grande influência francesa, repercutindo o *efeito ornamental* na moda do século XIX em nações consideradas periféricas, colônias a serviço do sistema político e administrativo dos países europeus.

Contudo, é imprescindível evidenciar que a compreensão de uma *composição da aparência* com efeito ornamental, constituída por meio de uma presença arrebatadora capaz de agenciar poderes é assimilada não somente pelos nobres e burgueses brancos europeus. Na América Latina, em particular, no Brasil escravocrata, a população negra

<sup>214</sup> Jean Rodin foi jardineiro de Henrique III, Henrique IV e Luís III. Publicou, em 1601, o *Catalogus platarum horti Renati Morini inscriptarum ordine alfabetico* - Um catálogo dos jardins de Rene Morini inscrito em ordem alfabética (CONAN, 2002, p. 90).

<sup>215</sup> As estufas foram adquiridas por Henrique IV e se tornaram o Jardin du Roi, em Paris (GRISERI, 1989, p. 70).

passa a requerer e valer-se desse jogo das socialidades. Tal condição dual e, simultaneamente, divergente barroca pode ser reconhecida no Estado da Bahia, a partir do design empreendido nas joias de crioulas ou joias escravas baianas<sup>216</sup> por suas condições de projeto, produção, circulação e uso (FACTUM, 2009, p. 123), que motivam defesa e propósito transformador.

Para o entendimento da potência desses adornos tão representativos para uma joalheria com um estilo próprio que, a partir desse momento, passa a ser desenhada no país, é preciso referir de modo sucinto como se configurava a Salvador nos séculos XVIII

---

<sup>216</sup> Nesse momento, concede-se um espaço indispensável nesta pesquisa para o entendimento do termo “crioulas”, que classifica, em diversas pesquisas histórias, as joias feitas na Bahia, no século XIX, que compõem até a contemporaneidade uma grande influência simbólica, cultural e poética para o segmento da joalheria nacional. A base etimológica da palavra “crioulo”, segundo Cunha (1982, p. 228), vem do verbo “criar”, “dar existência a, gerar, formar”; substantivo feminino para “animal que ainda mama”, derivado de “criação”. A partir do século XIII, do latim, *creatio-onis*, “criado”, o termo surge como adjetivo substantivo masculino para “que se criou”, “empregado em serviço doméstico”, “criatura”. No século XVII, associa-se ao latim *creature*, “crioulo” como “cria, escravo”, acepção extensiva para “negro nascido na América” (CUNHA, 1982, p. 227-228). Segundo Índice de Verbetes (2014) empreendido pelo Laboratório de Ensino e Aprendizagem em História (LEAH), da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), “na historiografia, a definição para crioulos é muito divergente, sendo este termo muito variável em conformidade com o período abordado e o contexto retratado”. Para Charles Stewart, em *Crioulização* (apud LEAH, 2014), a palavra *creole* surgiu primeiramente em português, embora já fosse atestada em espanhol por volta de 1590, com o significado de “nascido no Novo Mundo”. Para o Brasil dos séculos XVII, XVIII e XIX, “referia-se aos escravos nascidos na terra, fazendo diferença daqueles nascidos na África”. O verbete ainda aponta o pesquisador Warner-Lewis (apud LEAH, 2014) que sinaliza a ideia de que o termo “crioulo” deriva do mesmo termo português, que por sua vez, tem origem na palavra “criar” – como visto acima – “e era usada para classificar uma pessoa excluída ou exilada”. A partir desse percurso sobre a origem etimológica-cultural-social do termo “crioulo”, os pesquisadores (LEAH, 2014) destacam que no Brasil, especificamente, os crioulos/as crioulas “representam uma cultura afro-americana”, sugerindo uma unificação das culturas africana e americana. Apontam ainda para diferenças compreensivas regionais, a exemplo do Estado do Rio Grande do Sul, onde “crioulo” denomina “descendentes dos antigos colonizadores portugueses, ou seja, o tradicional gaúcho, como se pode notar pelo nome do Museu Crioulo”. No entanto, os sulistas, por terem ciência do uso e entendimento da palavra nas demais regiões brasileiras, procuram diferenciar “utilizando a palavra ‘crioulo’ para pessoas de pele escura e a palavra espanhola ‘criolo’ para descendentes brancos dos antigos colonizadores portugueses” (LEAH, 2014). Conforme observado através das pesquisas realizadas até então, reunidas pelo Leah (2014), o termo, atualmente, segue entrelaçado à apreensão de “pessoas de pele escura descendentes de africanos, incluindo negros e mulatos”, que pode ser considerado racista e seguramente pejorativo. Sobretudo por se referir aos afrodescendentes e não incluir pessoas negras de qualquer outra nacionalidade. Tal entendimento é reconhecido e precisa ser evidenciado neste estudo. Porém, é imprescindível acrescentar a perspectiva do filósofo e historiador camaronês Achille Mbembe, em *Crítica da Razão Negra* (2018), sobre o processo inédito de criouliização, por meio da transnacionalização negra, que desencadeou e resultou num intenso tráfego de religiões, línguas, tecnologias e culturas, reconhecendo as incontáveis – e severamente ocultadas – contribuições dos afro-latinos (africanos livres, novos colonos, refugiados e dos escravos negros) para o desenvolvimento histórico da América do Sul. À vista dessas ponderações, tratando-se, em especial, dos estudos relacionados à joalheria feita no Brasil – podem ser citados aqui Raul Lody, em *Jóias de Axé* (2001) e *Moda e História* (2015); Simone Silva, em *Referencialidade e representação: um resgate do modo de construção de sentido nas pencas de balangandãs a partir da coleção Museu Carlos Costa Pinto* (2005); Simon Factum, em *Joalheria escrava baiana: a construção histórica do design de joias brasileiro* (2009); Ana Passos, em *Jóias na Bahia dos séculos XVIII e XIX* (2017) - optou-se por manter a terminologia assumida como “jóias de crioulas”. Demarcando, assim, a memória histórica, social, cultural que compõe esses adornos afro-brasileiros devocionais, decorativos com “(...) bases ibéricas ancestrais e interpretações e apropriações de matriz africana” (LODY, 2015, p. 38).

e XIX. Até 1763, a primeira capital do Brasil era o centro político-administrativo, econômico, social e cultural da Colônia. Segundo informação atribuída aos escritos de Frei Vicente do Salvador: “os índios velhos comparavam o Brasil a uma pomba branca, cujo peito é a Bahia” (VIEIRA, 2017, p. 48). Essa apreensão é essencial para o reconhecimento do mito baiano que a partir daí se constitui e evolui assentado em um tripé, conforme aponta Antônio Risério, em *Caymmi: uma utopia de lugar* (1993, p. 158): antiguidade histórica, originalidade cultural, beleza natural e urbana.

A capital colonial é transferida da Bahia (Cidade de São Salvador) para o Rio de Janeiro em 1763 (século XVIII), passando a cidade a ser a sede da monarquia lusitana; posteriormente, em 1822, com a “independência” proclamada por Dom Pedro I, tornou-se a capital do Império. Essa grande mudança geopolítica fez a Velha Cidade da Bahia se acomodar progressivamente em uma posição secundária no Brasil, como destaca Risério (1993, p. 158): “A Bahia vai mergulhar, por bem mais de cem anos, num período de relativo isolamento e solidão”.

Para além das questões econômicas que submeteram o Estado da Bahia a uma condição periférica na geopolítica econômica brasileira<sup>217</sup>, os ciclos migratórios e diaspóricos contribuiriam para a criação de um “mito de raiz”<sup>218</sup> principalmente, da cidade de São Salvador, onde negros (bantos e sudaneses, especialmente), brancos (portugueses, sobretudo) e indígenas se tornaram a base de uma Bahia híbrida amarrada a um saudosismo dos seus tempos áureos. Não ao acaso, a primeira capital brasileira iria, assim, sempre carregar a alcunha de “terra mãe”, “coração do Brasil” (VIEIRA, 2017, p. 47).

“É possível caracterizar Salvador setecentista e oitocentista como uma sociedade senhorial, escravocrata, patriarcal, vivendo em função do seu porto”, afirma Simone Trindade Vicente da Silva, em *Referencialidade e representação: um resgate do modo de construção de sentido nas pencas de balangandãs a partir da coleção Museu Carlos Costa Pinto* (2005a, p. 35). Economicamente, o açúcar era o principal produto de exportação e o senhor de engenho e o escravo conformavam posições extremas na sociedade estratificada colonial à época. Pode-se apreender, com apoio de Silva (2005a,

---

<sup>217</sup> Em sua dissertação de mestrado aqui já citada, a autora desta tese faz uma reflexão, em seu texto *Bahia: “utopia de lugar”*, sobre o período de declínio vivido pela Bahia a partir do século XIX e os empenhos da Velha Cidade em recuperar sua distinção, ou melhor, sua altivez diante da inconveniente perda da sua influência na vida social, política e econômica nacional (VIEIRA, 2017, p. 44-48).

<sup>218</sup> Expressão dita pelo cantor e compositor baiano Caetano Veloso e reproduzida por Antônio Risério (apud VIEIRA, 2017, p. 47).

p. 35), que esse corpo social era composto segundo uma ordem de status e poder que estabelecia “quem manda e quem obedece”. O primeiro grupo era formado pela elite da sociedade baiana (grandes proprietários de terras donos de engenhos e pecuaristas, altos funcionários do Estado, clero, grandes negociantes e oficiais militares de alta patente).

No segundo grupo, estavam os funcionários de nível médio da Igreja e do Estado, oficiais militares, alguns comerciantes e proprietários rurais, profissionais liberais, pessoas que viviam de rendas, mestres-artesãos com ofícios considerados nobres. Em seguida, no terceiro grupo, funcionários públicos, militares de baixo calão, profissionais liberais tidos como de pouco prestígio (a exemplo dos barbeiros, músicos), artesãos e comerciantes de ruas – incluindo-se aqui os homens negros alforriados e as mulheres negras (mulheres de ganho). Os escravos estavam no último grupo junto aos mendigos, as prostitutas e os vagabundos (SILVA, 2005a, p. 35-36).

Interessa sublinhar que “a maior parte da mão de obra ativa no Brasil, nas mais diferentes atividades, era negra” (SILVA, 2005a, p. 36). No século XVII, os negros e mulatos, escravos ou libertos correspondiam a 2/3 da população, sendo que, nos primeiros 25 anos do século XIX, já representavam  $\frac{3}{4}$  da sociedade. Segundo Silva (2005a, p. 37), a condição jurídica dos negros e mulatos poderia se exposta em três categorias: o escravo como propriedade que poderia ser alugada, emprestada, vendida, doada, alienada, legada, hipotecada ou ainda oferecida como usufruto; o forro ou liberto como pessoas que alcançavam a alcunha de “ex-escravas” por meio da alforria (manumissão, libertação), compra da sua liberdade por conta própria ou com a ajuda de outros ou até mesmo como um favor do “seu senhor”; e o livre como aqueles que já nasciam de pai e mãe livres ou libertos africanos ou crioulos.

Silva (2005a, p. 37) aponta ainda que, além da diferenciação jurídica, existia a separação por atividade executada e etnia. Sendo assim, o tipo de trabalho criava uma hierarquia de função em ordem ascendente formada por: ocupações manuais não qualificadas (estivadores, serventes, carregadores, a exemplo); ocupações manuais semiquilificadas (escravos domésticos em sua maioria, vendeiros e ambulantes, em sua maioria, mulheres); ocupações manuais qualificadas (mão de obra especializada, como barbeiros, sapateiro, alfaiate); ocupações não manuais (proprietários e administradores de negócios próprios (tendas de barbeiros, quitandas). No entanto, Silva (2005a) reforça que tais classificações não eram rígidas e capazes de expressar a complexa condição social baiana. A exemplo, uma escrava podia, ao mesmo tempo, fazer um serviço doméstico, ser costureira e vender comidas e bebidas na rua.

Especificamente com relação às mulheres negras e mulatas, quer fossem escravas ou libertas, africanas ou crioulas, que trabalhavam nas ruas, elas exerciam uma série de atividades comerciais, que iam desde a venda de produtos alimentícios até o comércio do próprio corpo (...). **Tudo era vendido nas ruas:** leite, café torrado, carvão, samburá, capim, milho, cestos, **tecidos, joias**, perfume, sabão, louça, frutas, vegetais, aves, bolos, pão, sucos, doces, arruda etc. As mulheres dominavam o comércio de alimentos. (SILVA, 2005a, p. 40-41, grifos nossos)

Ora, é nesse cenário obscuro, porém, simultaneamente, dissidente que surgem as joias de crioulas. Para Raul Lody, em *Moda e História: As indumentárias das mulheres de fé* (2015, p. 37), no Brasil colonial, toda a ocupação e fixação da nação foi estruturada na extração das riquezas da terra, tendo como base também uma política dominadora inglesa que intervia diretamente no controle na organização dos ofícios de ferreiro, tecelão, armeiro, padeiro, entre outros saberes do fazer e significar objetos. Com a abertura dos portos, em 1808, por determinação de Dom João VI, foram estabelecidos novos contatos com o mundo, fortalecendo uma civilização tropical enviesada a diferentes matrizes étnicas e culturais. Como destaca Lody (2015, p. 38), um ponto relevante para se pensar a joalheria brasileira – em especial, aquela de uso e representação da cultura africana e afrodescendente – é percorrer suas bases ibéricas.

Essas influências, segundo o autor, são notadas nas indumentárias etnoculturais do norte de Portugal (Douro, Minho, Viana do Castelo), no litoral, onde são vistos uma grande quantidade e variedade de colares exibidos sobre os colos das mulheres sempre repletas de joias.

As conhecidas e valorizadas joias de crioulas, que formam um magnífico acervo de objetos de uso corporal em ouro, prata e prata dourada, nascem da milenar joalheria portuguesa de base greco-romana. Há um sentido formal para o uso das joias, principalmente dos colares, vários, em quantidade e exuberância de celebração profundamente barroca. Há também um conceito estético da quantidade de joias como um ideal de beleza, que certamente une-se ao ideal de poder. (LODY, 2015, p. 38)

No Museu do Traje Dr. Gonçalo Sampaio, localizado em Braga (Portugal), é possível reconhecer essas convergências nos diversos trajes expostos do século XIX, recolhidos no distrito de Braga em diferentes zonas geográficas: traje de Encosta, traje de Ribeira, traje de Valdeste, traje de Sequeira ou traje de Capotilha ou Vale do Cávado (**Figura 86**), sendo este último considerado o mais característico da cidade de Braga (CÂMARA MUNICIPAL DE BRAGA, 2022). Em acordo com Lody (2015, p. 38), nota-se a presença de uma diversidade de colares em bolas de ouro e prata com fios de ouro

aplicados em pendentos na técnica da filigrana<sup>219</sup> - bastante presente na joalheria portuguesa, além de símbolos devocionais católicos.

Figura 86 – Traje do Vale do Cávado, Romeira ou Capotilha, característico da cidade de Braga, composto por colares sobre o peito, em exposição no Museu do Traje Dr. Gonçalo Sampaio.



Fonte: Correio do Minho, (<https://correiodominho.pt/noticias/museu-do-traje-da-a-conhecer-trajes-do-baixo-minho-na-povoa-de-lanhoso/85273>), (2022).

Nas joias de crioulas, essas bolas de ouro (**Figura 87**) “são conhecidas como *bolotas*, *bolas confeitadas* ou *padre nosso confeitado*, e também o estilo das bolas de ouro ‘gomadas’, que trazem os gomos da pitanga”, sublinha Lody (2015, p. 38, grifos do autor). O nome “bolas confeitadas” se tornou popular na Bahia por essas peças lembrarem a confeitaria de bolos com desenhos delicados e rendilhados. Destacam-se ainda as bolas filigranadas enfileiradas em cordões ou combinadas com contas de louça, coral e contas africanas.

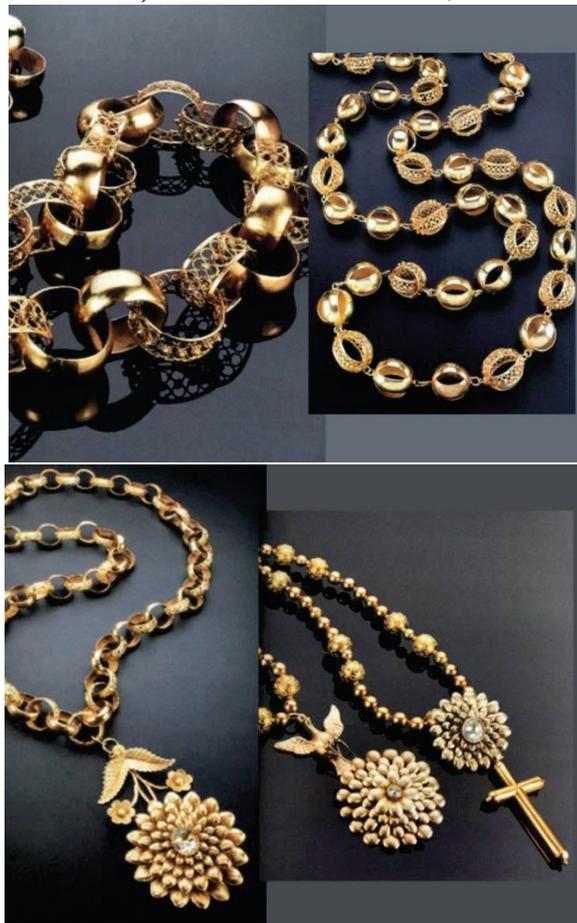
**Essa joalheria**, que une as suas bases ibéricas ancestrais e as interpretações e apropriações de matriz africana, **adquire na Bahia um realce especial com os colares conhecidos como colares de alianças ou correntões cachoeiranos** [Figura 82]. São colares de aros lisos ou de aros trabalhados em relevo, feitos de ouro, prata dourada ou prata. Nesse estilo, há diferentes formas e dimensões de aros, por exemplo, as correntes do tipo miçangão e as correntes de miçangas feitas de ouro, todas confeccionadas com aros de diferentes diâmetros e espessuras. Como adorno para os correntões há as rosáceas de ouro, a pomba do Divino Espírito Santo e as cruzes de vários tipos, especialmente a cruz-palmito, que tem hastes arredondadas e lembra o palmito, de onde vem seu nome. (LODY, 2015, p. 38, grifos nossos)

Segundo Ana Passos, em *Joias na Bahia dos séculos XVIII e XIX* (2017, p. 14), quase todas as peças são feitas em ouro com variação de teor e tonalidade a partir do

<sup>219</sup> Espécie de renda de metal feita de fios de ouro ou prata, cuidadosamente soldados com ou sem decoração em grânulos, compondo arabescos e outros motivos (GOLA, 2008, p. 205). Nas primeiras civilizações, a técnica de filigrana se destacava na ourivesaria, sendo bastante característica nas joias gregas, ornadas com espirais, ondas e flores (GOLA, 2008, p. 34).

empenho de diversas técnicas, dominadas por africanos e europeus, dentre elas, forja<sup>220</sup>, cinzelado<sup>221</sup>, gravação<sup>222</sup>, fundição<sup>223</sup>, filigrana e repuxado<sup>224</sup>. Há um predomínio de ornamentos inspirados na flora, e a figura humana aparece representando indígenas, brancos e figuras da realeza, porém raramente são negros (PASSOS, 2017, p. 14).

Figura 87 – Correntões com alianças filigranadas e lisas; colar com esferas lisas e bolotas confeitadas, com Divino Espírito Santo e roseta em uma extremidade e, na outra, roseta com cruz cilíndrica; e correntão com alianças lisas com motivos florais, em sentido horário.



Fonte: José Terra (*apud* PASSOS, 2017).

<sup>220</sup> Técnica de modelagem do metal por meio de martelagem após destemperar o metal pelo calor (GOLA, 2008, p. 205).

<sup>221</sup> Técnica de relevo que faz uso do martelamento por meio de uma pequena punção ou um cinzel, ou diretamente na superfície do metal. A peça é normalmente apoiada em uma superfície firme, porém mole, como cera, lacre ou piche (GOLA, 2008, p. 202).

<sup>222</sup> É um trabalho realizado para criar texturas e efeitos na joia. A gravação para fins decorativos pode ser feita manualmente com uso de um buril que, assim como na cravação, deve ser preparado e afiado para essa técnica. As peças trabalhadas precisam estar bem presas, sendo usado ainda o pau de goma (SANTOS, 2017, p. 189).

<sup>223</sup> Na ourivesaria, para fazer as ligas, soldas e reaproveitar o metal, que é cortado e limado, é preciso fundir os metais. O acabamento de uma joia começa pela fundição. Durante o processo, os metais ou ligas metálicas são aquecidos até atingirem seu ponto de fusão. São, em seguida, derramados em moldes específicos para a produção de lingotes e lâminas, que posteriormente são laminadas e transformadas em chapas e fios de formatos e espessuras variados (SANTOS, 2017, p. 108).

<sup>224</sup> Técnica de relevo a frio, que se utiliza de ferramenta (martelo, buril) pressionando-a sobre a folha lisa de metal. Transforma folhas de metal em superfícies de revolução, a fim de torná-las tridimensionais. Requer maleabilidade, o que indica que a maioria das ligas de ouro responde bem a essa técnica (GOLA, 2008, p. 207).

A **Figura 87** apresenta exemplares das joias de crioulas com tais características: correntão em ouro com alianças filigranadas e lisas; correntão em ouro com alianças lisas entrelaçadas e alianças filigranadas também entrelaçadas; colar em ouro com pequenas esferas lisas e bolotas confeitadas, com um Divino Espírito Santo e roseta em uma extremidade e, na outra, uma roseta com cruz cilíndrica, sendo que ambas as rosetas têm ainda gema central em pasta de vidro incolor; e correntão em ouro com alianças lisas estampadas com motivos florais das quais pende uma peça de folhas e flores que sustenta a roseta com gema central em pasta de vidro incolor (PASSOS, 2017, p. 41, p.47, p. 33, p. 73).

As joias de crioulas são joias com uma aparência transbordante, farta, extravagantes na visualidade, porém, tratando-se da materialidade, o peso dos metais e o caráter precioso das gemas sinalizam para a leveza, se comparadas às joias das mulheres brancas, conforme indica Passos (2017, p. 15, grifos nossos):

(...) são mais leves, já que são feitas de chapas e fios mais finos, portanto menos onerosas. No mais, as joias falam pouco de ser uma mulher escravizada. Brincos curtos e longos, anéis vistosos, colares de bolas e peças da religiosidade católica não se relacionam com suas variadas origens e condições de existência. As exceções são as pulseiras rígidas [**pulseira tipo copo, ver Figura 87**] ou flexíveis usadas aos pares lembrando algemas e os colares com elos grandes como grilhões.

Figura 88 – Par de grandes pulseiras de copo em ouro repuxado e cinzelado com flores, folhas, medalhão com efígie feminina e detalhes em filigrana; e par de pulseiras de copo com excepcional trabalho de filigrana em ouro, ornadas ainda com rosetas e placas com perfil humano (PASSOS, 2017, p. 16).



Fonte: José Terra (*apud* PASSOS, 2017).

As joias de crioulas apresentam, portanto, em sua configuração o encontro de muitas culturas (portuguesa, africana, asiática), exibem com significância a ideia de excesso de vida tão associada ao período, em especial na Bahia, primeira capital colonial portuguesa. É a partir justamente dessas intersecções culturais híbridas que as joias de crioulas configuram uma tipologia característica, ou melhor, um estilo, que aponta, desde então, a uma poética própria ao design de joias nacional.

Como destaca Ana Passos, em *Jóias na Bahia dos séculos XVIII e XIX* (2017, p. 15), “essas jóias são genuinamente brasileiras. Sua beleza é inigualável. Uma combinação única de talentos e desejos na Bahia deu origem a uma joalheria que não encontra equivalente em nenhuma outra parte”. Essa ourivesaria tão característica surge acompanhando o protagonismo do Brasil na produção mundial de ouro, diamantes e gemas coradas, entre 1740 e 1820.

Para Passos (2017, p. 11), “esta produção deu origem a uma ourivesaria das mais exuberantes já criadas”, em sintonia com a apreensão da corporeidade enviesada, sem dúvida, às tramas sociais, culturais, políticas e econômicas. Ou melhor, resgatando as ideias de Parret (1997) já apresentadas neste estudo, uma corporeidade que reconhece a tensão entre o sensível e o social na constituição de uma comunidade afetiva que se estabelece a partir de uma fusão. Para a ambiência brasileira e, em particular, baiana, é eminente entender o vigor desses adornos únicos, por revelarem uma poética que associa resistências social, cultural, política, econômica e religiosa alicerçadas a partir de laços de afeto.

Essa compreensão está, especialmente, nas reflexões de Factum (2009) ao assumir conceitualmente as jóias de crioulas, no seus significados e usos, como *design de resistência*, resultado de um “processo de impermeabilidade cultural, de resistência negra ao sistema escravocrata” (FACTUM, 2009, p. 28). Segundo a Factum (2009), as questões de raça, gênero e resistência sobre a perspectiva da joia requer um olhar conjunto para as relações entre o poder e o design. A aparência dessas mulheres negras de origem africana é potencializada pelas jóias de crioulas caracterizando um sistema claro de reconstrução identitária dentro de um ambiente excludente e, acima de tudo, cruel.

As jóias de crioulas, assim, surgem, como destaca Factum (2009, p. 230), como meios de sobrevivência, de autopreservação em todos os sentidos. Essa consciência somava-se à atuação dessas mulheres nas irmandades, associações de atividades religiosas com grande atuação social à época. “As mulheres participavam da rede de solidariedade estabelecida nessas instituições doando suas jóias para a caixa de alforrias (fundos comuns para a libertação de escravos)”, afirma Factum (2009, p. 240). A relevância das irmandades será referenciada, em particular, pela Irmandade da Boa Morte (Cachoeira, Bahia), no próximo capítulo, como imprescindíveis na constituição de uma rede articuladora de mecanismos de enfrentamento social e político contra o regime escravocrata.

Como demonstrado, os sentidos das jóias de crioulas estão entrelaçados ao universo sagrado, fantástico, sobrenatural; e anunciam as atribuições históricas e culturais destes adornos eficientes em presentificar memórias e, principalmente, relações partilhadas

no imaginário coletivo por mulheres negras e mestiças, livres, escravas, alforriadas ou libertas que sobreviviam em um ambiente patriarcal, escravagista e cristão. Era, acima de tudo, uma joalheria de enfeitamento através da ostentação das aparências em uma sociedade supressiva e racista.

Diante dos inegáveis valores simbólicos das joias de crioulas, tais reflexões precisam contemplar, em especial, a amarração inerente entre as joias e o sagrado, a partir do entendimento do adorno como meio que proporciona uma aproximação com o divino, em uma sociedade excludente. Para tanto, serão consideradas nas próximas linhas desta pesquisa a ancestralidade e a participação dos mortos na vida dos vivos como aspectos fundamentais na prática religiosa e nos âmbitos sociocultural e político.

## 6. O SAGRADO E AS JOIAS: UM ELO COM O TEMPO “ENCANTADO”

### 6.1 Joias e suas conexões com o imaterial

Apreendida como objeto sociocultural, a joia - “ao servir-se de materiais preciosos, metais e pedrarias” (GOLA, 2008, p. 16) - torna-se um adorno enérgico, portador de valores estéticos, simbólicos, culturais significativos, que transcende seu valor material. A partir desta consciência, pretende-se, nesse momento, contemplar como as joias têm uma vida social que transparece as concepções de mundo de quem a produz e as utiliza.

Conforme apresenta Bourdieu (2007, p. 102), o valor propriamente cultural e valor mercantil subsistem relativamente independentes mesmo nos casos em que a sanção econômica reafirma a consagração cultural. Para o autor, importa não somente o que se consome, mas o modo (*habitus*) como se consome, entendendo o consumo como uma forma de distinção. No entanto, é relevante ponderar que, para o filósofo, tais escolhas não seriam dinâmicas; uma vez que existem no mundo social estruturas objetivas capazes de ditar determinados estilos de vida aos sujeitos em sociedade. Estas ideias explicariam a reverência das classes tidas como populares pelos objetos consumidos pelas classes consideradas dominantes. A admiração e o desejo evidenciam a competência que esses objetos acessíveis a poucos possuem de emprestar eminência àquele que o consome.

Quanto mais o campo estiver em condições de funcionar como campo de uma competição pela legitimidade cultural, tanto mais a produção pode e deve orientar-se para a busca das *distinções culturalmente pertinentes* em um determinado estágio de um campo, isto é, busca dos temas, técnicas e estilos que são dotados de *valor* na economia específica do campo por serem capazes de fazer existir culturalmente os grupos que os produzem, vale dizer, de conferir-lhes um *valor* propriamente cultural atribuindo-lhes marcas de distinção (uma especialidade, uma maneira, um estilo) reconhecidos pelo campo como culturalmente pertinentes. (BOURDIEU, 2007, p. 109, grifos do autor)

Contudo, é imprescindível ampliar a compreensão de Bourdieu a partir das reflexões de Merleau-Ponty. O espaço, segundo o fenomenólogo, não é entendido como um lugar inerte onde os objetos estão estabelecidos. Como apontado nesta pesquisa, o olhar do filósofo resgata o mundo da percepção revelado pelos sentidos e pela experiência de vida individual em copertencimentos com o mundo. O sujeito não seria, assim, um espírito e um corpo, mas um espírito *com* um corpo. Nossa relação com as coisas não é distante, elas “vivem em nós como tantos emblemas das condutas que amamos ou detestamos” (MERLEAU-PONTY, 2004, p. 24). Concorde-se, por conseguinte, com Merleau-Ponty que não há entre a humanidade e as coisas uma relação apartada, dominadora...

(...) mas uma relação menos clara, uma proximidade vertiginosa que nos impede de nos apreendermos como um espírito puro separado das coisas, ou de definir as coisas como puros objetos sem nenhum atributo humano. (MERLEAU-PONTY, 2004, p. 27)

É notável, assim sendo, a relevância da cultura material para o conhecimento das interfaces humanas, percebendo os objetos, especificamente, as joias como elementos abertos, que estão à serviço do indivíduo atuando junto ao corpo além da inatividade, sujeição e indiferença. As joias são acolhidas entre os adornos pessoais mais impetuosos à exibição de si por conduzirem o sujeito ao pleno contentamento da sua condição de ser encarnado no mundo.

Desde os tempos mais primórdios da humanidade, as joias constituem sentidos tangíveis e intangíveis, pertinentes aos modos de vida e afetividades. Factum (2009, p. 128) sublinha, acima de tudo, o caráter híbrido das joias nas mais diversas culturas por extrapolarem sua condição de objeto. Percorrendo as meditações de Ulpiano Meneses e Marilena Chauí, Factum (2009) acredita ainda que, em muitas situações, as joias são capazes de portar sentidos que estão entrelaçados a valores subjetivos; podendo ser identificadas como semióforos<sup>225</sup>. De acordo com Marilena Chauí, em *Brasil: Mito fundador e sociedade autoritária* (2000, p. 08), relíquias e oferendas, espólios de guerra, aparições celestes, certos acidentes geográficos, animais, objetos de arte, objetos antigos, documentos raros, os heróis e a nação podem ser caracterizados como tal. Como algo precursor, fecundo ou carregado de presságios, o semióforo era a comunicação com o invisível, um signo vindo do passado ou dos céus, carregando uma significação com consequências presentes e futuras para os homens (CHAUÍ, 2000, p. 08). A pesquisadora (2000, p. 08-09) expõe que existem objetos, animais, acontecimentos, pessoas e instituições que podem ser designados como semióforo.

Chauí afirma também que um semióforo é capaz de relacionar o visível e o invisível (o sagrado, como um espaço além de todo espaço; o passado distante; ou o futuro distante, um tempo sem tempo ou eternidade). Com esse sentido, um semióforo é trazido à frente ou empunhado para indicar algo que significa alguma outra coisa, e cujo valor não é medido por sua materialidade, mas por sua força simbólica.

Embora um semióforo seja algo retirado do circuito da utilidade e esteja encarregado de simbolizar o invisível espacial ou temporal e de celebrar a unidade indivisa dos que compartilham uma crença comum ou um passado

---

<sup>225</sup> *Semeiophoros* é uma palavra grega composta de duas outras: *semeion* “sinal” ou signo, e *phoros*, “trazer para a rente”, “exportar”, “carregar”, “rotar” e “pegar” (no sentido que, em português, dizemos que uma planta “pegou”, isto é, refere-se à fecundidade de alguma coisa). Pertence à família dessa palavra todo sistema de sinais convencionados (CHAUÍ, 2000, p. 08).

comum, ele é também posse e propriedade daqueles que detêm o poder para produzir e conservar um sistema de crenças ou um sistema de instituições que lhes permite dominar um meio social. Chefias religiosas ou igrejas, detentoras do saber sobre o sagrado, e chefias político-militares, detentoras do saber sobre o profano, são os detentores iniciais dos semióforos. (Chauí, 2000, p. 10)

Com base nos entendimentos de Chauí, a aptidão simbólica de poder e prestígio surge como aspecto decisivo para se reconhecer as joias como semióforos potentes à *composição da aparência*, apoiada, em especial, na virtude apresentada e defendida nesta pesquisa - a *inutilidade útil* - nos diversos e enérgicos ambientes sociais, políticos e culturais. Antes mesmo de se vestir, o sujeito já usava joias feitas com peles, presas, ossos, conchas, seixos, fibra vegetais, madeiras e outros materiais tidos então como preciosos, como posto por Irina Aragão, em *Adornos pessoais: uma reflexão sobre as relações sociais: processo de design e formação acadêmica* (2003, p. 12).

Concorda-se com Aragão ao perceber a joia como elemento constitutivo de identidades, que perpassa os múltiplos papéis incorporados pelo sujeito ativo a partir de um jogo arrojado que envolve “intenção, percepção e relação com o outro” (ARAGÃO, 2003, p. 29). Algumas das diversas dimensões de sentido expressas pelas joias são elencadas pela autora: capacidade decorativa, status social, econômico e cultural, fé e devoção, meio de cura, individualidade, coletividade, valores morais e estéticos, tradições, heranças, crenças e rituais. Aqui, interessa a série de elementos imateriais especificados que perpassa a concepção e o uso das joias – fé, devoção, cura, crenças, rituais.

Tal intangibilidade está muitas vezes associada “a conhecimentos pertencentes às esferas da magia e do sagrado” (PIRES, 2016, p. 149). Pires (2016, p. 149) faz uma relevante argumentação ao vínculo das joias com os elementos sagrados. Segundo a autora, ao utilizar alguns adornos, o indivíduo é capaz de intensificar suas habilidades, conseguindo adquirir novas qualidades advindas de matérias-primas e/ou das formas utilizadas; a fim de alcançar proteção contra malefícios provenientes dessas esferas. Para explicitar, Pires (2016, p. 149) apresenta as práticas dos rituais xamanistas, dentre eles, a passagem para o mundo adulto: “Com a finalidade de potencializar suas faculdades inatas, os participantes adquirem marcas complementares sob a forma de tatuagens, piercings ou escarificações que lhes são designadas exclusivamente pelos xamãs”.

Os rituais de passagem são bastante reveladores da presença e significação dos adornos pessoais, especialmente, das joias nos domínios que transcendem a materialidade cotidiana. Um bom exemplo registrado por Factum (2009, p. 71) é o uso do edan - peça metálica que representa um casal com duas figuras ligadas algumas vezes por correntes e

colocados sob espetos – que pode ser utilizada como amuleto ou identificador pessoal dos membros da Ogboni (associação dos iorubás de caráter político religioso da Nigéria). Os componentes deste adorno estão vinculados ao culto a Onilé, entidade considerada algumas vezes mais poderosa que os orixás. “Dentro da sociedade Ogboni, os edans eram usados de diversas formas, desde o uso em rituais de iniciação de um novo membro até o ritual de casamento de um membro da associação”, conta (2009, p. 73). Factum registra ademais que peças semelhantes foram identificadas nas coleções do Instituto Geográfico e Histórico da Bahia e no Museu Arthur Ramos. Tais achados, de acordo com ela, apontam para a presença dessas sociedades no Recôncavo Baiano.

Figura 89 – Par de edan ogboni, da cultura iorubá, país de origem Nigéria.



Fonte: FFLCH Arte Africana (Universidade de São Paulo – USP), (<https://arteaficana.fflch.usp.br/pt-br/par-de-edan-ogboni>), (2022).

O imaginário afro-brasileiro, especificamente, é fundado por uma incalculável coleção de adornos pessoais com apelo às esferas mágicas e sagradas. Os movimentos migratórios e diaspóricos são a essência dessa riqueza sensível e subjetiva que compõe as relações socioculturais brasileiras<sup>226</sup>. Apoiada em sua antiguidade histórica, originalidade cultural, beleza natural e urbana, a Bahia se tornou o berço sincrético do imaginário nacional, associada às belezas naturais, ao colorido urbano singular e à convergência de práticas culturais múltiplas que, aos poucos, passaram a compor essa construção mitológica (VIEIRA, 2017, p. 147).

Raul Lody, em *Joias de Axé* (2001, p. 59) destaca os fios-de-contas como uma das categorias mais abrangentes no imaginário convencionalmente rotulado como afro-brasileiro. Usado no dia a dia de forma pública, o adorno situa a pessoa na sociedade do terreiro. “O fio-de-contas é emblema social e religioso que marca um compromisso ético e

<sup>226</sup> Consequência das intensas e numerosas interseções culturais que marcaram a constituição do território brasileiro, ambiente este envolvido por hibridizações, sobretudo entre negros, indígenas e brancos (português/europeu).

cultural entre o homem e o *santo*”, afirma o autor (2001, p. 59, grifo do autor). É formado por contas de diferentes materiais, enfiados em uma diversidade de fios (palha-da-costa, náilon, dentro outros) e infindáveis relíquias que transitam, simultaneamente, “pelo sagrado da Igreja e pelo sagrado do candomblé, do Xangô, da umbanda, do Mina, entre outros” (LODY, 2001, p. 59). O enfiamento das contas seja para uso próprio ou para servir outro membro do terreiro, ou mesmo para o comércio, é fundamental, de acordo com o pesquisador, para dominar o código cromático e simbólico da Nação, dos tipos de fios-de-contas e funções religiosas hierárquicas. Esse aprendizado constitui uma das etapas iniciais, quando ocorre a reclusão do *roncô*<sup>227</sup> no longo período destinado à feitura de santo (LODY, 2001, p. 60).

Após a montagem técnica e simbólica para enfiamento das contas, o primeiro compromisso moral com o sagrado estaria no gesto de lavar as contas. A cor associada ao material seriam um indício forte da comunicação pessoa/deus tutelar, pessoa/Nação, pessoa/terreiro. O antropólogo e museólogo (2001, p. 61) enfatiza ainda que o sagrado precisa ser renovado constantemente, tendo sempre como referência o sagrado original, o sagrado-matriz, “relacionando-o aos fios-de-contas, assentamentos, árvores, ferramentas-de-santo entre outros símbolos do corpo, o santuário, áreas verdes, espaços arquitetônicos intramuros os terreiros” – espaços esses apreendidos como comuns nos planos dos homens e dos deuses. Mesmo idealmente concluídos, os fios-de-contas podem passar por modificações formais, normalmente acréscimos.

É importante ainda reiterar que há uma hierarquia nesses adornos conforme a história do seu portador, e podem, além do mais, ser distribuídos para pessoas de um mesmo terreiro ou de uma mesma família-de-santo. “Há um circuito simbólico do princípio de unidade que é mantido como objetos convencionalmente sacralizados e que tenham laços e relações intermembros do terreiro”, conta Lody (2001, p. 64). A conta seria, desse modo, uma relíquia do indivíduo, do seu santo, da sua Nação, ou do terreiro.

Novas atribuições no quadro de mando dos terreiros também vão ser demarcadas por novos fios-de-contas. E após a morte, tais adornos poderão seguir nos *ebós fúnebres*. Contudo, contas reconhecidas como mais valiosas por sua materialidade e simbologia, poderão ser distribuídas entre pessoas da comunidade, iniciados ou iniciadas que, em geral, teriam maior proximidade afetiva ou laços religiosos com o usuário original, como registra Lody (2001, p. 65):

---

<sup>227</sup> Espaço sagrado onde ficam recolhidos as iniciadas e os iniciados no candomblé.

Há um forte sentido de unidade e de preservação da memória do terreiro, principalmente do axé, quando os fios-de-contas são distribuídos, redistribuídos, reincorporados aos símbolos que são peças da joalheria ritual religiosa. Têm sentido de circulação, de convívio com o sagrado, de relação intimizada intermembros dos terreiros, seus ancestrais, seus deuses patronos, notabilizando indivíduos e grupos sociais.

Na **Figura 90**, são apresentados à esquerda fios-de-contas feitos de búzios e ouro e de ouro e corais de Oxum – orixá das águas doces concebida por Iemanjá e Orunmilá (PRANDI, 2001), cheia de vontades e vaidades, deusa do ouro e da fecundidade, sendo sua cor o amarelo-ouro. Ao centro, é possível reconhecer um conjunto de joias sobre a roupa branca rendada, em que se destaca inclusive o correntão cachoeirano em prata, acompanhado de diversos fios-de-contas de orixás (LODY, 2001). E à direita, são vistos colar em prata e fios-de-contas em azul marinho dedicadas a Ogum – orixá da guerra, da tecnologia, que deu à humanidade o segredo do ferro (PRANDI, 2001). As peças compõem a coleção de joias apresentada pela designer baiana e candomblecista Andrea Barbosa, através do projeto *Joias ao sagrado: ferramentas e adereços de orixás*<sup>228</sup>.

Figura 90 – Fio-de-contas do orixá Oxum; conjunto de joias com cordão cachoeirano e fios-de-contas de diversos orixás; joias e fios-de-contas de Ogum da coleção *Joias ao sagrado: ferramentas e adereços de orixás* (2021), de Andrea Barbosa; da esquerda para a direita, nessa ordem.



Fonte: Lody (2001); Instagram (IG) Andrea Barbosa Joias, (publicada no perfil oficial da marca em 21 de fevereiro de 2021).

A exposição virtual *Joias ao sagrado* foi lançada nas redes sociais Instagram e YouTube da sua marca homônima Andrea Barbosa Joias, em 04 de março de 2021. São apresentadas ferramentas de diferentes orixás, com descrição de cada adereço nas religiões de matrizes africanas, sendo exposto o nome e um pouco da história do orixá. A mostra começa e termina com cantos e agradecimentos aos orixás, “deuses ancestrais

<sup>228</sup> O projeto teve apoio financeiro do Estado da Bahia através da Secretaria de Cultura e do Centro de Culturas Identitárias - CCPI (Programa Aldir Blanc Bahia) via Lei Aldir Blanc, direcionada pela Secretaria Especial da Cultura do Ministério do Turismo, Governo Federal.

africanos” (YOUTUBE ANDREA BARBOSA JOIAS, 2021): “Orixá, orixá é vida, orixá está presente na força da natureza, orixá é o ar, a água, a terra, o fogo. Joias ao sagrado, adupé orixá”.

Ao final, Andrea Barbosa faz ainda um agradecimento ao seu pai já falecido, o mestre da ourivesaria José de Souza Barbosa da Silva, referenciado como um dos pioneiros a confeccionar joias em prata e ouro que expressam o legado religioso e ancestral das religiões afro-brasileiras. Em 28 de fevereiro de 2022, a designer de joias e seu irmão, o ourives Carlos José da Silva, lançaram o documentário *O legado cultural de José Barbosa*, no seu canal do YouTube<sup>229</sup>, em que é evidenciado o trabalho do ourives baiano conhecido como Barbosinha.

Figura 91 – Cenas do documentário *O legado cultural de José Barbosa* (2022).



Fonte: YouTube Andrea Barbosa Joias

O ofício, aprendido na oficina trabalhando ainda criança com seu pai Agripino Barbosa da Silva, foi transmitido então aos filhos. Segundo Andrea Barbosa, em depoimento para a produção audiovisual, ela e o pai conseguiram vislumbrar nas joias de orixás um segmento à joalheria. Nesse momento, ela também já vivia uma grande imersão pessoal religiosa que se reflete no seu interesse e conhecimento pelas joias afro-brasileiras.

Em 2003, eu chamo meu pai para fazer um projeto *Ferramentas e adereços dos orixás*. Foi uma época que o ouro estava muito caro, o turismo [em Salvador] tinha caído. A gente tem que começar a trabalhar com prata, porque a prata vai ser o ouro em um momento. E aí a gente começa a fazer ferramentas de orixás em tamanho grande (...), algo que pode ser visto. Também começo a associar as pedras, porque se orixá é natureza, orixá é riqueza, o que é mais rico que as gemas, que é natural, que sai da terra? E fiz um laboratório muito extenso sobre cores, sobre pedras, a destinar para cada orixá. Não foi nada aleatório, foi embasado com pesquisas minhas (...). **Dentro de Salvador, na época, só existiam meu pai e a HStern. A HStern foi a pioneira nas ferramentas de orixás, pingentes, nas joias voltadas para a cultura do axé** (...). Foi um *boom*, porque ninguém fazia daquela forma, ninguém fazia grande. ‘Você está usando o quê? Uma espada de de Iansã, um abebé, um espelho de Oxum, de Iemanjá nesse tamanho?’. Sim, claro, é minha fé. Ou

<sup>229</sup> Idem.

mesmo que eu não seja uma iniciada, mas uma pessoa que gosta da cultura, da religiosidade, por que não mostrar? (ANDREA BARBOSA, grifos nossos)<sup>230</sup>

Como visto, a designer de joias faz, ainda, uma referência à HStern, como uma das grandes marcas pioneiras na criação de joias voltadas à cultura do axé. Em 1998, a HStern lança a coleção *Miscigens* inspirada no cantor, compositor, produtor musical e percussionista baiano Carlinhos Brown, que passaria, então, a ser um dos *best-sellers* internacionais da joalheria (HSTEN, 2015, p. 72).

Figura 92 – À esquerda, colar da coleção *Miscigens* HStern (1998); ao centro, imagem do catálogo da coleção estrelada por Carlinhos Brown; e à direita, pulseira com conjunto de berloques representando os orixás, da linha Mãe de Samba, da mesma coleção.



Fonte: HStern (2015); Pinterest, (<https://br.pinterest.com/pin/530932243575948086/>), (2022).

Para estrelar a campanha dirigida e assinada por Gringo Cardia<sup>231</sup>, o próprio Carlinhos Brown foi fotografado por Mário Cravo Neto (1947-2009)<sup>232</sup>. A proposta criativa era refletir nas joias a mistura das raças que compõe o povo brasileiro - indígenas, negros e brancos - com forte presença de elementos do candomblé, os orixás e seus sentidos sagrados.

Criamos nossa coleção *Miscigens* juntos (...). Carlinhos é um cara incrível. Tal como a nossa joalheria, os seus talentos são incrivelmente multifacetados (...). Ele também é incrivelmente brasileiro – impulsionado pelas muitas influências que tornam este país tão grande – beleza, moda e paixão, entre outras coisas (...). Passamos muito tempo pesquisando a formação, música, arte e outras influências de Carlinhos (...). As joias têm texturas especiais e acabamentos originais com pequenos diamantes que lhes conferem um charme especial. Acho que conseguimos refletir outra parte da cultura e do caráter únicos do

<sup>230</sup> Em depoimento que pode ser acessado através do documentário *O legado cultural de José Barbosa*, disponível no canal do YouTube Andrea Barbosa Joias.

<sup>231</sup> Designer, artista gráfico, cenógrafo, arquiteto, diretor artístico, diretor de vídeos, teatro, ópera, moda e criador de shows. Reconhecido por grandes projetos audiovisuais, exposições, cenografias e figurinos, além de experiências em direções de vários desfiles nas semanas de moda de São Paulo e do Rio de Janeiro e curadoria de museus (GRINGO CARDIA, 2022).

<sup>232</sup> Fotógrafo, desenhista e escultor baiano, nascido em Salvador. Recebe as primeiras orientações no campo do desenho e da escultura de seu pai, Mario Cravo Júnior (ENCICLOPEDIA ITAÚ CULTURAL, 2022).

Brasil por meio de uma coleção original de grande beleza. (HSTERN STORIES, 2022, tradução nossa)

A *Miscigens* se subdivide em três linhas: *Mãe de Samba*, composta por pingentes que representam os orixás; *Mares de Ti*, com peças ornadas em búzios de ouro; e *Colar de Contos*, rica em colares coloridos (GONÇALVES, 2008, p. 68-69). Algumas das peças da coleção seguem sendo vendidas pela joalheria, expostas nas suas lojas físicas e virtuais.

Como observado, apesar de serem absorvidas pela lógica da moda, consumidas inclusive por apreciadores da cultura ou simplesmente por aqueles que se afeiçoam com o design das peças, as joias de axé expressam, em essência, os vínculos com o mundo espiritual, que se mostram, por sua vez, enviesados ao real. São adornos cuja perenidade, rareza, visualidade, brilho convocam os sujeitos a conexão com suas crenças, rituais, enfim, com sua ancestralidade, a partir, essencialmente, de uma *inutilidade útil* capaz de requerer acima de tudo o reconhecimento e respeito à religiosidade afrodescendente. Adornos que geram “intermediação entre o real e o sonho, penetrando no mundo dos mortos, dos ancestrais, dos deuses, dos animais e mitos fundadores de sociedades e culturas” (LODY, 2001, p. 31-32).

Figura 93 – Carlinhos Brown usando joias assinadas por Andrea Barbosa para o clipe *Rua é*, com a cantora Marvvila, participante do *reality show* *The Voice Brasil*, veiculado na TV Globo. Brown compõe o júri técnico do programa de entretenimento que revela novas vozes nacionais.



Fonte: Instagram (IG) Carlinhos Brown (publicada no perfil oficial do artista em 02 de novembro de 2021).

## 6.2 Joias como elo entre os tempos encantado e desencantado

Ultrapassadas por uma intencionalidade envolvida em uma série de camadas interpostas, as joias provocam uma percepção de mundo totalizante, que consegue aproximar o sujeito do universo mítico e da ideia “encantada de tempo”, como ilustra a pesquisadora Camila Agostini (2011, p. 166). A autora traz a ideia de uma realidade encantada, em que o tempo tem uma dimensão na qual o divino/sobrenatural participa. São observados por Agostini dois sistemas de pensamento. O primeiro é aquele em que a ideia de tempo aparece como secular ou desencantada, referente ao sistema de ideias de historiadores e cientistas sociais - um tempo não divino, contínuo, vazio, homogêneo, ocidental que não pertence à natureza, por não ser compreendido como independente dos sistemas humanos de representação. Mesmo diante desse entendimento, a autora, no entanto, pondera que, sem esse tempo, “a história da evolução/civilização humana não pode ser contada. Assim, independente da cultura e da consciência, as pessoas existem em um tempo histórico” (AGOSTINI, 2011, p. 167).

Enquanto o segundo sistema de pensamento reconhece o tempo encantado em que os homens não são os únicos agentes significantes, visto que convivem com as presenças ativas nas narrativas históricas de deuses, espíritos e do sobrenatural. Nessa esfera mítica de tempo, as explicações objetivas sobre as origens dos povos se misturam com criações. Tendo como suporte as observações de Agostini (2011, p. 171), a ancestralidade, vista a partir das relações entre a vida e a morte, sugere ser fundamental não apenas na vida religiosa, mas também nos âmbitos social, cultural e político. Isto porque, de uma maneira geral, aceita-se em todas as sociedades que os mortos têm uma vida sobrenatural, sendo esses espíritos personagens dinâmicos nos mais diversos contextos.

Pode-se constatar que um dos principais elos entre os tempos desencantado e encantado são as joias enquanto amuletos carregados de uma força considerável, influenciando energeticamente as relações interpessoais. Como também observado por Eduardo Paiva, em *Amuletos, práticas culturais e comércio internacional* (1999, p. 1002), os amuletos são receptores dos mais diferentes desejos dos crentes e de terríveis esconjuros dos temerosos. E por isso, segundo o autor, em acordo com Lody (2001), o objeto deve passar por um ritual para a impregnação das propriedades sobrenaturais, passando assim a desempenhar seu papel de símbolo possuidor de valores mágicos.

Os amuletos são pequenos fragmentos que podem esclarecer práticas culturais e relacionamentos sociais no passado e no presente. Eles ajudam a desvelar teias do imaginário e comportamento de grupos. Demonstram, também, como certos grupos e certos indivíduos construíram alternativas de sociabilidade e distinção

social, como atribuíram poderes aos símbolos e como escolheram símbolos para os poderes. (PAIVA, 1999, p. 1002)

Oppi Untracht<sup>233</sup>, em *Traditional Jewelry of India* (2008, p. 89), também sinaliza para os rituais de ativação dos amuletos, que geralmente envolvem sacrifícios simbólicos, oferendas para as divindades, os espíritos ou fantasmas. Um amuleto sem os devidos rituais de bênção e consagração seriam, desse modo, considerados sem vida, simples objetos decorativos. A motivação para o uso de amuletos está associada, segundo o autor, a um tempo distante em que os conceitos de humanidade se desenvolveram em relação à crença no animismo<sup>234</sup>, em que a natureza como um todo (plantas, animais) e todos os fenômenos naturais seriam possuidores de vitalidade, dotados de almas material e imaterial. Atribuindo-se, logo, consciência e poderes humanos às coisas e aos seres.

Inclui-se nessa crença o atavismo<sup>235</sup> que, segundo o pesquisador (2008, p. 88), seria a ideia de que o espírito de um ancestral ou animal recentemente falecido pode se manifestar na vida dos vivos; ou melhor, traços e talentos de antepassados se expressam no organismo do presente: “(...) a crença no poder mágico de um objeto natural, a garra ou o dente de um animal como morada de um poder sobrenatural, que pode ser transferido para um objeto” (UNTRACHT, 2008, p. 88, tradução nossa)<sup>236</sup>. Com efeito, o amuleto surge como esse suporte eficaz em satisfazer tais necessidades físicas e espirituais.

Amuletos são objetos de poder inventados para ajudar os vivos a lidar com as forças negativas da natureza, sobre as quais eles percebem que não têm controle e que são, portanto, interpretadas principalmente como ações de espíritos malignos. Essencialmente, o amuleto é um dispositivo de proteção que surge do instinto humano natural de autopreservação. (UNTRACHT, 2008, p.88)

Esses adornos podem ser usados em qualquer parte do corpo, porém, em alguns casos, a fim de preservar seu poder vigoroso, eles surgem escondidos dentro de roupas, chapéus, turbantes... Quando são ocultados, o conhecimento privado da presença dos mesmos se mostra suficiente para tranquilizar o sujeito da sua capacidade protetora (UNTRACHT, 2008, p. 89). Um aspecto interessante observado pelo autor é que os

<sup>233</sup> Untracht (1922-2008) é reconhecido como uma das referências nos registros sobre técnicas de joalheria e metalurgia da segunda metade do século XX. Na década de 1960, Untracht e sua esposa, Saara, moravam em Katmandu, no Nepal, mas acabaram se estabelecendo em Porvoo, no sul da Finlândia, sua terra natal - Untracht era americano de nascimento e de ascendência judaica polonesa. Sua coleção era composta de milhares de itens individuais, a maioria dos quais acabou sendo doada ou foi legada a museus em seu testamento. Parte de sua coleção foi doada ao Victoria & Albert Museum (V&A), na Inglaterra, e sua coleção de metais foi para o Museu Britânico (BRITISH MUSEUM, 2022).

<sup>234</sup> Do latim, “alma”. Do francês, “animisme”.

<sup>235</sup> Do latim, “atavus”, que pode ser traduzida como “ancestral”. Na biologia, corresponde ao fenômeno de regresso de um ser vivo com características de seus predecessores distantes.

<sup>236</sup> “(...) a belief in the magical power of a natural object, such as a claw or tooth of an animal, as an abode of a supernatural power, which can be transferred to a consecrated object fashioned in such a form”.

amuletos são frequentemente colocados em proximidade com partes do corpo consideradas espécies de portais de acesso ao íntimo desses sujeitos. Para ilustrar, ele cita, na joalheria indiana, o anel de nariz, os amuletos dispostos no pescoço, peito, braço esquerdo perto do coração, além do topo da cabeça, testa, orelhas e genitais.

Na **Figura 94**, registro de uma garota Rabari, da Aldeia Bujodi (Kutch, Gujarate, região oeste da Índia) usando colar de prata (*hulara* ou *madalium in har*) com amuleto pingente em forma de ponta de flecha (*chagda*) com amuletos caixas que contêm mantras. Ela usa ainda brincos de argola (*bhamaria*), *piercing* no nariz (*nathni*) e colar de arame (*velo*). Segundo Untracht (2008, p. 104), “as meninas que se aproximam da puberdade costumam ser pesadamente ornamentadas para aumentar sua atratividade como noivas em potencial”, sendo os amuletos adornos evidenciados na *composição da aparência* por servirem como suportes protetores eficazes em subjugar os espíritos malignos.

Figura 94 – Garota Rabari, da Aldeia Bujodi (Kutch, Gujarate, região oeste da Índia) usando de modo ostentatório amuletos sobre o corpo.



Fonte: Untracht (2008, p. 105).

Interessa acrescentar que muitos brasileiros mantêm, na contemporaneidade, a tradição de trazer junto ao seu corpo alguns objetos, cujo propósito é a proteção do corpo a partir da conexão com o mundo transcendental mediado por esses elementos. Podem ser citadas, a partir de Lody (2001, p. 46), as figurinhas de arruda, guiné, patuás, dentes humanos encastoados, fitinhas, dentre outros tantos, “desde que seja sagrado ou tenha origem sagrada, ou ainda que tenha feito parte de algo também sagrado” (LODY, 2001, p. 46). Esses objetos precisam estar, como visto anteriormente, devidamente “preparados” para, assim, funcionarem como “seguranças” para seus portadores.

A crença na eficácia desses objetos simbólicos é reconhecida nas coleções recorrentes de joalherias nacionais sempre marcadas com joias ornadas com crucifixos, escapulários, imagens de figuras religiosas, patuás com figas, dentes, pimentas, trevos, olho grego<sup>237</sup> ou olho turco, mão de Fátima ou mão de Hamsá<sup>238</sup>, frases invocativas inscritas em pingentes, pulseiras e anéis – elementos estes vistos como hábeis em conectar mundos real e espiritual. Uma das marcas brasileiras mais representativas dessa *joalheria encantada*, carregada de espiritualidade, é a Carlos Rodeiro, grife homônima do designer e empresário baiano Carlos Rodeiro, que ficou conhecido internacionalmente por criar joias a partir de ícones da fé popular da Bahia, como símbolos do candomblé e do catolicismo (CARLOS RODEIRO, 2022).

A pulseira inspirada na fita devocional do Nosso Senhor do Bonfim<sup>239</sup> é uma das joias assinadas pelo joalheiro baiano mais emblemáticas da sua trajetória, como ressalta o

---

<sup>237</sup> De acordo com Chevalier e Gheerbrant (1992, p. 653), o olho é de modo natural e quase universal o símbolo da percepção intelectual. Porém, é preciso considerar de modo sucessivo o olho físico (recepção da luz); o olho frontal (terceiro olho de Xiva); e o olho do coração. “Todos três recebem a luz espiritual”, afirmam. O olho humano é logo um símbolo de conhecimento e percepção sobrenatural. A abertura dos olhos seria um rito de abertura, de iniciação: “Deve-se observar que o olho é às vezes utilizado como símbolo do conjunto das percepções exteriores e não apenas da visão”, destacam os autores. O sentido do olho grego sugere uma aproximação com as primeiras civilizações, entre elas, a egípcia, em que o olho Udjat ou Wedjat (olho pintado) era um símbolo sagrado, presente em quase todas as obras da época. Era considerado uma fonte de fluido mágico, o olho-luz purificador. Os sarcófagos egípcios são comumente ornados com desenhos de dois olhos que permitiam que a pessoa morta observasse o mundo exterior, sem, no entanto, sair do seu lugar junto aos mortos. Para os místicos, há ainda a ideia de contemplação da natureza íntima divina. Já na poesia árabe e persa, o olho está associado às noções de magia, perigo e embriaguez. Diante disso, o mau olhado seria uma expressão, segundo os autores, muito recorrente no mundo islâmico, simbolizando uma tomada de poder sobre alguém ou alguma coisa. “*O mau-olhado esvazia as casas e enche as tumbas*” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 1992, p. 655, grifos dos autores). O olho, como um equivalente simbólico do Sol, surge, assim, como meios de defesa contra o mau olhado, dentre outros - ferradura, chifre, mão - que exibem virtudes apreendidas como mágicas.

<sup>238</sup> Amuleto para afastar o mau olhado e atrair boas vibrações. A palavra Hamsá, de origem árabe, significa “cinco”, referente aos cinco dedos da mão. Para Chevalier e Gheerbrant (1992, p. 589, grifos dos autores), a mão é um emblema real significando ao mesmo tempo *mão* e *poder*. Na iconografia budista e hinduísta, um dos simbolismos principais é o dos *mudra* que são os gestos da mão. Porém, o simbolismo não é apenas formal, conforme acentua os autores (1992, p. 590): “é tão verdadeiro que a palavra designa ao mesmo tempo o gesto e a atitude espiritual que ele exprime e desenvolve”. Sua gestualidade sugere a vigorosa força dessa parte do corpo à transferência de energia ou de poder (CHEVALIER; GHEERBRANT, 1992, p. 592). Acredita-se que a ligação da mão de Hamsá a Nossa Senhora de Fátima foi possível a partir das conexões religiosas entre Oriente e Ocidente, propagadas pelo catolicismo.

<sup>239</sup> A devoção ao Senhor do Bonfim foi introduzida no Brasil no século XVIII. Theodózio Rodrigues de Faria, capitão-de-mar-e-guerra da marinha portuguesa, havia feito uma promessa durante uma tempestade de que, se sobrevivesse, traria para o Brasil as imagens do Senhor Jesus do Bonfim e de Nossa Senhora da Guia. Assim, em 18 de Abril de 1745, uma réplica foi trazida de Setúbal, em Portugal, iniciando a construção da Igreja do Senhor do Bonfim. Foi aí que se iniciou o culto ao Senhor do Bonfim, com a criação da “Devoção do Senhor Bom Jesus do Bomfim”, Irmandade de leigos reconhecida pela Igreja Católica pelo então arcebispo Dom José Botelho de Matos. A devoção ganhou ainda mais força quando Dom João V, diante da imagem do Senhor do Bonfim, fez promessas pelo restabelecimento da saúde de seu pai, o rei Dom Pedro II. A Lavagem do Bonfim (a lavagem das escadarias da Igreja) é uma das mais significativas no calendário festivo religioso da Bahia, atraindo baianos e turistas, devotos e apreciadores do mundo todo em um encontro de fé e devoção (SANTUÁRIO DO SENHOR DO BONFIM, 2022).

jornalista Tamyra Mota, em matéria de capa *Carlos Rodeiro: Sucesso e legado*, publicada em homenagem ao designer de joias - à época, recém falecido - na Revista Let's Go Bahia, nº 55 (Ago/Set 2021),

Há 17 anos, ele [Carlos Rodeiro] teve a ideia de criar uma pulseira do Senhor do Bonfim, inspirada na famosa e tradicional fita do Senhor do Bonfim, objeto de fé e devoção dos baianos. A luxuosa versão, que ganhou letras em ouro e brilhantes, tornou-se uma referência internacional de design de joias e, além de ser patenteada, ganhou releituras com rubis, esmeraldas, safiras e também em prata. Participando de um evento que homenageava o Brasil, em Paris, ele viu a sua peça fazer sucesso nos pulsos de personalidades como as irmãs Caroline e Stéphane de Mônaco. A partir dali a lista de famosos que passaram a usar as suas joias foi aumentando: Elton John, Gisele Bündchen, Naomi Campbell, David Beckham, Regina Casé, Hebe Camargo, Gal Costa, Nizan Guanaes, Ivete Sangalo, Ildi Silva, Luciano Huck, Preta Gil, Xuxa, dentre tantas outras. (LET'S GO BAHIA, 2021)

Na **Figura 95**, são apresentados conjunto de joias da marca Carlos Rodeiro, com elementos protetivos e devocionais ligados ao candomblé e ao catolicismo, que remetem às crenças carregadas de hibridismo cultural e social próprios à sociedade baiana. Ainda na imagem, um foco na pulseira do Senhor do Bonfim, patenteada pelo joalheiro baiano. Diversas versões e até mesmo cópias da original podem ser vistas sendo comercializadas em joalherias por todo o país, sejam elas feitas em ouro e pratas puros ou ainda em peças folheadas. Complementa a imagem, a autora desta tese amarrando uma Fitinha do Bonfim no gradil da Igreja do Nosso Senhor do Bonfim e fazendo seus pedidos, em momento de devoção na Colina Sagrada, em Salvador (BA).

Figura 95 – Conjunto de joias e pulseira do Senhor do Bonfim Carlos Rodeiro; autora da tese amarrando uma Fitinha do Bonfim no gradil da Igreja, em Salvador (BA).



Fonte: Facebook Carlos Rodeiro, (<https://www.facebook.com/carlosrodeirojoalheiro>), (2022); Acervo da autora (2023).

Introduzida em 1809, a crença nas conhecidas fitinhas do Senhor do Bonfim surgiu em um dos principais pontos turísticos de Salvador, na Bahia: a Igreja do Senhor do Bonfim, conhecida ainda como “colina sagrada”. Inicialmente, eram “chamadas de ‘medidas’, porque tinham exatamente 47 centímetros, que é a medida do braço direito da estátua do Senhor do Bonfim” (SANTUÁRIO DO SENHOR DO BONFIM, 2022). Conta-se que é preciso realizar o ritual da bênção da fitinha na Igreja do Bonfim e, em seguida, amarrá-la ao corpo, normalmente no pulso. O rito indica que sejam feitos três nós na fita e, para cada nó feito, o devoto deve fazer um pedido. As graças serão alcançadas a partir do momento em que a fitinha se romper espontaneamente do corpo.

Já a Rommanel é uma das marcas brasileiras acessíveis que investe constantemente em coleções permanentes com amuletos simbólicos cujas propriedades estão ligadas à proteção, fé e prosperidade. Além das peças fixas no portfólio da marca, há ainda investimentos no desenvolvimento, divulgação e comercialização de joias folheadas para épocas em que a busca por adornos com tais funcionalidades se mostra ainda mais significativa. A exemplo, podem ser citados os períodos de virada de ano, datas de celebrações religiosas – normalmente ligadas ao catolicismo – ou ainda em situações atípicas e inimagináveis, como a pandemia da covid-19 que acomete, desde 17 de novembro de 2019<sup>240</sup>, a população mundial.

No Catálogo *Rommanel Olho Grego* (**Figura 95**), lançado em 17 de julho de 2019, são divulgadas joias cujo ornamento principal à composição é o olho grego como amuleto. Há ainda postagens do Instagram oficial da marca de joias folheadas dedicadas a uma joalheria encantada, ligada às crenças e rituais protetivos. No canto direito, parte inferior da imagem (**Figura 95**), registro da sequência de postagens com joias associadas a frases, como “talismã da sorte”, “para pedir proteção” e “para sonhar”.

Nesse momento de grande incerteza, insegurança para todos, a busca pela espiritualidade foi intensificada e por muitos resgatada. Percebendo essa necessidade, entre 25 de junho a 04 de julho de 2020 (um dos momentos mais difíceis da pandemia), a Rommanel dedicou um espaço integral no seu *feed* (fluxo de conteúdo mostrado em blocos) do Instagram<sup>241</sup> (**Figura 96**) para postagens que exibiam joias enquanto amuletos, cujos

<sup>240</sup> Essa data corresponde à primeira infecção registrada por covid-19, de acordo com informações do governo chinês, país da suposta origem pandêmica. Até hoje, mais de 670 mil pessoas no Brasil e 6,37 milhões no mundo morreram vítimas do coronavírus. Mais de 560 milhões de pessoas foram infectadas em todo o mundo. Esses dados foram coletados em 19 de julho de 2022, através das Estatísticas do Our World in Data, da Universidade de Oxford.

<sup>241</sup> O *feed* do Instagram reúne publicações de determinado perfil (marca, pessoa, organização) e funciona como uma espécie de vitrine do conteúdo que é produzido para a rede social. O *feed* projeta o conceito da

sentidos estavam entrelaçados com a vontade das pessoas de criarem para si verdadeiros escudos eficazes em afastar todo o mal dos seus corpos, das suas famílias, das suas casas em um momento de reclusão urgente, necessária.

Figura 96 – Catálogo Rommanel *Olho Grego* (2019); postagens do Instagram Rommanel com joias folheadas dedicadas a uma joalheria ligada às crenças e rituais protetivos.



Fonte: Rommanel (2019); Instagram (IG) Rommanel, em 12 de março de 2020; 02 de março de 2020; 28 de janeiro de 2022; junho/julho de 2020, respectivamente da esquerda para a direita, em sentido horário.

Pensando na força desses adornos a partir de um olhar particularizado para esse Brasil que se configura pela confluência de práticas culturais-religiosas híbridas com grande influência na ancestralidade africana, Paiva (1999, p. 996) conta a história de Bárbara Gomes de Abreu e Lima, uma crioula que saiu em situação de escravidão de Sergipe Del Rei em direção a Minas Gerais, no século XVIII. O caso, segundo o autor, foi registrado pela própria Bárbara em cartório, no ano de 1735, em seu testamento. Nesses documentos, ela declarava ter alcançado sua alforria em Minas Gerais através de uma auto compra viabilizada, possivelmente, pela prática de coatarção - prática recorrente naquela região, em que o pagamento da alforria era parcelado e efetuado pela própria pessoa.

“Sua rede de amizades era também notável: além de ampla, espalhava-se por várias regiões das Gerais e pela Bahia. Ela tinha negócios distribuídos por toda essa área, embora nenhuma palavra tenha sido dedicada a explicá-los”, afirma (1999, p. 996).

---

marca, contribui para a construção da imagem que se pretende passar; além de ter função comercial, quando se trata de atividade comercial, como é o caso da Rommanel e demais joalherias que cada vez mais investem no e-commerce.

Estrategicamente para o contexto da época, ela então indicou doze homens brancos ricos como testamenteiros para cuidar desses seus interesses. Dentre os bens listados, Paiva chama a atenção para o conjunto de pequenos bens materiais listados. Eram componentes de uma penca de balangandãs que tinham sido distribuídos propositalmente por Bárbara entre suas pessoas de confiança.

As pencas de balangandãs estão, sem dúvida, entre as peças mais emblemáticas da joalheria de crioula. Como bem pontuado por Paiva (1999, p. 996), esses adornos eram comuns entre as negras escravas e forras na Bahia, funcionando como pequenos amuletos. Portadas nas cinturas dessas mulheres, em grande parte, mulheres de ganho, existiam nessas peças uma intenção mágica, como ressalta Lody (2001, p. 45-46, grifos do autor):

Seriam objetos para proteger o dinheiro, o ganho? Uma forma de estarem preparadas para as relações comerciais e de competição? São alguns dos pontos que podem justificar o aparecimento dos diferentes objetos formados em *molhos* ou *pencas* que mais tarde são colecionados em *nave*, *broche*, ou *meia-lua*, geralmente de prata, incluídos definitivamente na joalheria popular afro-brasileira, complementando trajes de uso especial como a ‘beca’, por exemplo (...). Nas vendas de comida, hoje, em atividades de *ganho* não muito diferentes do século XIX, os tabuleiros (...) estão protegidos invariavelmente com figas de madeira, pequenas imagens de Santo Antônio, algumas moedas, como se projetados daqueles objetos usados nas cinturas<sup>242</sup>.

Recorre-se ainda a Silva (2005a, p. 78) para marcar que o agrupamento desses componentes, em sua maioria ociosos, quando amarrados à cintura, movimentavam-se como efeito do caminhar dessas mulheres, e exibiam uma sonoridade proposital, “visto que, muitos amuletos (como os sinos e guizos) têm a função de ‘espantar’ as influências malignas através do som”. Em *Jóias Crioulas* (2012a, p. 28), a autora elenca alguns itens que compõem os molhos: a figa como representação do ato sexual; a chave, como insígnia de poder que funciona para ‘fechar o corpo’; as moedas para atrair riqueza; a romã, o cacho de uva e o peixe como signos da fartura, prosperidade, fecundidade; dentes de animais para evocar força e qualidades desses seres – como visto já aqui – transferindo-as aos humanos.

A reunião de elementos mágicos é a essência da penca de balangandãs. Sua combinação torna cada uma delas única, visto que é fruto de escolhas pessoais, e cada elemento compõe a gramática de sua linguagem comunicativa, remetendo uma postura diante da vida, referenciada por um conjunto de crenças que lhe dão sentido. (SILVA, 2012a, p. 28-29)

<sup>242</sup> Vale acrescentar que o brasileiro mantém a tradição de trazer junto ao seu corpo alguns objetos cujo propósito é a proteção do corpo a partir da conexão com o mundo transcendental mediado por esses elementos. Podem ser citadas, a partir de Lody (2001, p. 46), as figurinhas de arruda, guiné, patuás, dentes humanos encastoados, fitinhas, dentre outros tantos, “desde que seja sagrado ou tenha origem sagrada, ou ainda que tenha feito parte de algo também sagrado” (LODY, 2001, p. 46). Esses objetos precisam estar, como visto anteriormente em fios-de-contas, devidamente “preparados” para, assim, funcionarem como “seguranças” para seus portadores.

Figura 97 – Penca de balangandã em prata com 27 peças e corrente, origem da Bahia, século XVIII, que compõe o acervo do Museu Carlos Costa Pinto, em Salvador, Bahia.



Fonte: SILVA (2012a, p. 28).

Voltando ao caso de Bárbara, apresentado por Paiva, ao contrário da forte presença na Bahia, tais penca não eram muito usadas nas Minas Gerais, “e pode estar aí um dos motivos que obrigaram Bárbara a fragmentar o que possuía. De toda forma é claro o desejo de fazer com que todos os berloques reintegrassem a penca após a sua morte”, conta o pesquisador (1999, p. 996). Dentre os motivos, estaria o receio da Inquisição<sup>243</sup> acusar essas práticas culturais, religiosas afro-brasileiras como heresia. Tal situação motivou Bárbara a desmembrar sua penca e a espalhar os pequenos pingentes entre alguns amigos, retirando, desse modo, o sentido transgressor do conjunto. Contudo, com a condição explícita de que a penca voltasse a agregar todos seus balangandãs, tornando a integrar o adorno único carregado de sentidos ligados ao mundo sobrenatural, encantado, como documenta Bárbara:

(...) seis cordões pesando cento e uma oitavas, um se acha empenhado na mão de Thereza de Jezus, mulher de Antonio Alves por vinte oitavas e três na mão de Jozé Ferreira Brazam donde se acham **dois cordões emendados que fazem um**, quarenta oitavas, **um cordão com uma águia, um pente, uma estrela, uma argola solta, um coração, tudo em ouro**, também empenhado na mão de Jozé Ferreira Brazam, **um cordão de ouro, um feitio de menino Jesus de ouro** pesando cinco oitavas, umas argolinhas de ouro pesando quatro oitavas, **uma senhora de feitio de Nossa Senhora da Conceição** pesando três oitavas e meia, uns brincos de aljôfar e uns botões de ouro, umas argolinhas de ouro pequenas, **uma bola de âmbar, uma volta de corais engranzados em ouro, um coral grande com uma figa pendurada, tudo de ouro** (...). Item tenho empenhado mais um cordão de ouro com o peso que se achar na mão de Jozé Rodrigues de

<sup>243</sup> A Inquisição ou Santa Inquisição, promovida pela Igreja Católica Apostólica Romana, surgiu por volta do século XII, e perseguia pessoas consideradas desviantes, acusadas de heresia, blasfêmia, bruxaria por seus costumes e crenças. Essas pessoas sofriam a perseguição dos tribunais da Igreja que julgavam e puniam pessoas acusadas de se afastarem das suas normas de conduta. Na Espanha e em Portugal, nações essencialmente guiadas pelo catolicismo, essa prática se sustentou até o século XIX. No Brasil, tais tribunais não se consolidaram, porém o país recebeu emissários da Inquisição entre os séculos XVI e XVIII. “Calcula-se que 400 brasileiros foram condenados e 21 queimados em Lisboa, para onde eram mandados os casos mais graves. Os inquisidores portugueses fizeram 40 mil vítimas, das quais 2 mil foram mortas na fogueira” (SUPER INTERESSANTE, 2022).

Souza por vinte oitavas que meus testamenteiros desempenharão. (*apud* PAIVA, 1999, p. 996-997)

Seguindo as particularidades das joias de crioulas, vários dos badulaques inventariados representavam e celebravam o triunfo pessoal dessa mulher negra deslocada, “isto é, a alforria e a ascensão econômica, não obstante a ostentação deles ser prática coletiva e recorrente entre as forras” (PAIVA, 1999, p. 998). Detalhe para a presença dos corais na composição das joias de crioulas de Bárbara, comumente explorados e levados ao Brasil partindo do Mediterrâneo e Oceano Índico através das rotas comerciais. Segundo Paiva (1999, p. 998), o material orgânico marinho era mercadoria apreciada e cara, servindo de ornamento desejado para a criação de adornos corporais, sobretudo joias, amuletos, além de objetos decorativos.

Figura 98 – À esquerda, Madonna del Solletico (1426) com o Menino Jesus no colo usando um colar com pingente em coral; à direita, joias de crioulas ornadas com corais (Museu Carlos Costa Pinto).



Fonte: Commons Wikimedia, ([https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Masaccio,\\_Madonna-del-Solletico.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Masaccio,_Madonna-del-Solletico.jpg)), (2022); Passos (2017).

Não à toa, há uma influência inconfundível que pode ser notada através de obras renascentistas italianas, que mostravam colares e pulseiras de corais vermelhos em contas polidas em suas inúmeras representações da Virgem Maria com o menino Jesus. Como se visualiza na **Figura 98**: à esquerda, Madonna del Solletico, obra feita aproximadamente em 1426, pelo artista renascentista italiano Masaccio (1401-1428), onde se vê o Menino Jesus no colo da Virgem usando um colar com pingente em coral [destacado com círculo]; à direita, exemplares de joias de crioulas feitas com corais, do acervo do Museu Carlos Costa Pinto, em Salvador, Bahia.

“No continente africano, o uso dos corais foi muito difundido desde o século XV e os portugueses foram grandes fornecedores do material”, afirma Paiva (1999, p. 998). Era

considerado um item precioso, reflexo de poder, sobretudo quando associado ao ouro. Ao serem introduzidos na África, ganharam novos sentidos e propriedades, em especial, imateriais. “No reino de Benin, historicamente, as contas de coral ‘eram enfiadas juntas em um fio da cauda de um elefante, animal estreitamente associado à realeza e à força’, conta (1999, p. 998). Conseqüentemente, com o deslocamento de africanos e africanas para a América Portuguesa, muitos desses costumes foram absorvidos, “embora praticamente invisíveis aos olhares mais teimosamente europeizados” (PAIVA, 1999, p. 1001).

Logo, à vista das reflexões defendidas nesta pesquisa, supõe-se que essa habilidade em conectar esses mundos seja um dos principais predicados da joia, que se revela como parte da gênese que esculpe a noção de *inutilidade útil*, apoiada no que - à primeira vista - pode parecer frívolo, desimportante. Contudo, a experiência da joia com o corpo é um dos caminhos que permite ao sujeito vivenciar notadamente esse “momento secreto em que se fortalece o que é chamado a durar”, como pontua Maffesoli (2014, p. 24, grifos do autor):

Em sua longa Odisseia, tenaz questionamento sobre *o ser do sendo*, o filósofo Martin Heidegger exprime algo dessa ordem, quando a propósito do poeta que celebra os rituais e outros pequenos fenômenos da vida de todos os dias, ele indica que isso permite “fazer ver o permanente no que é aparentemente insignificante”. Fórmula de uma bela clareza, que incita a pensar na base irrefutável sobre a qual se ergue o estar-junto. Vida quotidiana onde, quando nada é importante, tudo tem importância! Os fenômenos do quotidiano podem parecer insignificantes no que eles não se finalizam, não estão preocupados com um objetivo distante: paraíso celeste ou terrestre. Mas sua insignificância na lógica do poder transcendente é cheia de significação para a potência imanente.

Maffesoli realça que é precisamente no detalhe da vida corrente que se encontra o segredo da longa duração à permanência do ser. O pensador aciona ainda Freud e sua ótica psicanalítica para apontar a importância transcendental do que normalmente é subestimado. Assim, a identificação e adivinhação das coisas secretas e ocultas se dão nos detalhes, nas mínimas situações cotidianas, no “presenteísmo anódino” que se configuram “as formas e as conseqüências dessa *affectio societatis* que caracteriza a pós-modernidade” (MAFFESOLI, 2014, p. 24). Com bem afirma o provérbio popular<sup>244</sup>, “o diabo está nos detalhes”, ou ainda, “Deus está nos detalhes”, o encontro entre dimensões espiritual e material, paraíso celeste e terrestre é sentido através dessa dissimulada superficialidade.

Independente das religiões estabelecidas pela humanidade, essa conexão com o imaterial institui um valor de preciosidade às joias, que é percebido ainda a partir do reconhecimento de outros três traços essenciais já apresentados: perenidade/durabilidade,

---

<sup>244</sup> Provérbio alemão comumente atribuído ao filósofo, crítico cultural, poeta, compositor alemão Friedrich Nietzsche (1844-1900).

irradiação/brilho e raridade/exclusividade. Por durabilidade, evidencia-se a capacidade das joias resistirem à história, permitindo que esses adornos e seus intentos sejam conhecidos através do tempo. Vale enfatizar que esta característica não está atrelada apenas à resistência da matéria-prima que compõe substancialmente a joia, mas, principalmente, às capacidades cultural e histórica desses adornos permanecerem vivos no imaginário coletivo.

O brilho proporciona ao indivíduo um sentimento de arrebatção imediata, que põe em relevo o mundo à sua volta. O interesse por joias e suas vantagens terapêuticas e mágicas, relacionadas sobretudo às pedras preciosas e ao ouro, estariam na vocação dos metais e pedras reluzentes permitirem uma proximidade com as esferas do sagrado, do sobrenatural. Como visto a partir de Aldous Huxley (2015), o brilho e a cor têm uma habilidade extrema de extasiar o sujeito nas suas experiências cotidianas. Huxley considera esses elementos como virtualmente característicos a todos os “Outros Mundos da tradição religiosa”, presentes nos experimentos associados a um universo fantástico.

A raridade ou exclusividade, por sua vez, é marcada pela descoberta do ouro<sup>245</sup> na natureza: “A suavidade desse metal, sua cor, seu brilho, que associam ao Sol, o fato de não oxidar-se, de fundir-se a si mesmo, dão à sua funcionalidade um alto valor ornamental”, reitera Gola (2008, p. 31). Todas essas propriedades aguçam o desejo nos homens, que passam a considerá-lo “uma dádiva dos deuses, acabam por tornar o ouro um excelente presente, para retribuir a esses mesmos deuses, o que acaba por ligá-lo aos mortos, em seu retorno à convivência com os seres divinos” (GOLA, 2008, p. 31). Chevalier e Gheerbrant (1992, p. 669) assinalam o ouro como o metal mais perfeito, por seu caráter ígneo, solar, real, divino, tido como signo da iluminação, da perfeição absoluta, reflexo da luz celeste, imortalidade, assim como, do conhecimento. “Uma associação ouro-serpente mítica revela-se no Ural. A Grande Serpente da Terra, o Grande Rastejador é o senhor do ouro”, contam (1992, p. 670).

O fascínio pelo ouro passa, conseqüentemente, a movimentar as relações de sociabilidade dos sujeitos conformadas por disputas. Ou melhor, constituídas no que Maffesoli (2014, p. 108) considera como sendo o *poder societal* - aquele momento em que “há um sentimento de finitude que a festa chega no auge (...) o domingo da vida (...). O que

---

<sup>245</sup> Por volta de 2.000 a.C., a elaboração de peças combinando gemas coloridas com ouro se tornou popular no Egito e na Mesopotâmia. Gola (2008) conta que, mil anos mais tarde (Idade do Ferro), novos estilos surgiram nas joias difundidos, em especial, pelos fenícios. A precisão e o aperfeiçoamento das técnicas refletiram a disponibilidade das novas ferramentas feitas a partir do ferro.

vai se encontrar nos estados místicos”. Tal efervescência festiva promove, como efeito, um refluxo do político para o mítico, compondo um elã vital, em que a *socialidade* em jogo não seria mais a simples *sociabilidade* (MAFFESOLI, 2014, p. 108, grifos do autor). Isso porque tais relações intersubjetivas acabam por ultrapassar os parâmetros estabelecidos socialmente; preceitos esses que, de algum modo, negligenciavam a significância do detalhe como sendo esse aspecto barroco que anuncia, sobretudo no contemporâneo, “um novo mundo no seio do qual o mítico, o lúdico, o passional, modulam sua eficácia e sua presença sobre as ruínas da razão utópica” (MAFFESOLI, 2014, p. 109).

### 6.3 As joias na Irmandade da Boa Morte

Para meditar sobre os elos das joias com os tempos encantado e desencantado, evoca-se, outra vez, o sentido e a força das joias de crioulas e a ligação desses adornos pessoais essencialmente brasileiros com o universo sagrado, fantástico, sobrenatural. Como apresentado anteriormente, as joias de crioulas, segundo Factum (2009, p. 123), foram elaboradas para uso exclusivo das mulheres negras e mestiças (em situação de escravidão, alforriadas ou libertas, livres) e são entendidas como objeto de design, por suas condições de projeto, produção, circulação e uso.

No Brasil, mais singularmente, na cidade histórica de Cachoeira (Recôncavo Baiano), a Irmandade da Boa Morte representa de modo significativo esse entrelaçamento com o tempo encantado a partir, especificamente, do uso das joias - objetos autônomos e, ao mesmo tempo, singularmente altruístas por emprestarem ao sujeito corporificado no mundo toda sua luminosidade e triunfo. Pode-se assumir a constituição da Irmandade da Boa Morte, em pleno século XIX, como um movimento de resistência social, política e religiosa alicerçado em uma afetividade compartilhada exclusivamente por mulheres negras alforriadas, que sobreviviam em um contexto patriarcal, escravagista e cristão.

A formação de irmandades leigas é registrada desde o Império Romano, início da era cristã, quando eram reconhecidas inclusive como confrarias pagãs “por serem, naquele período, marginalizadas pelas autoridades”, afirma a historiadora Magnair Barbosa, em *Festa da Boa Morte: Cadernos do IPAC* (2011, p. 33)<sup>246</sup>. Admitidas como movimento

---

<sup>246</sup> A publicação compõe a coleção Cadernos do IPAC, resultado de uma parceria firmada com o Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia e a Fundação Pedro Calmon, autarquias da Secretaria de Cultura do Governo do Estado da Bahia. As edições que fazem parte da coleção foram adaptadas dos dossiês de registro de bens patrimoniais intangíveis reconhecidos oficialmente pelo Estado da Bahia, dos quais faz parte a Festa da Boa Morte.

social<sup>247</sup>, passaram a ser uma responsabilidade da Igreja Católica após a oficialização do cristianismo como religião oficial no século IV. Durante a Idade Média, espalharam-se por toda a Europa divididas entre irmandades e ordens terceiras, tendo como principal atividade a caridade aos desvalidos<sup>248</sup>. “A caridade sempre foi um exercício de poder e demarcação social entre os nobres lusitanos para com os desprivilegiados”, afirma Barbosa (2011, p. 34). Para tanto, praticava-se, segundo a historiadora, uma política de permissividade controlada aplicada em estruturas como as irmandades leigas, através da manutenção de costumes (ritos e banquetes) desses povos diversos e suas crenças e tradições, com um objetivo claro: apagá-los, destruí-los.

“Na Bahia, até a primeira metade do século XIX, havia 36 irmandades de crioulos, africanos, escravos e libertos”, afirma Barbosa (2011, p. 40). Já na Salvador do século XVIII, capital da Bahia, foram encontradas 16 irmandades negras. A historiadora destaca essas irmandades como constituídas por um conjunto diversificado e complexo de identidades étnicas<sup>249</sup>. Algumas dessas associações leigas se constituíram a partir da devoção a santos específicos. “As irmandades estavam divididas sob invocações dos santos padroeiros, grande parte habitando uma mesma igreja, nos altares laterais, até que conseguissem construir sua própria sede”, conta Barbosa (2011, p. 52).

Segundo documentos históricos, esse foi o caso da Irmandade da Boa Morte de Cachoeira (BA). Em Salvador, a devoção a Nossa Senhora da Boa Morte é registrada desde o século XIX, inicialmente na Igreja da Barroquinha. A transferência da Irmandade para a

---

<sup>247</sup> Para uma irmandade ser oficializada, reconhecida pela Igreja e pelo Estado, era necessária a redação de um estatuto, chamado também de compromisso. Esse documento era encaminhado às instâncias superiores a fim de sancioná-los. Nele, deveriam estar especificados os direitos (como assistência médica, jurídica, ajuda à compra de alforria, enterro “decente na igreja”), os deveres e obrigações (boa conduta e comportamento, participação nas celebrações religiosas e civis, pagamento de anuidade), formas de admissão de outros membros que incluíam as condições racial ou social, critérios para compor a mesa e o calendário festivo (BARBOSA, 2011, p. 38).

<sup>248</sup> Além das Irmandades, as Santas Casas da Misericórdia exerciam as funções de confrarias de auxílio aos carentes. Enquanto a Igreja cuidava do espírito por meio dos trabalhos missionários, divididos complementarmente entre as ordens seculares (Irmandades e Ordens Terceiras), as Misericórdias se concentravam na assistência física, no cuidado com o corpo, no exercício dos serviços funerários. Esse modelo luso-português se replicou, à época, no Brasil Colônia (BARBOSA, 2011, p. 36).

<sup>249</sup> Para a apreensão da sociedade racista brasileira que se estruturava e se fortalecia, a partir da historiadora (2011, p. 46), é imprescindível sinalizar que as “diferenças de cor de pele foram lidas como marcas simbólicas de distinção social (...) a cor da pele ditava os limites entre liberdade e escravidão. Os pardos forros, normalmente, conseguiam uma ascensão na hierarquia social”. Diante dessa observação, salienta-se que essa imposição social segregativa se reflete na contemporaneidade, quando persistem ainda uma latência preconceitos que se revelam, de forma velada, a partir dos diversos tons de pele de pessoas negras. Reconhecido como colorismo, esse comportamento discriminatório seria exposto através de uma espécie de escala cromática das peles. Logo, as pessoas negras de peles retintas, normalmente, sofrem mais com comportamentos racistas do que pessoas tonalidades mais claras, por se aproximarem daquelas pessoas vistas como brancas.

cidade de Cachoeira ocorreu por volta de 1820. Onde se instalou na casa de nº 41 (Casa Estrela), local ainda hoje reverenciado pelas irmãs durante o trajeto da procissão na Festa da Boa Morte. A celebração, promovida pela Irmandade da Boa Morte há mais de 200 anos entre os dias 13 e 15 de agosto, é marcada por missas e procissões, sendo reconhecida como uma das mais importantes manifestações culturais do país, patrimônio imaterial da humanidade.

Segundo Renata Pitombo Cidreira, em *As vestes da Boa Morte* (2015, p. 14), a Confraria ou Irmandade da Nossa Senhora da Boa Morte “se constituiu a partir do desejo de algumas pessoas de reverenciar Maria, especialmente, mulheres negras alforriadas”. Para a pesquisadora (2015, p. 14), “acima de tudo, são espaços de preservação de tradições, mas ao mesmo tempo, de ressignificação de práticas religiosas, que promovem uma certa sociabilidade e solidariedade”.

Sublinha-se, a partir de Cidreira (2015, p. 17), que “a Irmandade da Boa Morte foi formada a partir de preceitos étnicos e religiosos que vislumbravam contestar a submissão de mulheres negras”, sobretudo em um momento histórico-social em que a população baiana estava fortemente envolvida na luta pela independência<sup>250</sup>. Sendo o Recôncavo da Bahia, em especial, a cidade de Cachoeira, uma das principais regiões de enfrentamento contra a política exploratória, patriarcal e racista da nação, receptiva aos constantes deslocamentos dos negros e negras. Todo esse contexto estimulou, desse modo, a organização de diversas associações religiosas e civis formadas, em grande parte, por pessoas negras deslocadas e em situação de escravidão (CIDREIRA, 2015, p. 16).

Essa conjuntura é requerida para o entendimento da formação simbólica do adorno pessoal joia no ápice da visualidade apresentada pelas vestes da Irmandade durante a Festa da Boa Morte. No campo do sagrado, Cidreira (2015, p. 59) chama a atenção para a singularidade de prestação de culto e manifestações culturais realizados pela expressão vestimentar da Irmandade. “Numa sociedade essencialmente racista, em que o negro era

---

<sup>250</sup> A luta pela independência é marcada por uma série de conflitos. Na Bahia, em especial, a Independência da Bahia é comemorada em 2 de julho, por remeter à data de 2 de julho de 1823 quando os baianos celebraram a expulsão das tropas portuguesas do Estado. As batalhas travadas pelos baianos foram decisivas para que o Brasil deixasse de ser uma Colônia portuguesa; e começaram antes mesmo do Grito do Ipiranga de D. Pedro I, em 7 de setembro de 1822. Entre os integrantes e símbolos da resistência se destacam três mulheres: a combatente Maria Quitéria (que se passou por homem para integrar as tropas exército libertador brasileiro); Abadessa Soror Joana Angélica de Jesus (religiosa baiana que enfrentou os portugueses e foi morta por golpes de baioneta na porta da clausura quando tentava proteger o convento do exército português); e Maria Felipa de Oliveira (mulher negra descendente de africanos sudaneses, que atuou na guerra como importante informante e enfermeira; da Ilha de Itaparica, na Baía de Todos os Santos, liderou um grupo de mulheres que ateou fogo em embarcações portuguesas que estavam preparadas para invadir Salvador).

escravizado e coibido de suas adorações, as formas materiais de contestação e empoderamento eram, assim, canalizadas ao nível do sagrado”, reitera (2015, p. 60). As vestes da Boa Morte, sem dúvida, revelam-se como elementos representativos e identitários que refletem o contexto sociocultural da época, assim como os ideais de libertação, garantia de tradições e, ao mesmo tempo, mistura de tradições.

Para Lody (2015, p. 13), “o imaginário afrodescendente aponta uma estética que é simbólica reveladora das muitas maneiras de se reconhecer como mulher no desempenho das suas funções na família, nas festas e nas diferentes expressões de religiosidade”. Logo, as indumentárias, a joalheria e os demais símbolos corporais que estruturam tal poética da aparência são elementares na identificação e na apresentação dessas mulheres de fé. “Compõe o ato do ganho ou da venda o ‘estar de saia’ ou ‘usar saia’, que significa o mesmo que trajar à baiana”, conta Lody (2015, p. 25). O antropólogo e museólogo chama a atenção para esse papel múltiplo assumido por essas mulheres no mundo afrodescendente: mães, mantenedoras da família das memórias e tradições.

Eram elas as *mulheres de saia*, de ganho, que vendiam produtos (dentre eles, panos da costa<sup>251</sup>, sabão, contas) em quitandas, nas ruas, mulheres de gamela (vendedoras de fato de boi, peixe, mingau), mulheres de tabuleiro (mercadoras de cocadas, bolos, cuscuz e açaçá<sup>252</sup>), mulheres de caixa (mascateando rendas, barras de crochê), engomadeiras, amas de leite e amas-secas, como bem complementa Hildegardes Vianna, em seu livro de crônicas de costumes *A Bahia já foi assim* (2000, p. 202). Segundo a folclorista<sup>253</sup> baiana (2000, p. 203, grifo da autora), “havia quase sempre uma tragédia atrás dessas mulheres que vestiam *saia*” – uma viúva que precisava criar os filhos, filhas, netos e netas, aquela que engravidava e era abandonada, dentre tantas histórias.

Na fotografia de Pierre Verger<sup>254</sup> (**Figura 98**), conjunto de três indumentárias de baiana que afirmam o lugar social da mulher no Recôncavo Baiano, conhecido pela

---

<sup>251</sup> Pano tecido em tear manual por pessoas em situação de escravidão ou descendentes de pessoas escravizadas. O Pano da Costa tem significado religioso e social para as comunidades afrodescendentes e compõe os trajes das baianas. “Analisado sob o ângulo social é um sinal que permite identificar a função, posição hierárquica e poder da sua portadora na comunidade”, afirma Vânia Carvalho, no Dicionário Manuel Querino De Arte Na Bahia (2014), através da obra *Mestre Abdias: o último artesão do pano da costa* (1982).

<sup>252</sup> Comida típica da culinária de matriz africana feita com milho branco ou vermelho, considerada parte da culinária ritual do candomblé.

<sup>253</sup> Pessoa que estuda o folclore, conjunto de costumes, lendas, provérbios, manifestações artísticas em geral, preservado por um povo ou grupo populacional, por meio da tradição oral; populário; ciência das tradições, dos usos e da arte popular de um país ou região.

<sup>254</sup> Pierre Edouard Léopold Verger (1902-1996) foi um fotógrafo, antropólogo, pesquisador francês que viajou o mundo registrando com um olhar incomparável diferentes culturas e seus povos no Ocidente e Oriente. Mais de 64 mil fotografias compõem sua obra, tiradas entre 1932 e 1970. Sua forte relação com a

condição de “estar de saia”. As duas baianas à esquerda e ao centro usam vestes tradicionais com joias de crioulas. A terceira baiana, do lado direito, está de beca ou baiana de beca, indumentária que identifica a Irmandade da Boa Morte.

Figura 99 – Fotografia de Pierre Verger com três mulheres de saia: duas com vestes tradicionais, à esquerda, e uma com traje de beca da Irmandade da Boa Morte.



Fonte: LODY (2015, p. 119).

Cumprindo essas diversas incumbências estavam também, conforme aponta Lody (2015, p. 25, grifo do autor), as “mulheres de partido alto – mulheres que enriqueceram com a venda de comidas e de objetos importados da África” e - acrescenta-se por meio de Vianna (2000, p. 203) - aquelas que alcançavam uma ascensão social a partir de relações com pessoas brancas daquela comunidade. Estavam sempre vestidas de forma ostentosa, ricas em acessórios e adornos “pelo uso de fios de contas africanos, corais, bolas de prata, bolas de ouro; exibindo um poder feminino, matriarcal; um poder muitas vezes também religioso”, afirma o autor (2015, p. 25). Aqui, no entanto, é essencial ponderar, com apoio de Vianna (2000, p. 203-204), que as mulheres de partido alto eram a exceção dentro daquele cenário:

Estas eram as mulheres de saia, cheias de ouro das pencas, coberta de anéis, pulseiras, copos, braceletes, correntões. Mulheres que tinham ganho tudo aquilo graças a seu tino comercial ou à proteção de algum apaixonado português rico ou endinheirado. Essas eram as felizardas donas de quitanda sortida, mulheres de partido alto, que iam às procissões com seus torços em forma de trunfa, seus

---

Bahia e o continente africano resultou em uma coleção fotográfica sobre as culturas iorubá e fon-ewe. Em 1953, ele foi consagrado babalaô (sacerdote de culto de Ifá para iniciados), recebendo o nome Fatumbi – nascido de novo graças ao Ifá. Verger passou a morar em Salvador, Bahia, no ano de 1946. Viveu no bairro da Vila América (Engenho Velho de Brotas), onde criou a Fundação Pierre Verger, em 1998, ativa até os dias de hoje (LODY, 2015, p. 123).

panos bons, quando não envergavam a beca que era o que se poderia desejar em luxo.

É precisamente a partir delas que se personifica a construção imaginária da *baiana* (negra, mulata, mestiça), que seduz pelo paladar, pelas roupas, pelos adereços extravagantes, pelo seu colorido, pelo seu remelexo (VIEIRA, 2017, p. 44). Até os dias de hoje, as mulheres de partido alto (*baianas*) compõem o imaginário brasileiro essencialmente pelo reconhecimento da Bahia como essa *utopia de lugar* (VIEIRA, 2017, p. 44), e podem ser reconhecidas em versos de samba popular documentados em meados do século XIX, que já diziam:

*A mulata é de ouro?  
É ouro só  
As cadeiras delas  
É ouro só*  
(VIANNA, 2000, p. 203, grifos nossos)

Ou ainda, nas canções praieiras de Caymmi da primeira metade do século XX evidenciadas por Antônio Risério (1993), a fim de traçar uma possível teoria sobre a cultura baiana<sup>255</sup>:

***O que é que a baiana tem?***  
*Que é que a baiana tem?  
Tem torso de seda, tem!  
Tem brincos de ouro, tem!  
Corrente de ouro, tem!  
Tem pano-da-costa, tem!  
Tem bata rendada, tem!  
Pulseira de ouro, tem!  
Tem pano-da-costa, tem!  
Tem saia engomada, tem!  
Sandália enfeitada, tem!  
Tem graça como ninguém*  
(CAYMMI, 1938, grifos nossos)

Como observado, todos estes aspectos não estão somente associados aos tecidos, à escolha das cores e às divindades do candomblé. Mas também ao uso de elementos que “aludem a uma distinção social, em grande medida compreendida pelo uso das joias, que fazem forte alusão à riqueza e à beleza de tais elementos, adquiridos por negras alforriadas”, consoante Cidreira (2015, p. 61-62). Ela aciona inclusive Stallybrass para sublinhar a característica de durabilidade que envolve certos objetos, dentre eles, as joias. Como

---

<sup>255</sup> Em sua dissertação de Mestrado (VIEIRA, 2017), a autora desta pesquisa faz uma meditação sobre a construção do imaginário baiano e, com efeito, nacional a partir das canções praieiras de Caymmi e das crônicas de costumes de Hildegardes Viana.

apresentado anteriormente, esta durabilidade é percebida aqui como um dos traços essenciais ao valor de preciosidade às joias.

Deste modo, há uma necessidade de fortalecer neste estudo as competências histórica e cultural das joias, que possibilitam a presentificação dessas relações no imaginário coletivo. Para tanto, recorre-se, em especial, à *composição da aparência* das mulheres de saia, em particular, das mulheres de partido alto sob a perspectiva da Irmandade da Boa Morte e sua Festa da Boa Morte - espetáculo cênico, litúrgico e estético do Recôncavo Baiano, cujos teatralidade e barroquismo dos corpos são sublinhados nessa ambiência cotidiana por Vanhise Ribeiro (PIRES; CIDREIRA; RIBEIRO, 2015b, p. 68):

No ritual encenado todos os anos, a aparição dessas senhoras, todas com mais de 40 anos, revela-se como uma forma de empoderamento, já que essa confraria se constituía numa possibilidade de ascensão social para o contexto da época. Atualmente, sem destoar de suas convicções religiosas (todas as senhoras são católicas, mas também são adeptas do candomblé), os corpos negros dessas senhoras traduzem a força de uma tradição que se mantém viva. As referências rituais e vestimentares são o tom desse agrupamento. Os corpos negros dessa congregação vestem um típico traje de gala e, como forma de enaltecimento e exuberância, as irmãs da Boa Morte utilizam, em excesso, adereços, ornamentos e joias para representar, inclusive, o seu status social.

O ritual festivo do Recôncavo reforça “a barroquização do corpo” (PIRES; CIDREIRA; RIBEIRO, 2015b, p. 70) pela ostentação de uma imagem coletiva, perpassada pela necessidade de distinção, pertencimento e religiosidade e, com efeito, revela a potência dos adornos joias e seus elos com esse mundo transcendente. Contempla-se o terceiro dia da Festa da Boa Morte, dedicado à Assunção de Nossa Senhora, momento em que, segundo as crenças da Igreja, a Virgem Maria, Mãe de Jesus, ascende aos céus ao final da sua vida terrestre.

Celebrado com alvorada de fogos, o terceiro dia do ritual é considerado o principal das festividades. É particularmente nesse momento que as joias ganham seu protagonismo na constituição expressiva das vestes da Irmandade. Nesse ato das festividades, as Irmãs são autorizadas, seguindo o cerimonial, a usarem suas joias, simbolizando a alegria e esplendor do ápice de conexão entre os dois mundos, o encantado e o desencantado.

Neste dia, é mantida a utilização da roupa de gala, que se compõe de bata (camisu ou camisa de rapariga, sendo o tecido de richelieu branco, antes trazido da França pelos portugueses), saia plissada preta, simbolizando a alta postura social das escravas alforriadas em relação às comuns (...). É usado um chalé (pano-de-costa) característico da Irmandade, sendo dividido em dois lados, um preto de veludo e o outro vermelho de seda pura. (PIRES; CIDREIRA; RIBEIRO, 2015b, p. 81-82)

No terceiro dia, as joias, reconhecidas como joias de crioulas, ornaram o traje das irmãs em combinação com o pano da costa utilizado com a cor vermelha exposta,

sugerindo a energia da vida. Seus corpos são cobertos com inúmeros fios-de-contas feitos em diversos materiais, cordões de ouro, prata, cobre, pencas de balangandãs, brincos, muitas pulseiras, braceletes e anéis dourados e prateados. Esta exuberância, que passa uma ideia de excesso na *composição da aparência* dessas mulheres negras deslocadas, constitui, segundo Cidreira (2015, p. 70, grifo da autora) “não somente um momento de efervescência festiva, mas também uma forma categórica de posicionamento do corpo em *situação* de confronto com outros sujeitos”.

Como já mencionado, Pires, Cidreira e Ribeiro (2015b, p. 82) ressaltam que “(...) anteriormente, as joias eram adquiridas pelas mulheres negras alforriadas, que se casavam com escritores, pintores e outros. Tal vestimenta foi utilizada pelas negras para comemorar a abolição”. Declara-se, portanto, a força simbólica dos adornos, em especial, da presença do ouro como tradução da fortuna e beleza material e espiritual alcançada a partir de acordos de enfrentamento. A simbologia das vestes da Irmandade da Boa Morte congrega, assim, aspectos dessemelhantes, mas, simultaneamente, combinados, em um jogo de representações e significações sem precedentes, conferindo à confraria uma paramentação singularizada que pode ser vislumbrada como um espetáculo de identidade e sincretismo, destacam Pires, Cidreira e Ribeiro (2015b, p. 86).

Em acordo com as autoras, sobressai-se o empenho das Irmãs à barroquização (MAFFESOLI, 1996, p. 205), a uma noção de excesso de vida expressa nas suas vestes, sobretudo, a partir dessas joias de crioulas, para uma valorização e ampliação da presença desses corpos em sociedade. A exuberância e irradiação das joias permitem, principalmente, o enaltecimento e reconhecimento destas mulheres negras. Ao portar estes adornos vigorosos, a Irmandade sinaliza para sua participação efetiva nos constantes embates sociais, econômicos, políticos e culturais. Como destaca Maffesoli (1996, p. 194), o mundo dos objetos não tem nada de alienante, “torna-se um condensado de tempo e de espaço, daí sua função de acontecimento”.

O momento que antecede as procissões e celebrações da Boa Morte também é marcado por uma dedicação aos rituais de fé que põem em relevo o sincretismo próprio das hibridizações culturais no território baiano. Assinalam ainda para essa relação com as esferas do sagrado, apoiada na adoração a uma divindade. O próprio ato de vestir a beca e colocar as joias pode ser acolhido como um ritual, momento particular de conexão com suas crenças e tradições. Dessa forma, as joias de crioulas podem ser contempladas como objetos alusivos aos amuletos, compondo esse “jogo teatral desenvolvido no espaço público, mas também exercitado na esfera do privado” (PAIVA, 1999, p. 998). Apoiado

na noção de amuleto proposta por Paiva (1999, p. 1002), as joias de crioulas que adornam a Irmandade funcionam como porções, ou melhor, componentes reveladores de práticas socioculturais alternativas de socialidades e status social.

No dia 15 de agosto de 2018, a autora desta tese teve a oportunidade inédita de experienciar, como expectadora observadora, uma das irmãs da Boa Morte vestindo suas joias de crioulas, a fim de compreender a relação dessas mulheres com esses adornos que ultrapassam a materialidade. Dona Ebomi<sup>256</sup> Nice abriu sua casa para a pesquisadora que pôde acompanhar e registrar o ritual reservado por fotos e áudios através dos principais gestos, assim como a sequência de peças colocadas sobre o corpo. Observou-se que essa composição não é feita de forma aleatória, ao contrário, é um processo cuidadoso que segue uma cerimônia muito específica. Em meio a uma atmosfera familiar de casa movimentada em clima festivo, uma mesa posta exhibe oferendas a divindades do candomblé ao lado dos adornos a serem vestidos sobre o corpo da irmã. Nas paredes, imagens devotivas católicas, entre elas, um pequeno quadro de Nossa Senhora.

Acompanhada por uma Filha de Santo<sup>257</sup>, Dona Ebomi Nice vai selecionando e orquestrando as joias. Importante afirmar que os adornos não são colocados pelas mãos da irmã, mas pela Filha de Santo. As primeiras joias escolhidas foram uma figa translúcida com uma medalha de Nossa Senhora, seguidas das guias (fios-de-contas) dos orixás, das correntes de pérolas e colares dourados. Os correntões com bolas de prata lisas e confeitadas, tão presentes nas joias de crioulas, seguem a sequência. Os brincos e anéis tipo argola ou pitanga em búzios com ouro são escolhidos.

Dona Ebomi Nice determina com um olhar atento a colocação dos anéis, que se aglomeram nos três dedos centrais. A sequência de braceletes vem logo após, com pulseiras de contas e metais e modelos típicos das joias de crioulas em formato de copo. Mais colares em diversos materiais são acrescentados, reforçando a qualidade ostentatória própria da necessidade de uma barroquização no modo constitutivo desta aparência. Uma ostentação que tem um sentido de alegria, de bênção. Ao que parece, grande parte das peças de Dona Ebomi Nice são bijuterias douradas e prateadas.

---

<sup>256</sup> Ebomi, Egbomi, ebonme, ebome, ou ebomim é o adepto do candomblé que já cumpriu o período de iniciação (iaô) na feitura de santo. Já passou por suas obrigações de sete anos odu ejé. São assim chamadas as pessoas que receberam o cargo oyê, tornando-se uma ialorixá ou babalorixá que irá abrir um novo ile axé, mas também aquelas que não receberam esse cargo e continuarão na casa onde foram iniciadas ou em outro ile axé, sem ser ialorixá ou babalorixá (BENISTE, 2004, p. 238).

<sup>257</sup> Pessoa que tem um compromisso efetivo com a religião do candomblé ou demais religiões afro. Existem aquelas que cumprem ritos parciais; a iniciante oficial; e a serva de outra Filha-de-Santo, que como não tem poderes para incorporar os Santos, é, normalmente, empregada em algumas funções consideradas subalternas, dedicando-se a cuidar das vestimentas e dos adornos da Filha-de-Santo.

Porém, as principais, aquelas mais simbólicas, ostentam os metais preciosos ouro e prata, a exemplo do par de brincos e anel em búzios e dos cordões com bolotas confeitadas (**Figura 100**). Por conseguinte, a joia entrelaçada a sua materialidade aparece como este elemento potente capaz de proporcionar uma visualidade de magnificência, de glória, posse, recurso, bem social e, principalmente, espiritual, conforme sublinha Lody (2015, p. 58):

A partir dos anos 1970, apenas algumas das joias de crioula permaneceram em uso com as irmãs, algumas peças em prata dourada, em prata, fios-de-contas. Houve um crescente aparecimento de bijuterias prateadas e douradas numa busca pela relação estética com as antigas joias de crioula.

A última peça a ser colocada pela irmã da Boa Morte pode ser considerada uma das mais significativas: o correntão cachoeirano em cobre entrelaçado por alianças ou grilhões lisos. Os correntões ganharam esse nome porque se referem à cidade de Cachoeira. De acordo com Cidreira (2015, p. 25), outro aspecto interessante é que cada elo significa o dinheiro da luva ou da troca. Desse modo, conforme a nação a que pertencia, cada pessoa escravizada era trocada por um elo, a depender do preço que o senhor pedia. A troca era feita por prata, ouro ou bronze<sup>258</sup>. Em Lody (2001, p. 51), todavia, há um outro sentido atribuído aos correntões cachoeiranos: “a tradição de que cada elo é originário de uma aliança portuguesa conquistada por uma noite de amor”.

Para além das contradições e narrativas históricas, é vital identificar a expressividade deste adorno como elemento simbólico de resistência desses povos africanos deslocados, especialmente, da luta das mulheres negras por sua sobrevivência. No correntão em cobre de Dona Ebomi Nice, chama a atenção ainda uma *estrela de cinco pontas* que funciona como uma espécie de pingente (**Figura 100**). Nesse momento, a pesquisadora interrompe a cerimônia para perguntar o sentido daquele símbolo. Prontamente, ela responde deixando claro que nada pode ser revelado: “não, essa aqui é da minha religião”.

Segundo Barbosa (2011, p. 66), foram feitas diversas tentativas de compreensão dos significados da estrela para a Irmandade da Boa Morte. Uma delas, que partem de relatos populares, acenam para a alegoria de um Exu assentado. Há pesquisadores que acreditam ser uma referência à Estrela de Davi e aos três reis magos, ao nascimento do príncipe rei. Em Cachoeira, a Casa Estrela de nº 41 é o local da primeira sede da confraria. É chamada assim por ter na calçada uma estrela de granito de cinco pontas. Foi habitada

---

<sup>258</sup> Liga de metal feita com coral (Cu), essencialmente, e estanho (Sn).

provavelmente pela primeira juíza perpétua da Irmandade, Júlia Gomes, sendo até hoje ponto de referência para as irmãs. Inclusive, durante a procissão festiva, a primeira parada é feita na Casa Estrela, como parte dos rituais de veneração. Consoante pesquisas, o local funcionaria como “um *runkó*<sup>259</sup>, o primeiro de Cachoeira, por ter sido ‘feitas’ na Casa Estrela as mulheres que fundaram a Roça do Ventura” (BARBOSA, 2011, p. 66).

Após as joias, o rito segue com as últimas peças que compõem as vestes da Boa Morte, dentre elas, o pano da costa vermelho. A composição é finalizada com a irmã Ebomi Nice ornada ao centro da sua sala sendo envolvida por uma nuvem de incenso<sup>260</sup> queimado pela Filha de Santo. Toda a casa, assim como todas as pessoas que estão presenciando o ritual, são tomadas pelo seu aroma protetor e purificador.

Figura 100 – Sequência de imagens que compõem a experiência observadora feita pela autora desta tese em 15 de agosto de 2018, no Dia de Glória, terceiro dia da Festa da Boa Morte, na residência da irmã Ebomi Nice, em Cachoeira, Bahia (Brasil).



Fonte: Imagens feitas por Larissa Molina e Vanhise Ribeiro, colaboradoras desta pesquisa, em 15 de agosto de 2018.

<sup>259</sup> Local de reclusão durante processo iniciático na religião afro-brasileira (BARBOSA, 2011, p. 194).

<sup>260</sup> Presente em diversas religiões, o incenso é um dos elementos para o esplendor do culto divino com valores de purificação e proteção. No Novo Testamento, surge quando os três Reis Magos presenteariam o Menino Jesus, após seu nascimento, com pequenos tesouros: incenso dedicado a Deus; a mirra ao ser humano; e ouro ao Rei (ECLESIA, 2019).

Na **Figura 100**, é possível visualizar uma sequência de imagens feitas durante o ritual de ornamentação da irmã da Boa Morte, Dona Ebomi Nice. Da esquerda para a direita em sentido horário, a primeira peça, a joia com figa translúcida com medalha de Nossa Senhora; demais correntões em prata com bolotas trabalhadas em tipologia típica da joalheria de crioula, fios-de-contas, anéis e brinco tipo argola ou pitanga com búzios, um anel em prata estilo sinete com ferramenta de orixá; braceletes dourados e pulseiras tipo copo. Em destaque, o correntão cachoeirano em cobre com estrela de cinco pontas. Por fim, a irmã Dona Ebomi Nice sendo ornada pelas mãos da Filha de Santo; pronta para a procissão festiva da Ascensão e Glória de Nossa Senhora; e, ainda no mosaico das imagens, a irmã da Boa Morte ao lado da autora desta tese.

Registra-se aqui, em especial, o grande agradecimento aos encantados e a Dona Ebomi Nice por terem permitido vivenciar e compartilhar tão significativo ritual. A experiência observadora descrita nesta pesquisa de forma concisa, diante de tão potente cerimonial, busca essencialmente demonstrar a perenidade das joias, por resistirem à história e permanecerem vivas no imaginário, driblando as tentativas de apagamento das práticas culturais, sociais, religiosas afro-brasileiros. A partir das meditações propostas, é possível trilhar um caminho para um maior entendimento sobre a ligação mútua entre a humanidade e as joias. Adornos pessoais apreendidos como os mais intensos à exibição de si, as joias são reconhecidas como elementos que estão à serviço do indivíduo, atuando junto ao corpo e conduzindo-o a uma satisfação ampliada da sua condição de ser incorporado no mundo. Como observado, a história humana sempre foi perpassada pela magnitude desses elementos constitutivos de sentidos sensíveis, materiais e etéreos, intangíveis.

Essa associação com o imaterial é imperativa ao valor de preciosidade das joias por servirem de elo entre os tempos encantado e desencantado. As ligações estabelecidas entre as joias e o sagrado são, desta forma, realçadas aqui nos rituais marcados pelos movimentos sincréticos característicos da cultura afro-brasileira. A partir deles, a visualidade das mulheres da Irmandade da Boa Morte é colocada em relevo por explorar toda o vigor mágico, sobrenatural e divino através das joias de crioulas. Expressão singular na joalheria brasileira, as joias de crioulas ou joias escravas baianas surgem em um contexto sociocultural marcado pela exploração de homens e mulheres africanos, e refletem com sua beleza e exuberância barroca uma ancestralidade manifestada por experiências afetivas partilhadas em memórias ainda ativas no imaginário baiano, nordestino, brasileiro.

## 7. A JOIA COMO ADORNO MEDIADOR DE PRESENÇA E AFETIVIDADES

### 7.1 Joia como potência da imaginação e do imaginário na constituição da memória<sup>261</sup>

De acordo com Irina Aragão dos Santos, em *Tramas de afeto e saudade: em busca de uma biografia dos objetos e práticas vitorianos no Brasil oitocentista* (2014), a joia como esse objeto de adorno pessoal usado sobre o corpo funciona como extensões de pensamentos, meios de expressar e comunicar ideias ou um diálogo do sujeito com os próprios valores e os modelos sociais. “São classificadores, demarcadores, mediadores e meios sinaléticos de representar situações, condições, relações, ritos, padrões e códigos de conduta em sociedade”, afirma Santos (2014, p. 17).

Para além da visualidade, há na joalheria um compromisso com conformação da memória e afetividade que se revela a partir da capacidade desses objetos de mediar e perenizarem a presença através das relações eu, o outro e o mundo. Como explorado anteriormente, parte-se do pressuposto de que esses adornos exibem conexões intersubjetivas que envolvem experiências totalizantes. Ou melhor, são hábeis, sobretudo, em aproximar o sujeito do universo mítico e da ideia de uma realidade encantada, em que o tempo é atravessado por uma dimensão que associa o divino/sobrenatural, como ilustra Camila Agostini (2011, p. 166).

Retomando às reflexões de Santos (2014), esses adornos pessoais são valiosos para seus usuários por combinarem diversos aspectos, dentre eles: a originalidade da ideia que gerou a peça; o uso criativo e inovador dos materiais; a composição da forma; a preocupação com a produção; as referências culturais e os sentidos que lhe foram aferidos, como o prazer; as emoções e a afetividade. Tais concepções, segundo a autora (2014, p.2) “não estão necessariamente vinculados ao *status* dos materiais e ao valor de circulação comercial”. Para Santos (2014), as joias são objetos de memória, *objetos de afeto e saudade* impregnados de valores e significados afáveis por representarem a amizade, o compromisso, a lembrança, a comemoração, os pactos de amor, a cumplicidade, a fé e a esperança.

---

<sup>261</sup> Essa reflexão sobre imaginação, imaginário e memória através da joalheria de luto compõe artigo apresentado em coautoria com a orientadora dessa tese, a Profa. Dra. Renata Pitombo Cidreira no Grupo de Trabalho Memória nas Mídias, durante a 31ª COMPÓS - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, no dia 09 de junho de 2022.

Pode-se entender que as joias são meios à conformação e preservação da memória, possibilitando conexões entre o mundo real, a imaginação e o imaginário. A materialidade entrelaçada à raridade, perenidade, beleza e ao esplendor compõem a essência da concepção da joia, tornando-a eficiente em eternizar momentos, lugares e, em especial, pessoas. Principalmente aquelas que se quer manter vivas, independente da inevitável ausência física da morte.

Nesse sentido, é latente a necessidade de uma reflexão sobre as dimensões do compromisso, luto, da ausência e saudade enviadas às memórias que estão circunscritas na joalheria de afeto<sup>262</sup> e saudade do século XIX, partindo, em particular, de peças do acervo do Museu Carlos Costa Pinto. Propõe-se ainda pensar sobre as possíveis ligações das joias de afeto e saudade com a contemporaneidade “a partir de aspectos vinculados ao uso, forma, aplicação de ornamentos, textos, temáticas gráficas, cor e materiais” (SANTOS, 2014, p. 23), através de joias cuidadosamente idealizadas e desenvolvidas para serem passadas de geração em geração, com a querência de perpetuar presenças; e, ao mesmo tempo, reconstruir o passado a partir de experiências coletivas em sociedade.

Em sua obra *Memória coletiva* (1990), o sociólogo Maurice Halbwachs desenvolve a noção de *memória coletiva* a partir do entendimento de que a recordação, o encontro dos sujeitos com as lembranças são acontecimentos que precisam ser refletidos levando em consideração os contextos sociais. Estes funcionam, por sua vez, como referências ao processo de construção e reconstrução da memória. Para o pensador, a memória individual constitui a memória coletiva como um ponto de vista, que se altera conforme o lugar que o sujeito ocupa na sociedade. Afinal, essa condição espaço-temporal apontada por Halbwachs é, em particular, movente, refletindo sempre as relações firmadas pelo mesmo sujeito com suas experiências sensíveis, culturais e históricas. Para Halbwachs (1990), essas combinações de influências são todas de natureza social, pois todos os indivíduos pensam e se recordam em comum, mesmo tendo cada um deles uma perspectiva própria. Cada indivíduo, sem dúvida, tem sua compreensão, mas esta se apresenta sempre em relação e correspondências estreitas com aquelas dos outros. Se suas lembranças se deformam, basta que ele se coloque do ponto de vista dos outros para retificá-las.

Para cada uma dessas influências, concebemos que uma outra possa se opor; acreditamos então que nosso ato é independente de todas essas influências, ainda que não

---

<sup>262</sup> A pesquisadora Irina Aragão dos Santos, em *Adornos de afeto – um catálogo de referências* (2009) propõe três subcategorias para as joias de afeto: joias de compromisso; joias de luto; joias de saudade.

esteja sob a dependência exclusiva de alguma dentre elas, e não nos apercebemos que resulta na realidade de seu conjunto, e que está sempre dominado pela lei da causalidade (HALBWACHS, 1990, p. 34).

Segundo o sociólogo (1990, p. 56), a memória coletiva também se distingue da memória histórica sob dois aspectos. O primeiro deles se apoia na ideia de continuidade do pensamento, já que retém do passado somente aquilo que ainda está vivo ou capaz de viver na consciência do grupo que a mantém. Essa atividade ocorre, logo, a partir de uma sucessão de períodos que não obedece a uma organização cronológica, como acontece com a história ao dividir a sequência dos séculos em períodos. Nesse desenvolvimento contínuo da memória coletiva, não há linhas de separação nitidamente traçadas, mas somente limites irregulares e incertos. Desse modo, “a memória de uma sociedade estende-se até onde pode, quer dizer, até onde atinge a memória dos grupos dos quais ela é composta”, afirma (1990, p. 57).

Halbwachs (1990, p. 60) considera a memória coletiva como um quadro de analogias em que toda a atenção é fixada sobre determinado grupo. E os acontecimentos que se produzem dentro do grupo podem ter seu quadro ampliado ou reduzido; mas em nenhum momento se rompe, uma vez que as conexões entre os sujeitos do mesmo grupo se mantêm. “O essencial é que os traços pelos quais ele se diferencia dos demais subsistam e que estejam assinalados por todo o seu conteúdo”, ressalta o pensador (2014, p. 61). Incorpora-se, assim, o ato de lembrar ou esquecer como uma realização coletiva em que as identificações se efetivam particularmente através das memórias que são resgatadas e compartilhadas, principalmente, a partir das comunicações orais e imagens. A partir de tais pensamentos, pode-se inferir a memória como uma reconstrução que encontra nas propostas imagéticas das obras de arte, fotografias, dos conteúdos audiovisuais e, em especial, das joias, meios de se efetivar de forma exponencial.

Para uma melhor compreensão da dinâmica triádica entre a imagem fixada nas joias (corpus escolhido), a imagem mental e a imagem-lembrança, acredita-se ser necessário uma breve reflexão sobre as relações entre imaginação e imaginário. Um primeiro olhar nos reenvia ao instigante trabalho de Jean Paul Sartre, *O imaginário: psicologia fenomenológica da imaginação* (1996), que procura efetivamente evidenciar o diálogo entre essas instâncias. Nos seus escritos de 1940, Sartre pontua que “não se pode apreender nada de uma imagem que já não se saiba antes. É certo que pode acontecer que uma imagem-lembrança se apresente de imprevisto, dê-nos um rosto, um lugar inesperado. Mas, mesmo nesse caso, dá-se em bloco à intuição, oferece de uma vez o que

é” (1996, p. 23). Ainda assim, pondera que por mais viva e tocante que uma imagem seja, ela apresenta algo como não sendo, como uma ausência. Eis o seu enigma.

É nesse sentido que o autor considera a imagem como uma consciência imaginante, pois tem uma dimensão de vontade criadora, mantendo “[...] através de uma criação contínua as qualidades sensíveis de seu objeto” (1996, p. 30). Em Sartre (1996, p. 165), compreendemos que o ato de imaginação é um ato mágico; uma espécie de encantamento que faz “aparecer o objeto no qual pensamos, a coisa que desejamos”. Por isso mesmo, as imagens mentais ou os objetos de nossas consciências imaginantes aparecem a partir de vários perfis ao mesmo tempo, diferentemente do ato perceptivo em que o objeto se mostra a cada vez, por um perfil. Um exemplo interessante que o autor traz para tentar chegar cada vez mais perto da decifração da imagem é da tríade imagem, retrato, caricatura. Nas três realidades distintas, estamos diante de estágios diferenciados de um mesmo processo que visa tornar o rosto de alguém presente. É no terreno da percepção que desejamos tornar este rosto ausente presente e assim nos servimos de um *analogon*, como um equivalente do ato perceptivo.

No caso da pintura, da foto e da caricatura, enquanto coisas, matérias que podem ser percebidas por nós, o ato perceptivo torna-se mais fácil de ser reconhecível, mas a matéria da imagem mental é mais difícil de determinar, assegura Sartre. De todo modo, ele observa que também aí, na imagem mental, encontramos uma matéria, mas a mesma só adquire sentido a partir da intenção que a anima. Nos três casos analisados por Sartre, trata-se de tornar presente um objeto, e as imagens funcionam como *representantes* do objeto ausente ou mesmo inexistente.

A imagem é um ato que visa em sua corporeidade um objeto ausente ou inexistente, através de um conteúdo físico ou psíquico que não se dá em si mesmo, mas a título de representante analógico do objeto visado (SARTRE, 1996, p. 37).

Diante de tal perspectiva, o autor pondera que não existe uma separação nítida entre os objetos do mundo real e do mundo imaginário. “Os dois mundos, o imaginário e o real, são constituídos pelos mesmos objetos; só variam os agrupamentos e a interpretação desses objetos” (SARTRE, 1996, p. 37). Como acrescenta Sartre: “os próprios objetos são afetados por um caráter de irrealidade” (1996, p. 162), em que nossa imaginação completa o ato perceptivo. E esse comportamento diante do irreal é o que constitui a vida imaginária. Sobretudo o objeto enquanto imagem é considerado um irreal, é uma *falta definida*. “E esse absenteísmo [...], que percebo diretamente e constitui a

estrutura essencial de minha imagem, é precisamente uma nuance que vai marcá-la inteiramente, é o que chamamos sua irrealidade” (SARTRE, 1996, p. 167). O mais interessante é que também as determinações de espaço e tempo também são irrealis. Não por acaso, podemos reconstruí-las de várias formas. Por isso mesmo, as imagens-lembranças que constituem nossa memória brincam com a temporalidade e a espacialidade, em função dessa dinâmica imaginante. “Para imaginar, a consciência deve ser livre em relação a toda realidade particular, e essa liberdade deve poder definir-se por um ‘estar-no-mundo’” (SARTRE, 1996, p. 242). E a potência do imaginário está justamente nessa “‘alguma coisa’ concreta em direção à qual o existente é ultrapassado” (SARTRE, p. 243).

Outro aspecto estimulante observado por Sartre é o fato de que o corpo inteiro colabora na constituição da imagem. Assim, somos afetados sensorialmente pelas imagens; pela imagem fotográfica, pela imagem mental, pela imagem-lembrança. Nossos sentimentos embora distintos de uma simples perturbação fisiológica, são acionados e reverberados por um conjunto de fenômenos corporais e “[...] o elemento afetivo que constitui o analogon se reduz a um simples abstrato emocional” (SARTRE, 1996, p. 181). Não por acaso, quando estamos com apetite, uma imagem de um prato agradável nos faz salivar; ou ainda: “é preciso estar perturbado, ou bem perto de estar, para que a evocação de cenas voluptuosas provoque uma ereção” (SARTRE, 1996, p. 182).

E a memória atuará nesses casos de forma contundente: ela confunde o objeto enquanto imagem e o objeto real presente; “a memória confunde esses dois tipos de existência porque os objetos irrealis e os objetos reais lhe aparecem como lembranças, isto é, como passado” (SARTRE, 1996, p. 183). De todo modo, o autor salienta que a lembrança parece muito próxima da imagem e que às vezes extraímos exemplos da memória para entender com mais clareza a natureza da imagem. Mas, com a lembrança, evocamos efetivamente acontecimentos de nossa vida passada e aí, não o *imaginamos*, mas sim *lembramos* deles. A memória aparece como “um *dado-presente no passado*” (SARTRE, 1996, p. 236).

Outro autor que muito contribui para refletirmos sobre a potência da imaginação é Gilbert Durand. Em *Imaginação Simbólica* (1988), o pesquisador revisita de forma breve alguns trabalhos que se dedicaram ao símbolo, e abre uma chave interpretativa que visa apaziguar razão e imagem, a partir de uma abordagem antropológica e hermenêutica. Durand argumenta que não há uma ruptura entre o racional e o imaginário, pois concebe

o racionalismo como uma estrutura própria do campo das imagens. E a imaginação, nesse sentido, seria “o fator geral de equilíbrio psicossocial” (DURAND, 1988, p. 77).

Durand (1988, p. 78) registra que as imagens se organizam no tempo e organizam os instantes psíquicos em uma história. Essas estruturas discursivas do imaginário promovem “hábitos retóricos inerentes à narrativa (...) e certos princípios, como o da causalidade”. Assim, vamos reconstruindo histórias e compreendendo manifestações psicossociais da imaginação simbólica e como elas se estruturam de forma variada no transcorrer temporal. O que nos leva a conceber que os sistemas de imagens, “de ‘representação do mundo’, se sucedem de maneira distinta no decorrer da evolução das civilizações humanas” (DURAND, 1988, p. 78). E não só: decorrem de forma diferente na evolução nas nossas próprias existências, por isso mesmo, a cada vez, uma nova história, uma outra narrativa se desdobra a partir das nossas lembranças que são imaginárias, pois a imaginação sempre invade a memória.

Perspectivando-a de forma positiva, o autor considera que o papel da imaginação não se reduz a uma espécie de ópio negativo, mas sim a um dinamismo prospectivo, que procura, em última instância, melhorar a condição do sujeito no mundo. Sobretudo no momento contemporâneo em que os meios de comunicação promovem uma difusão sem precedentes de imagens por meio da tipografia, fotografia, cinema e internet, nos confrontamos com uma pulverização e diversidade de ícones, símbolos e imagens, num grande *museu imaginário* – usando a expressão cunhada por André Malraux - de todas as manifestações culturais. Esse caleidoscópio de imagens acaba por promover um certo ativismo cultural, defende Durand (1988, p. 106):

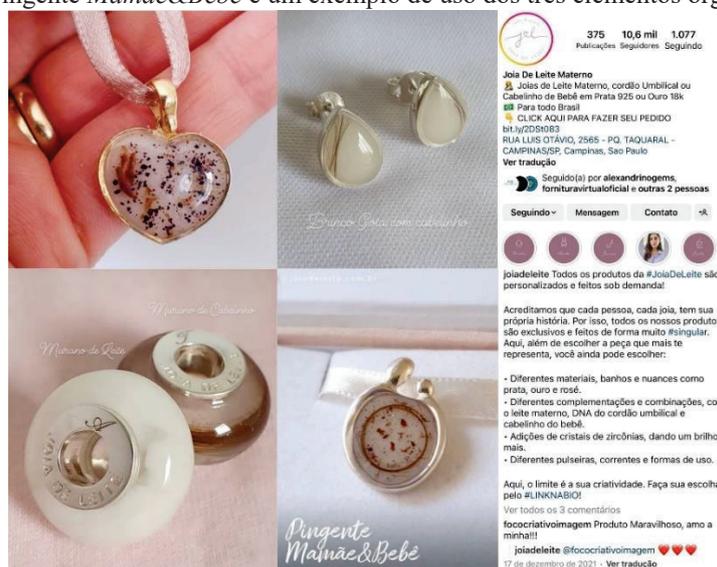
[...] a antropologia do imaginário pode se constituir, antropologia que não tem apenas a finalidade de ser uma coleção de imagens, de metáforas e de temas poéticos. Mas que também deve ter a ambição de montar o quadro compósito das esperanças e temores da espécie humana, a fim de que cada um nele se reconheça e se revigore.

Tratando-se em específico das joias de afeto, a conformação das memórias e a estruturação de imaginários a partir dos adornos pessoais encontram novos estímulos criativos em associação à tecnologia, à convergência dos meios de comunicação digitais através das novas mídias, que, por sua vez, criam e viralizam imagens. Um exemplo, são as joias feitas a partir do leite materno, fios de cabelos, fragmentos de DNA do cordão umbilical de recém-nascidos. Com uma simples busca na internet, é possível visualizar uma proliferação de marcas e perfis de redes sociais que desenvolvem e comercializam joias folheadas, joias em ouro 18k e prata 925 feitas com esses elementos orgânicos

associados aos metais preciosos ou ligas metálicas que garantem, de alguma forma, uma longa conservação da peça.

Foram selecionados dois perfis na rede social Instagram a fim de demonstrar as diversas tentativas atuais de eternizar o forte vínculo maternal com suas filhas e seus filhos. O primeiro deles (**Figura 101**) é o Joia de Leite (@joiadeleite), marca brasileira que cria joias personalizadas, a partir de um portfólio de modelos específicos, com leite materno, cordão umbilical, cabelinho de bebê em prata 925 ou ouro 18k. No perfil, além da exposição de uma variedade de brincos, berloques, anéis, pulseiras, são divulgadas informações sobre a experiência de maternar e clientes da marca.

Figura 101 – Peças da marca Joia de Leite com leite materno, fios de cabelo e fragmentos de cordão umbilical. O pingente *Mamãe&Bebê* é um exemplo de uso dos três elementos orgânicos na joia.



Fonte: Instagram Joia de Leite, (<https://www.instagram.com/joiadeleite/>), (2022).

O segundo perfil (**Figura 102**) é o Lackto Leite Materno (@lacktoleitematerno) que se apresenta com os slogans “Faça você mesmo sua joia de Leite Materno”, “Para todas as mães que amamentam” e “Uma joia tão duradoura quanto o elo que une a mãe ao seu bebê”. Diferentemente da Joia de Leite, que encaminha seu potencial cliente à rede social WhatsApp (permitindo um contato direto com um representante da marca), o Lackto Leite Materno direciona as pessoas interessadas a um e-commerce, onde é possível escolher opções de kits com diversos modelos de pingentes que simbolizam a maternidade, como coração, relevo de mãe e filho, gota e a Árvore da Vida. Os kits permitem criar até três joias folheadas a ouro branco ou ouro amarelo de leite materno por conta própria, seguindo os passos que a marca passa aos seus clientes. Entre os combos estão: *Amor sem igual; Elo perfeito; Grandes conquistas, Experiência única.*

Figura 102 – Kits da Lackto Leite Materno; e informações sobre o Kit Lackto, evidenciando “por que eternizar a amamentação?”.



Fonte: Instagram Lackto Leite Materno, (<https://www.instagram.com/lacktoleitematerno/>); (2022).

É importante acentuar, contudo, que tais iniciativas não são inéditas na história da joalheria. Conforme será delineado nas páginas seguintes, esse desejo de perenizar presença a partir de fragmentos corpóreos humanos nas joias e demais adornos acompanham vigorosamente as relações intersubjetivas entre sujeitos e as coisas ao seu redor. O que pode ser observado é que, na contemporaneidade, esses enlaces ganham novas configurações e, sem dúvida, novos sentidos a partir essencialmente desse museu imaginário que é potencializado por meio da era digital.

## 7.2 Joias: artifícios figurativos que corporificam ausências

Como notado, a joia pode ser incorporada como um objeto eficiente em entrelaçar a imagem mental e a imagem-lembrança de lugares, pessoas, coisas ao longo do tempo com o apoio da sua materialidade, que tem como essência a perpetuidade, rareza, visualidade e luminosidade. Tal adorno pessoal tem habilidade em associar em uma mesma forma a fotografia, pintura, escrita e, em particular, alguns elementos corpóreos, como cabelos, dentes, pedaços de vestes, compondo verdadeiros relicários afetivos, em concordância com Santos (2014, p. 23-24):

Retratos miniaturas; corações; cupidos; frases de fidelidade; monogramas; palavras soltas fazendo menção às juras de amor; nomes e datas; laços; mãos entrelaçadas; a aljava, o arco e a flecha; pares de pombos; guirlandas de flores foram utilizados como emblemas da afetividade entre pessoas, tanto diante da vida como da morte, uma forma de declaração, celebração e homenagem aos sentimentos. Estes artigos foram confeccionados em diversos materiais, tanto com metais nobres — ouro e prata, quanto com ligas de cobre prateadas ou douradas, combinados ao esmalte e gemas diversos. Outros materiais, menos

convencionais na joalheria tradicional<sup>263</sup>, passaram a compor partes das joias de afeto, tais como: o azeviche<sup>264</sup>; a crina de cavalos; os cabelos humanos tramados, trançados e modelados; mechas e cachos de cabelos; as fotografias e os tecidos.

As joias com pinturas e fotos de rostos gravados são, a exemplo, recorrentes na história da joalheria, acionando constantemente essas dimensões da memória a partir da consciência imaginante proposta por Sartre (1996). No acervo de Artes Decorativas do Museu Carlos Costa Pinto, composto por peças originárias de coleção privada do seu patrono Carlos Costa Pinto<sup>265</sup> (1885-1946), é possível encontrar na rica coleção de joias das famílias aristocratas baianas - que datam entre os séculos XVII a meados do século XX - alguns exemplares que ilustram esses vínculos entre os mundos real e imaginário no cotidiano desses sujeitos.

A primeira joia<sup>266</sup> (**Figura 103**) a ser referenciada é um medalhão do século XVIII, de origem portuguesa, ornado com crisólitas, prata e topázio imperial e pintura em marfim que exhibe a figura de uma mulher jovem com expressões que sugerem um ar enamorado. Na imagem da dama retratada, visualiza-se uma justaposição de retratos ao se notar que a mesma sustenta em sua mão um outro medalhão que apresenta uma joia similar, porém expondo a figura de um jovem, possivelmente seu amado, como sinal de compromisso. A joia ostenta a presumida troca de afeto entre os amantes, funcionando como um elo de cumplicidade dos sentimentos compartilhados.

---

<sup>263</sup> A autora (2014, p. 24) classifica como joalheria tradicional aquela que usa metais nobres e gemas na confecção de peças em formas figurativas ou estilizadas em composições florais, zoomórficas e geométricas. Segundo ela, cada contexto elabora o que é e o que não é convencional na construção de adornos pessoais. Para a joalheria do século XIX - período recortado pela pesquisadora - a joalheria entendida como tradicional era aquela feita com metais nobres (ouro e prata, essencialmente) e gemas, e os materiais citados foram considerados inovadores e não convencionais. Para os dias atuais, Santos considera que, por raridade ou por características físico-químicas ou por aspectos simbólicos, esses materiais seguem sendo considerados não convencionais.

<sup>264</sup> Azeviche é um material orgânico, carvão betuminoso que pode ser polido. Seu nome corresponde a um rio na região sudoeste da Turquia. Possui brilho ceroso aveludado, podendo ocorrer inclusões de pirita. A Inglaterra, ocasionalmente, era a maior produtora desse material (SCHUMANN, 1985, p. 218). O azeviche se tornou bastante popular no período vitoriano em que a Rainha Vitória exibia seu luto através de joias feitas nesse material sob encomenda. Desde então, as joias de luto, assim conhecidas, passaram a se popularizar por todo o mundo.

<sup>265</sup> A Fundação foi criada por sua viúva, Margarida de Carvalho Costa Pinto, doando a casa e o precioso acervo de artes decorativas, para a preservação da memória histórica e artística regional e nacional na Bahia. Seu acervo é permanentemente exposto por temas. Dispõe de 3.000 peças pertencentes, em grande parte, às antigas famílias da aristocracia açucareira dos áureos tempos dos solares e engenhos baianos. Compreende as coleções de cristal, porcelana, mobiliário, ourivesaria, imaginária, ordens honoríficas, prataria, desenho, gravura, pintura e escultura. Destaque especial para a coleção de prataria e as singulares joias de crioulas, considerado o maior conjunto reunido em museus conhecido no mundo (MUSEU CARLOS COSTA PINTO, 2022).

<sup>266</sup> As informações foram obtidas em pesquisa de campo realizada no Museu Carlos Costa Pinto, localizado em Salvador, Bahia (Brasil), em 25 de fevereiro de 2022. Na ocasião, foram consultadas as fichas catalográficas das peças com as informações aferidas pela equipe da instituição.

Figura 103 - Medalhão de origem portuguesa, séc. XVIII; bracelete de origem francesa, séc. XIX, da esquerda para a direita respectivamente.



Fonte: Acervo da autora, Museu Carlos Costa Pinto (2022).

A segunda joia (**Figura 103**) é o bracelete em ouro com pintura em esmalte de presumida origem francesa<sup>267</sup> do século XIX. O retrato da face de uma jovemorna a parte central do adorno ladeado por duas gemas em tonalidade avermelhada não referenciadas na ficha catalográfica do Museu Carlos Costa Pinto. A imagem-lembrança e a imagem-mental são acionadas e se tornam acessíveis a todos por meio da imagem fixa que a joia apresenta. A terceira joia (**Figura 104**) selecionada é o broche do século XIX<sup>268</sup>, feito na Bahia (Brasil), com retrato de Joaquim da Costa Pinto (1843-1895)<sup>269</sup>, pai do patrono homônimo<sup>270</sup> (1885-1946) do Museu Carlos Costa Pinto.

É interessante acionar essa peça uma vez que, na própria instituição, é possível contemplar a tela que sugere ter sido a referência imagética para a joia, reproduzindo a proposta de um mesmo retrato em dois objetos. O broche, supostamente usado pela esposa

<sup>267</sup> Na ficha catalográfica do Museu Carlos Costa Pinto, o campo que referencia a origem, sinaliza-o como uma peça francesa, porém, ao lado há uma interrogação, que aponta dúvidas sobre a origem da peça.

<sup>268</sup> Na ficha catalográfica do Museu Carlos Costa Pinto, o campo que referencia a época, sinaliza-o como uma peça do século XIX, porém, ao lado há uma interrogação, que aponta dúvidas sobre o período específico da sua criação.

<sup>269</sup> Joaquim era filho do português José Joaquim da Costa Pinto e da brasileira Rozalia Maria Lopes Pinto. Casou-se com Sophia Henriqueta Macedo de Aguiar em 1872, na Capela do Solar Aguiar, com quem teve dez filhos. Comerciante e político, foi eleito Senador Estadual, integrando a Constituinte Republicana do Estado da Bahia em 1891. Foi secretário em 1881 e presidente do Banco Mercantil da Bahia em 1883 (INSTAGRAM MUSEU CARLOS COSTA PINTO, 2022).

<sup>270</sup> Carlos Costa Pinto iniciou sua carreira profissional na Magalhães e Cia., empresa exportadora de açúcar, chegando ao cargo de diretor presidente. Casou-se com Margarida Ballalai de Carvalho (à época com 17 anos), que pertencia também a uma tradicional família baiana. Após a morte do marido, em 1946, e sem herdeiros, a então viúva se empenhou em realizar o sonho do companheiro de transformar sua residência em um museu, doando as peças da coleção privada e constituindo uma fundação. O Museu Carlos Costa Pinto foi inaugurado em 5 de novembro de 1969 (MUSEU CARLOS COSTA PINTO, 2022).

de Joaquim Costa Pinto, Sophia Henriqueta de Aguiar Costa Pinto (1852 – 1931), é uma peça da joalheria que aventa sentidos particularmente especiais, já que normalmente é usada próximo ao coração.

Figura 104 – À esquerda, retrato da esposa Sophia Henriqueta de Aguiar Costa Pinto, quem provavelmente usava o broche; ao centro, broche datado do século XIX em ouro e esmalte; e à direita, retrato de Joaquim da Costa Pinto.



Fonte: Acervo da autora, Museu Carlos Costa Pinto (2022).

O casal teve dez filhos, dentre eles, Carlos Costa Pinto, que se casou com Margarida Ballalai de Carvalho (1895-1979). A joia pertence ao significativo acervo de artes decorativas da instituição constituído por mais de 25 anos pelo colecionador Carlos Costa Pinto, que tem como destaque a ourivesaria colonial brasileira, (MUSEU CARLOS COSTA PINTO, 2022).

Através desses adornos pessoais, provavelmente trocados entre personagens que mantêm vínculos de estima, a relação entre imagem-mental e imagem-lembrança se torna vívida, reconhecida não somente pelos intimamente envolvidos, mas por toda a comunidade a qual estão inseridos. Cumprem-se nas três joias apresentadas o desejo de perpetuar a presença, construindo memórias e reforçando através dos tempos os laços de afeição, apreço, admiração, ternura, respeito, apego. Desse modo, as joias, em particular, as joias de afeto se desvelam como artifícios figurativos que buscam espelhar emoções, sensações, desejos, cumprindo assim a vocação de corporificar ausências. Em muitos contextos, tais joias também são usadas em segredo, como um elo transcendente entre material e imaterial<sup>271</sup>, reforçando, mesmo assim, tais sentidos inerentes à condição vigorosa da joia à expressividade, à acentuação das presenças dos sujeitos, cujas motivações, inspirações e imposições se transmutam constantemente.

<sup>271</sup> A exemplo, as joias com funções protetoras e curativas, usadas por muitos entre as vestes, e as próprias joias feitas com materiais corporais humanos, além das relíquias já referenciadas nesta pesquisa.

### 7.3. Conformando memória e afetividade a partir de uma joalheria de luto

Ao propor essas intersecções entre a joia e os mundos imaginário e real, é essencial ainda evidenciar por meio de uma perspectiva antropológica das coisas que a produção de joias é perpassada por um curso sensível e cultural. Em *A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo*. (2008, p. 89), Igor Kopytoff enfatiza a mercantilização como um processo, em que as mercadorias não devem ser apenas materialmente produzidas como coisas, mas precisam ser também “(...) culturalmente sinalizadas como um determinado tipo de coisas. Do total de coisas disponíveis numa sociedade, apenas algumas são apropriadamente sinalizáveis como mercadorias” (2008, p. 89). Ao mesmo tempo, ele destaca que a mesma coisa pode ser vista por uma pessoa apenas como mercadoria, enquanto para outra, pode representar uma série de sentidos. Esse caso é facilmente compreendido ao se contemplar as joias. “Essas mudanças e diferenças nas circunstâncias e possibilidades de uma coisa ser uma mercadoria revelam uma economia moral subjacente à economia objetiva das transações visíveis”, afirma Kopytoff (2008, p. 89).

Ele sinaliza ainda outro ponto interessante a se pensar: assim como as pessoas, os objetos acabam assumindo diferentes versões biográficas, que podem ser técnicas, econômicas, sociais, que são capazes ou não de ser culturalmente informadas. “O que faz uma biografia ser cultural não é o assunto tratado, mas como e de que perspectiva ela aborda o assunto”, sublinha Kopytoff (2008, p. 94). Assim, a cultura acaba por impor uma ordem coletivamente compartilhada, e essa ordem, do seu modo, acaba por navegar “entre a heterogeneidade de um excesso de repartições e a homogeneidade de um excesso de agregações” (KOPYTOFF, 2008, p. 97). A cultura seria a grande responsável por uma compreensão diversa dos sentidos das coisas, enquanto a mercantilização por ela mesma acaba por tornar este valor homogêneo. “A cultura assegura que algumas coisas permaneçam inconfundivelmente singulares, e resiste à mercantilização de outras coisas. Por vezes, ela re-singulariza o que foi mercantilizado” (KOPYTOFF, 2008, p. 100).

A joias de luto, que compõem a categoria reconhecida por Santos (2014) como parte das joias de afeto, podem ser consideradas objetos cujas biografias são atravessadas por perspectivas essencialmente socioculturais. Pessoas queridas e não mais presentes, tempos e lugares que de algum modo estão relacionados às mesmas podem ser lembrados por meio da imaginação, das conversas, cantigas, cheiros, conforme destaca o pesquisador e psicólogo Paulo José da Silva, em *Lembrar para esquecer: a memória da dor no luto e na consolação* (2011b, p.716): Não há saudade sem memória; o que, de algum modo,

reanima o desejo de desfrutar mais uma vez dessas presenças, “ao que se dá o nome de saudade”.

As joias de luto se apresentam como suportes ativos na composição do repertório de memórias que contam histórias e aguçam emoções, recordações, sensações e aspirações. Vale salientar que há registros que apontam a criação e o uso de joias de luto desde a Idade Média (DELORME, 2004); no entanto, elas se tornam pujantes à composição das aparências no século XIX, sobretudo no período vitoriano, que corresponde ao reinado de 64 anos da Rainha Vitória<sup>272</sup> no Reino Unido. A época era sublinhada por uma fuga da realidade, por um romantismo soturno embalado por uma série de contradições sociais que se revelavam nos desejos por uma fuga da realidade no mundo humanístico, prevalecendo a imaginação sobre o espírito crítico. As máquinas trabalhavam a todo vapor, catedrais góticas e palácios no estilo renascentista eram edificadas (NERY, 2013, p. 160).

A visão romântica anunciava uma ruptura com a poética neoclássica e com a visão racionalista, pondo o sujeito no centro com suas paixões e traços de personalidade, que comandam a criação artística. A imaginação, o sonho e a evasão; os mitos do herói e da nação; o acento na religiosidade; a consciência histórica; o culto ao folclore são traços destacados das produções artísticas e culturais românticas. A designação "romântico" apela às paixões, às desmedidas e ao subjetivismo. (ENCICLOPÉDIA ITÁU CULTURAL, 2022).

A rainha Vitória e sua união de amor explícito e companheirismo com o príncipe Albert acabam por representar todos esses elementos que contextualizam tal momento histórico. Ao completar 18 anos, em 1837, a jovem rainha herdou o trono britânico e logo começaram as especulações sobre seus possíveis maridos. Sua mãe Vitória de Saxe-Coburgo, princesa germânica, e os governantes desejavam que ela se casasse com o príncipe Ernst, seu primo e filho mais velho do Duque de Saxe-Coburgo-Gota. Mas Vitória se apaixonou pelo irmão caçula de Ernst, Albert. A atitude da rainha de investir em um casamento por amor<sup>273</sup> e, sem dúvida, sua determinação conquistaram os súditos.

---

<sup>272</sup> Coroada aos 18 anos, ela empreendeu grandes investimentos políticos, comerciais e culturais à consolidação de uma Inglaterra imperialista; esta, por sua vez, marcada por um grande progresso industrial e, ao mesmo tempo, pela exploração da mão de obra que incluía homens, mulheres e crianças. Mais conhecido como Era Vitoriana, o momento propiciou uma grande ascensão da burguesia industrial. Seu reinado (1837-1901) se tornou o maior da história da Inglaterra, impactando significativamente nos modos de vida da sociedade ocidental.

<sup>273</sup> A rainha Vitória e o príncipe Albert se casaram em 1840, a Capela do Palácio de St. James, em Londres, e passaram a morar no Palácio de Buckingham - um dos costumes perpetuados pelo casal na Família Real Britânica. Tiveram nove filhos. Os relatos históricos-biográficos apontam que Albert exerceu grande

Os dois partilhavam interesses pelas artes, patrocinando inclusive muitos artistas, que incluíam os ascendentes fotógrafos da época. Encomendaram imagens para documentar o cotidiano no palácio e, em 1854, chegaram a recriar seu casamento para uma fotografia (NATIONAL GEOGRAPHIC, 2022). Trabalharam juntos com o objetivo de fortalecer a posição da monarquia na Inglaterra e em toda a Europa, sobretudo diante da consciência dos altos custos gerados pela Família Real e pagos pelo povo. O afeto profundo demonstrado pelo casal influenciou significativamente a cultura britânica e ocidental como um todo.

Dentre os costumes e rituais que o casal popularizou é importante destacar a troca de joias entre apaixonados, que se iniciou no dia do noivado, quando o príncipe Albert ofereceu à futura esposa um anel de compromisso, marcando aquele momento tão especial. Desde então, eles celebravam cada aniversário de casamento, novo ciclo de vida e datas comemorativas, como o Natal, trocando mimos, como símbolos de amor, respeito, admiração e companheirismo (BBC NEWS, 2022).

Com o falecimento de Albert, em 1861, a rainha entrou em um luto profundo que se perpetuou por todos os anos seguintes de sua vida. Para externar sua tristeza, além de adotar o uso de roupas pretas constantemente, a rainha encomendou e passou a usar joias feitas especialmente para expressar sua dor pela perda do marido. Desde então, criou-se e popularizou-se uma etiqueta vitoriana para o luto, que reconhecia os adornos e, em particular, as joias como suportes preponderantes à constituição da aparência reveladora dos sentimentos de perda.

Figura 105 – Joias de azeviche em exposição no Museu do Traje de Madri.



Fonte: Acervo da autora, Museu do Traje de Madri (2018).

---

influência no reinado de Vitória, e converteu-se em príncipe Consorte em 1857 (marido da rainha governante) (NATIONAL GEOGRAPHIC BRASIL, 2022).

Na **Figura 105**, é possível visualizar joias de azeviche em exposição no Museu do Traje de Madri ornadas com motivos florais e religiosos - como a presença marcante de crucifixos. Tais peças de joalheria de luto ilustram a grande influência vitoriana nos costumes ocidentais para o período, em particular, para a Europa hispânica em que o catolicismo era religião de Estado.

O ritual de luto difundido pelos costumes vitorianos a partir do século XIX seguiu de forma rigorosa até o início do século XX (NADELHOFFER, 2007); e contemplava dois atos: o primeiro correspondia ao luto fechado, momento imediato à perda do ente querido; o segundo era aquele do luto aliviado, ou meio-luto, que tinha duração de doze a vinte e quatro meses (SANTOS, 2014, p. 144). Neste período, eram permitidos o uso de enfeites<sup>274</sup> em roupas em tons escuros além do preto, como roxo, lavanda, azul marinho e marrom, e adornos pessoais escuros.

Foram usadas por homens e mulheres como mementos<sup>275</sup> e forma de homenagem a ente querido falecido. Senhoras usaram abotoaduras, alfinetes, anéis, broches, brincos, chatelaines, colares, correntes, pendentes e pulseiras feitos com cabelos no período do luto aliviado. A etiqueta do traje de luto para as mulheres era bastante rígida e permeada por variadas recomendações. O tempo de permanência no luto e, portanto, da toailete adequada, dependia do grau de parentesco e proximidade com o falecido. Aos homens a etiqueta era branda, além do uso da tarja de luto, estes poderiam portar joias também, mas desde que com discrição e elegância — um par de abotoaduras, um alfinete, anel, capa de botão, chatelaine, ou pendente na corrente do relógio. (SANTOS, 2014, p. 144 -145)

Referindo-se particularmente às joias, Stephen Giles, em *Miller's Antiques Checklist: Jewellery* (2000, p. 158), elenca algumas propriedades que ajudam a identificar essa joalheria de luto: a peça incorpora normalmente na sua forma os materiais azeviche, esmalte preto, ágata preta ou outro tipo de pedra rígida preta, como o ônix; além do preto, as peças podem incluir à forma as cores branca, azul escuro ou malva; se a joia for cravejada com pedras, a pérola é uma das gemas que costuma aparecer; podem ser feitas em ouro, prata ou latão<sup>276</sup>; o design pode agregar ainda imagens memoriais ou uma inscrição; pode possuir compartimentos de vidros como cabelos, retrato em miniatura ou

<sup>274</sup> Além das roupas e das joias, a aparência do luto contemplava sapatos, guarda-chuva, bolsa – nestas, até mesmo o fecho, normalmente feito em metais e materiais preciosos, estava sujeito ao protocolo de luto (NADELHOFFER, 2007, p. 52).

<sup>275</sup> Memento no Dicionário Etimológico (CUNHA, 1982, p. 512): preces rezadas no cânon da missa; marca destinada a lembrar qualquer coisa. Do latim, *memento*, “lembra-te”, “lembrar-se”, da raiz *men-* “pensar”, com re-dobro.

<sup>276</sup> Liga de cobre e zinco que pode ter diferentes proporções de um e do outro, resultando em uma visualidade que se assemelha ao ouro.

fotografia. A maioria das joias feitas com a gema orgânica azeviche do século XIX foi produzida em Whitby, Yorkshire, na Inglaterra (GILES, 2000, p. 158).

No período, investiu-se também em outros materiais com o objetivo de imitar o efeito polido e brilhante do azeviche - a gema que mais caracteriza esse tipo de joalheria - dentre eles, o vidro preto, muito produzido inclusive na Grã-Bretanha e na França, e a madeira de carvalho preservada em turfa<sup>277</sup> e tingida de preto. O cabelo também ocupava um lugar de distinção nas joias de luto, sendo um dos elementos mais populares por ser imperecível e, por conseguinte, representar as afeições eternas envolvidas, cumprindo, de algum modo, a função de estreitar as distâncias físicas e espirituais.

O gosto e o reconhecimento dos objetos feitos de cabelos como aqueles que traduziam emoções e eram relíquias da afetividade, pelas sociedades que foram influenciadas pelas modas e modos europeus, os tornaram populares pelo mundo (...). Figuras, arranjos, inscrições, estilo, técnicas e composições foram repetidos para que as peças fossem identificadas como as de afeto e percebidas como aquelas que faziam sentido ao falar, homenagear e eternizar os laços de afetividade. Não apenas preenchiam as expectativas quanto ao sentido, mas também dialogavam com a moda e os códigos de elegância vigentes. Objetos construídos, ornamentados e bordados com cabelos tiveram linguagem própria. O cabelo é o principal elemento identitário desta linguagem, seguido dos demais elementos que foram permutados entre si a gosto de quem encomendou e/ou de quem confeccionou. E não poderia ser diferente no Brasil (SANTOS, 2014, p. 162-163).

#### 7.4 Joias de luto na Bahia do século XIX

Em meados do século XIX, os objetos de cabelos já se estabeleciam como artigos de moda e desejo, espaços autorizados para a representação de sentimentos e afetividade (SANTOS, 2014, p. 79) e, conseqüentemente, esses costumes não tardaram em atravessar o Atlântico e invadir as casas brasileiras mais elegantes e, conseqüentemente, os portajóias das famílias abastadas da aristocracia branca.

As joias de luto europeias, em particular, com evidentes influências vitorianas podem ser reconhecidas no cotidiano brasileiro - em específico, na sociedade baiana oitocentista - a partir do acervo do Museu Carlos Costa Pinto. É importante ressaltar que grande parte da coleção de joias da aristocracia branca desse acervo é datada desse período. Em pesquisa às fichas catalográficas<sup>278</sup>, foram encontrados brincos, colares, anéis, broches, pulseiras, alfinetes, abotoaduras cuja materialidade e visualidade estão

<sup>277</sup> Material orgânico natural, combustível, preto-amarronzado, composto por restos parcialmente decompostos, mas ainda estruturados de vegetais que crescem continuamente em áreas paludosas acumulando-se em depósitos que muitas vezes tem interesse econômico. Essas áreas são chamadas turfeiras e formam-se em regiões com solos impermeáveis, com afluxo de água maior do que a evaporação, pantanosas. A diagênese de turfeiras pode levar a formação de carvão mineral (GLOSSÁRIO GEOLÓGICO, 2022).

<sup>278</sup> A pesquisa guiada contou com o acompanhamento da coordenadora da instituição, Simone Trindade.

associadas à joalheria de luto. Dentre os metais e gemas, as fichas catalográficas sinalizam a preponderância do ouro, ônix e da pérola. Os padrões florais e paisagens com aspecto taciturno constituem algumas peças do Museu, feitas em mosaico e pintura, com fundo preto (**Figura 106**).

Figura 106 – Medalhão relicário ornado com flores em fundo preto; e anel com fundo preto ornado com pedras.



Fonte: Acervo da autora, Museu Carlos Costa Pinto (2022).

Uma das peças mais marcantes é o broche relicário (**Figura 107**) em formato elíptico com parte central em madrepérola retratando uma paisagem campestre com duas árvores (salgueiros chorões), em torno de uma única flor – um amor perfeito (SANTOS, 2014, p. 62).

Figura 107 – Broche relicário em ouro, madrepérola e vidro com paisagem feita em cabelos com moldura ornada em lírios, do acervo do Museu Carlos Costa Pinto



Fonte: Irina Aragão dos Santos. Museu Carlos Costa Pinto (2014).

A cena é desenhada com fios de cabelo recobertos com vidro. A moldura da joia possui ainda quatro lírios<sup>279</sup> aplicados nas laterais e folhas cinzeladas estilizadas nas partes superior e inferior.

Na composição, um único *amor perfeito*, ao centro, sugere homenagem a uma relação especial ou a alguém querido, alguém que não sai dos pensamentos, alguém presente. Mas, a flor está ladeada por dois *salgueiros chorões* — árvores, que nas peças de referência, são bastante recorrentes às cenas em que mulheres, em pranto, apoiadas em urnas funerárias, túmulos encimados por cruz, ou lápides com datas de nascimento e morte e iniciais são representados... (SANTOS, 2014, p. 63).

Outra peça bastante representativa da joalheria de luto é o medalhão elíptico de suposta origem francesa do século XIX (**Figura 108**) feito em ouro, moldura com friso em formato de pérolas e abertura posterior permitida por uma tampa de vidro. Ao centro branco da peça, foi esculpida com fios de cabelo e pequenas contas brancas uma cornucópia com a inscrição “La Paix” (a paz). Chevalier e Gheerbrant, em *Dicionário de símbolos: mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores e números* (1992, p. 288), registram que, na tradição greco-romana, a cornucópia era considerada um símbolo da fecundidade e da felicidade. Cheia de flores e frutos com a abertura para cima, e não para baixo, é um emblema de numerosas divindades, dentre elas, Baco, Ceres. Representa ainda a abundância, a constância e a fortuna. Com o passar dos tempos, tornou-se mais um atributo da liberalidade, felicidade pública, ocasião afortunada, diligência e prudência. Tem relação ainda com a esperança e a caridade, equidade e hospitalidade.

Figura 108 – Medalhão relicário em ouro e vidro, e ao centro uma cornucópia em cabelos com a inscrição “La Paix”, do acervo do Museu Carlos Costa Pinto; broche em ouro com sepultura pintada sobre a madrepérola e inscrição “Willie J Grace – January, 1853”, da esquerda para a direita respectivamente.



Fonte: Acervo da autora, Museu Carlos Costa Pinto (2022).

<sup>279</sup> O lírio é uma flor repleta de sentidos, sendo referenciada em diversas pesquisas e muito presente nos relatos bíblicos, sendo relacionada à pureza, castidade e inocência de Maria, Mãe de Jesus.

Ainda na **Figura 108**, o segundo broche, de origem inglesa, também do século XIX, exibe a imagem de uma sepultura pintada em tons de marrom na madrepérola. Além do sepulcro, a cena é concebida com uma árvore e um pássaro voando; sugerindo, de modo até mesmo resoluto, o desejo de inscrever a sua própria e inevitável morte e do outro entre suas memórias, que posteriormente serão partilhadas e perenizadas naquele adorno pessoal. A joia oval tem ainda moldura lisa com frisos; e, ao fundo, porém não menos relevante, há a inscrição “Willie J Grace – January, 1853”. As inscrições, conforme apontado anteriormente, são significativamente características à joalheria de luto, visto que conseguem potencializar através da palavra escrita os sentidos desses adornos.

Para Agostini (2011, p.175), os adornos são verdadeiros componentes instrumentais de ações simbólicas. A cultura material e os usos a ela atribuídos podem falar sobre esse movimento que mistura permanência e transformação, a partir das suas apropriações por diferentes sujeitos em contextos particulares. A autora sinaliza, assim como Kopytoff (2008) aqui citado, o papel da ambiência como elemento-chave para a compreensão dos sentidos dos objetos, sendo as culturas os vetores principais à orientação de uma ordem cognitiva coletiva e partilhada. Mas, é importante sublinhar, que esta ordem precisa ser compreendida muito mais a partir do seu aspecto sensível do que cognitivo, por envolver, como já apontado, relações intersubjetivas.

Assim, essas reflexões se mostram em harmonia também com os pensamentos do filósofo Maurice Merleau-Ponty, em *Conversas, 1948* (2004). As experiências perceptivas dos homens com as coisas, segundo o pensador, ultrapassam a competição entre normas e regras dos sistemas de significação e, por isso, nunca podem ser vistas como objetos neutros: “A forma e o conteúdo, o que se diz e a maneira pela qual se diz, não poderiam existir separadamente” (MERLEAU-PONTY, 2004, p. 59). As coisas simbolizam e evocam certas condutas, provocam reações favoráveis ou desfavoráveis, e é por isso que os gostos do sujeito, seu caráter, sua atitude em relação ao mundo e ao ser exterior podem ser lidos nos objetos que o sujeito escolhe para ter a sua volta – o que inclui significativamente as joias. A partir dessa compreensão, esses adornos pessoais podem ser entendidos como parte da constituição desse mundo percebido, formado essencialmente por conjuntos culturais e naturais, em que é impossível separá-las da sua maneira de aparecer (MERLEAU-PONTY, 2004).

Em atenção a essa condição contextual que envolve experiências perceptivas ao entendimento da cultura material, seria incompreensível não se recorrer também ao rico

acervo de joias de crioulas ou joias escravas baianas dos séculos XVIII e XIX, pertencente ao Museu Carlos Costa Pinto. As joias de crioulas - adornos reconhecidos como de design por suas condições de projeto, produção, circulação e uso (FACTUM, 2009, p. 123) - eram elaboradas para uso exclusivo das mulheres negras e mestiças, escravas, alforriadas ou libertas. Esta ourivesaria tão característica surge acompanhando o protagonismo do Brasil na produção mundial de ouro, diamantes e gemas coradas, entre 1740 e 1820. Como destaca Ana Passos, em *Joias na Bahia dos séculos XVIII e XIX* (2017, p. 11), “esta produção deu origem a uma ourivesaria das mais exuberantes já criadas”.

Entre as peças que integram o acervo da instituição estão joias de crioulas feitas em azeviche. Durante a visita à instituição, encontrou-se um correntão de crioula em ouro com figa de azeviche (**Figura 109**), feito na Bahia no século XIX - mesmo momento histórico e sociocultural da difusão de uma joalheria de luto no ocidente. A figa central apresenta punho gravado na parte superior, com friso lateral em espécie de xadrez e pulseira com ramos gravados e unhas em ouro. A presença do azeviche na composição da joia sugestiona a influência das joias de luto e seus efeitos não somente na composição das joias das mulheres brancas da aristocracia brasileira, em particular, baiana. Mas também influxos da joalheria de luto expressas através das joias usadas por mulheres negras e mestiças que viviam, à época, na Bahia.

Figura 109 – Correntão de joia de crioulas com figas em azeviche do século XIX.



Fonte: Acervo da autora, Museu Carlos Costa Pinto (2022).

De acordo com a pesquisadora (2017, p. 14), a quase totalidade das peças é realizada em ouro com variação de teor e tonalidade, com a utilização de variadas técnicas dominadas por africanos e portugueses. Dentre elas, cinzelado, forja, gravação, repuxado, filigrana e fundição. São joias extravagantes na visualidade, porém, tratando-se da materialidade, o

peso dos metais e o caráter precioso das gemas sinalizam para a leveza, se comparadas às joias das mulheres brancas.

(...) são mais leves, já que feitas de chapas e fios mais finos, portanto menos onerosas. No mais, as joias falam pouco de ser uma mulher escravizada. Brincos curtos e longos, anéis vistosos, colares de bolas e peças da religiosidade católica não se relacionam com suas variadas origens e condições de existência. As exceções são as pulseiras rígidas [pulseira tipo copo] ou flexíveis usadas aos pares lembrando algemas e os colares com elos grandes como grilhões (PASSOS, 2017, p. 15).

Pode-se afirmar que as joias de crioulas exibem uma tipologia característica, que aponta, desde então, para a configuração de uma poética própria ao design de joias nacional. Para a ambiência brasileira e, em particular, baiana, é eminente entender o vigor desses adornos únicos, por revelarem uma poética que associa resistências social, cultural, política, econômica e religiosa alicerçadas a partir de laços de afeto. Os sentidos das joias de crioulas estão entrelaçados ao universo sagrado, fantástico, sobrenatural; e anunciam as atribuições históricas e culturais destes adornos eficientes em presentificar memórias e, principalmente, relações partilhadas no imaginário coletivo por essas mulheres que sobreviviam em um ambiente patriarcal, escravagista e cristão. Era, acima de tudo, uma joalheria de enfiamento e resistência através da ostentação das aparências em uma sociedade excludente e racista.

Essa breve reflexão busca contemplar o desempenho das joias como mediadoras de presença e seus enlaces com a intersubjetividade, que constituem e revelam de forma competente memórias e afetividades. Para Peter Stallybrass, em *O casaco de Marx: roupas, memória e dor* (2016), as joias podem nos comover e, embora elas tenham uma história, elas resistem à história de nossos corpos. São duradouras e, por isso, ridicularizam nossa moralidade, imitando-a apenas no arranhão ocasional. Pensando-os como memória, esses adornos servem como “pontos de apoio de que nos servimos para fugir de um presente insuportável” (STALLYBRASS, 2016, p. 35). Dentre eles, lança-se aqui um olhar especial à joalheria de luto e seu papel de perenizar relações, afeições, mesmo que – no trilhar do caminho – algumas transmissões se percam. Afinal, mesmo diante da mais caótica transmissão, alguma coisa sempre acaba chegando ao destino, revela o biógrafo Stallybrass (2016, p. 38):

Quem vai ficar com a escrivainha da mãe de minha mãe? Quem vai cuidar dela? Quem vai ficar com o retrato do meu pai mexendo no toca-discos com o irmão? No começo, eu achava que eram questões cansativas. Para um bom pós-cartesiano, tudo parecia muito grosseiramente material. Mas, é claro, eu estava errado e eles, certos. Pois a questão é: quem lembrará minha avó? Quem lhe dará um lugar? Que espaço, e de quem, meu pai habitará? (STALLYBRASS, 2016, p. 38)

À vista dessas percepções, a joalheria de luto é apreendida como suporte na formulação das associações entre a imagem fixada, a imagem mental e a imagem-lembrança que configuram as conexões entre os mundos real e imaginário. Pode-se admitir, a partir dos pensamentos expostos de Sartre (1996), que as joias de luto são eficientes em contextualizar a consciência imaginante que transborda do que se considera o enigma da ausência. A própria condição do luto se apoia em dois princípios: reter e dispensar. É, sobretudo, o que aponta Yan Bezerra de Moraes, em *A morte, o luto e a memória: possibilidade de compreensão sociocultural e histórica* (2014, p. 88): “A memória deve ser pensada como a relação entre o conservar lembranças e o esquecer delas, ações estas que estão diretamente relacionadas com o contexto social do agente do processo”. O autor faz inclusive referência a Halbwachs (1990) ao destacar que a memória não deve ser compreendida de forma isolada, mas a partir do vínculo homem-sociedade, já que o ato de lembrar ou esquecer é coletivo.

As joias de luto se unem, portanto, aos meios hábeis em manter vivas na consciência imaginante as pessoas que já não estão no mundo considerado real. A partir da observação empreendida ao acervo de Artes Decorativas do Museu Carlos Costa Pinto, é possível assegurar que, no Brasil, especificamente, as roupas, objetos pessoais e, em particular, as joias sempre se mostraram relevantes à conformação e preservação das memórias, sempre guardados e transmitidos entre gerações com traços que demonstram respeito, apreço, admiração, ternura e apego.

### **7.5. Nem tudo que reluz é ouro**

Como adornos ágeis em mediar presença e afetos, as joias se mostram habilidosas em despertar, simultaneamente, agrado, deleite, paixão, desejo, inveja, ganância, dor através da sensibilidade e percepção dos sujeitos mundanos. Para uma percepção dessa energia contraditória, porém vital à noção da joia, recorre-se a significância visual do ouro, que exhibe o prestígio do adorno como meio de realce da personalidade. Essa visualidade do ouro se faz imperativa à compreensão da permanência valorativa deste metal precioso, além das pedras preciosas, no campo de interação entre os indivíduos de determinados grupos sociais, econômicos e culturais na sociedade contemporânea. Diante de um universo tão polarizado e influente, é essencial meditar sobre a atividade primária, responsável por ascender às mãos humanas objetos tão controversos: o garimpo.

“As joias são as correntes que prendem o homem à eternidade (...). O eterno contém a alegria e a dor do prisioneiro e do escravo”, afirma Flávio de Carvalho, em *A moda e o novo homem* (2010, p. 255). Ele recorre ainda à lenda de Pandora - na mitologia, a Eva dos gregos, filha primogênita de Zeus - para estampar de uma maneira lúdica a força e presença da joia nas relações de socialidade humana. Pandora é a amiga do ornamento e do luxo, a mulher mais perfeita, fútil e falsa. Em uma caixa, ela guardava todos os males do mundo em forma de joias. Não resistindo à própria curiosidade, Pandora abriu a caixa, espalhando todos os males no mundo (senilidade, insanidade, doença, inveja, paixão, vício, praga, fome etc.), dando início à Idade do Ferro, onde nos encontramos hoje. Através da conhecida fábula contada, no século VII antes de Cristo, pelo poeta grego Hesíodo, Flávio de Carvalho apresenta as joias como adornos que simbolizam as mazelas, os infortúnios que continuamente atormentam a existência humana.

Por outro lado, seria também a partir deste jogo das socialidades que o sujeito evidencia seu desejo de cativar o outro, estabelecendo-se uma troca imanente à sua presença no mundo. Conforme já exposto através de Simmel (2008, p. 59), acentua-se essa vontade humana de causar alegria aos outros, mas, ao mesmo tempo, deseja-se que esta estima regresse para si mesmo como reconhecimento e respeito e, com efeito, sejam atribuídos à personalidade como um valor. O altruísmo inicial de querer agradar, causar contentamento é superado por essa tal necessidade sobressalente de diferenciar-se diante dos olhos dos outros. “Queremos ser o objeto de uma atenção que não se reparte com os outros – até sermos por eles invejados. Aqui o agradar converte-se em meio da vontade de poder”, continua Simmel (2008, p. 59).

Simmel (2008, p. 60) reforça ainda a curiosa contradição de que o sujeito precisa do outro como caminho para a construção do seu sentimento de si sobre a consciência de que o mesmo outro tem que lhe estar subordinado. Nas suas reflexões, outro aspecto que merece ser frisado é como uma ação que pretende pôr em relevo a personalidade do sujeito consegue alcançar seu propósito “tão-só” através do deleite que oferece aos outros. É notável acentuar que um dos grandes atributos do adorno é alcançar essa percepção não como algo compulsório, mas através do prazer, do entusiasmo, da aprovação. O adorno - supérfluo em si mesmo, disposto sempre a fiar relacionamentos - amplia a liberdade e o caráter dos sujeitos em uma convergência, ao mesmo tempo, egoística e altruística.

O adorno é o simplesmente egoístico, porquanto faz sobressair quem o tem, apoia e intensifica o seu sentimento de si à custa dos outros (de facto, o adorno idêntico de todos já não serviria para adornar o indivíduo); ao mesmo tempo, porém, ele é altruístico, que dá aos outros o seu aprazimento – enquanto o próprio

portador pode dele fruir só no instante do auto espelhamento – e só com o reflexo deste dar ganha valor o adorno. (SIMMEL, 2008, p. 60)

A atividade do garimpo representa efetivamente esse turbilhão de emoções subjetivas e conflitantes que tomam o ser humano ao ser impactado pela visualidade dos metais e pedras preciosos. De acordo com Fabio Lamachia, em *Pedras preciosas do Brasil* (2011, p. 23), “a palavra ‘garimpo’ surgiu como uma expressão no início do século XIX em Diamantina – Minas Gerais. Era utilizada para designar a mineração clandestina, assim como garimpeiro passou a ser quem a exercia”. São homens simples, que em busca de um sonho, trabalham em condições degradantes, inconcebíveis para a natureza humana. Arriscam-se perseverando todos os dias pela descoberta de uma pepita<sup>280</sup> de ouro, de uma pedra preciosa que pode mudar suas vidas. Na abertura do seu livro, Lamachia (2011, p. 14) destaca uma frase bastante emblemática sobre ser garimpeiro: “É fácil o homem virar garimpeiro. O difícil é ele voltar a ser homem” (Ivan, 73 anos, garimpeiro de diamantes na Chapada Diamantina, Bahia).

Lado a lado à beleza, ao brilho das joias, que afaga a alma e o corpo, faz-se presente a maneira como os metais e as pedras preciosas são extraídos da natureza. Trabalho árduo, arriscado, mas que atrai milhares de pessoas enfeitiçadas pelas experiências que o garimpo anuncia. Sentimentos percebidos, inclusive, nas paisagens áridas e sisudas que se formam nas regiões de exploração de minérios, seja por grandes empresas de mineração, pelo garimpo regular e, sobretudo, irregular.

Os versos memorialistas de Carlos Drummond de Andrade<sup>281</sup> revelam o incômodo e a tristeza do poeta com os impactos e transformações ambientais, sociais, econômicos provocados pela intensa atividade mineradora na sua cidade natal Itabira<sup>282</sup> (interior das

<sup>280</sup> Nome que se dá a um metal encontrado em estado nativo, normalmente em grão ou palheta.

<sup>281</sup> Carlos Drummond de Andrade (1902-1987) é um dos maiores nomes da poesia brasileira. O também cronista e farmacêutico era filho dos proprietários rurais mineiros, Carlos de Paula Andrade e Julieta Augusta Drummond de Andrade. Sua obra, caracterizada pelo período modernista, é marcada por muitos questionamentos socioculturais, com um olhar apurado para o cotidiano, o mundo a sua volta.

<sup>282</sup> Além da forte referência ao poeta, Itabira (MG) - município a 107 km de Belo Horizonte - é conhecida até os dias de hoje como a “cidade do ferro”, marcada pela grande exploração de minério realizada, principalmente, por grandes empresas. A cidade é cercada por barragens e, com efeito, por grandes depósitos de rejeitos da atividade mineradora. Uma das principais mineradoras brasileiras tem seu surgimento ligado inclusive à cidade: a multinacional Vale, responsável, na história recente, por duas grandes catástrofes ambientais mundiais. A primeira foi o rompimento da barragem da cidade de Mariana, em 2015, com 19 vítimas fatais. O segundo aconteceu no município de Brumadinho, no ano de 2019, com mais um rompimento de barragem deixando 272 pessoas mortas, cerca de 160 pessoas desaparecidas e dezenas de famílias desabrigadas. O risco de novos rompimentos é uma ameaça constante à população dessas regiões acometidas pela presença de volumes de rejeitos de mineração, como afirma a reportagem veiculada no Jornal Nacional (TV Globo), em 13 de janeiro de 2022: “Três barragens de resíduos da Vale em Minas Gerais correm o risco iminente de rompimento. Elas estão localizadas em Ouro Preto, Barão de Cocais e Nova Lima. A própria Vale alertou o governo estadual para os riscos”.

Minas Gerais), como posto em seu poema *Uma montanha pulverizada* (ANDRADE, 2001):

*Chego à sacada e vejo a minha serra,  
a serra de meu pai e meu avô (...).  
Era coisa de índios e a tomamos  
para enfeitar e presidir a vida  
neste vale soturno onde a riqueza  
maior é a sua vista a contemplá-la (...).  
Esta manhã acordo e não a encontro,  
britada em bilhões de lascas (...),  
entupindo 150 vagões (...),  
foge minha serra vai,  
deixando no meu corpo a paisagem  
miseró pó de ferro, e este não passa.*

Já na sua crônica *Vila da Utopia* (1933), o poeta retrata com maestria a evolução da cidade de Itabira desde o século XVIII, época do ciclo do ouro no Brasil em que a região se constituiu como um dos primeiros sítios de exploração de minérios da Colônia; passando pelo século XIX, quando surgiu como freguesia em 1827, até se estabelecer como cidade, em 1848. A região ficou conhecida, principalmente, pela extração do minério de ferro, com a atuação intensa de grandes conglomerados multinacionais, que transportavam toneladas de ferro “entupindo” os vagões que cortavam a todo instante as serras mineiras. Segundo Lamachia (2011, p. 24), “o Brasil é, há alguns anos, indiscutivelmente, o maior produtor de pedras preciosas do mundo, não somente em termos de quantidade, mas também de variedade e qualidade”.

Porém, essa história de corrida pelo ouro em terras brasileiras não é recente. Faz parte, essencialmente, da constituição do país. As principais investidas tiveram início, no século XVI, quando os portugueses chegaram ao sul do atual estado da Bahia. As expectativas em torno das riquezas das novas terras eram imensas e mobilizavam as nações que lideravam as grandes navegações, entre elas, Portugal.

A partir da leitura das anotações cuidadosas de Pero Vaz de Caminha, Mara Rúbia Sant’Anna, em *O Brasil por suas aparências - Sociabilidades coloniais: entre o ver e o ser visto* (2016), assinala, ademais, o olhar sutil, todavia bastante revelador de um dos indígenas convidados pelos portugueses a passar a noite a bordo da nau quando já estavam aportados na baía de Porto Seguro (Bahia). De acordo com Sant’Anna (2016, p. 21), os dois indígenas convidados estranharam as comidas e bebidas ofertados pelos portugueses.

Contudo, “admiraram-se com as contas de um rosário e deram destaque ao colar de ouro que o capitão trazia ao pescoço e a um castiçal de prata. Tal atenção levou Caminha a interpretar que haveria aqueles metais preciosos na terra ocupada”

(SANT'ANNA, 2016, p. 21). Destaca-se, nessa descrição da Carta de Pero Vaz de Caminha, o olhar de reconhecimento dos nativos indígenas sobre os metais preciosos, percebido, por sua vez, pelos portugueses que ali estavam. Um olhar, conforme pontuado por Sant'Anna, nem um pouco inocente, no entanto, desconfiado com a suposta cordialidade dos recém-chegados.

Começavam ali as investidas de dominação pelos portugueses através da desqualificação cultural dos povos originários, sobretudo, ao relatarem a *composição da aparência* dos homens da terra como pobres coitados que precisavam se tornar cristãos, cobrir seus corpos, aceitarem sem contestar as imposições de “uma forma de agir no mundo – de ver e fazer coisas, de parecer mais do que ser” (SANT'ANNA, 2016, p. 24). Um dos primeiros gestos pretensiosos dos recém-chegados foi presenteá-los com camisas e carapuças de linho com o intuito de cobri-lhes suas “vergonhas como eles cobriam as suas”. Como pontuado por Sant'Anna, desde o primeiro contato, a resistência nativa se mostrou sutil, mas enfática. No instante em que se juntaram aos seus, os indígenas desfizeram-se das roupas e dos adornos presenteados e voltaram à nudez. “O olhar que os aproximou, a partir de então, começava a distanciá-los” (SANT'ANNA, 2016, p. 23).

Portugal estava ansioso por aumentar seus ganhos em ouro para, assim, girar ainda mais seus negócios no continente europeu. Apesar das intensas incursões marítimas na África e nas chamadas Índias Orientais e Ocidentais, os metais preciosos que circulavam no continente europeu - sobretudo, o ouro - eram considerados insuficientes. Contudo, o início da exploração das terras brasileiras não foi como esperado pelos colonizadores, já que o metal precioso tão almejado não tinha se revelado até então na *Terra Brasilis*<sup>283</sup>.

Desse modo, a economia da Colônia precisou se desenvolver, nos primeiros tempos, apoiada em movimentos bastante característicos: o Ciclo do Pau Brasil, logo após o descobrimento, no século XVI, através da extração de madeira na região litorânea (atividade essencialmente política, a fim de garantir a Portugal o controle territorial); e o Ciclo do Açúcar, em pleno século XVII, quando a Coroa decidiu investir em grandes canaviais para a produção de açúcar (especiaria de alto preço na Europa), utilizando mão de obra escravizada sob o comando de Senhores de Engenho. Com a expulsão dos holandeses, em meados do século XVII, e o declínio da economia açucareira - impactada pela concorrência com a produção da Holanda nas Antilhas através de técnicas aprimoradas de refino - ressurgiu nos portugueses o sonho de encontrar metais preciosos em grande

---

<sup>283</sup> Expressão utilizada para denominar o território brasileiro à época para as grandes navegações, séculos XVI e XVII.

escala no Brasil. Até que, no século XVIII, após dois séculos de dominação portuguesa, foram encontradas as primeiras jazidas de ouro na região das Minas Gerais.

Lucas Figueiredo conta, em *Boa ventura! A corrida do ouro no Brasil [1697-1810]: a cobiça que forjou um país, sustentou Portugal e inflamou o mundo* (2011, p. 117), que não houve um primeiro descobridor, mas vários, principalmente, a partir de 1693, após uma mudança na legislação por parte da Coroa que beneficiava os descobridores com a posse definitiva da mina. E, “como num passe de mágica”, os paulistas, na figura dos bandeirantes<sup>284</sup>, começaram a encontrar ouro de forma intensa na serra do Espinhaço (região central de Minas Gerais). Uma das regiões onde se encontrou maior volume do metal reluzente foi aos arredores do ribeirão Tripuí: “Foi nele que Antônio Dias jogou seus pratos e encontrou um ouro sem brilho, escuro que os bandeirantes não titubearam em chamá-lo de ouro preto” (FIGUEIREDO, 2011, p. 120).

Foi nesse local, conhecida hoje como cidade de Ouro Preto, que o explorador Antônio Dias extraiu suas primeiras pepitas. “Tinha uma formação geológica rara. Nela, ficavam as lavras mais ricas daquela massa gigante de ouro”, destaca Figueiredo (2011, p. 120). Nas palavras do governador do Rio de Janeiro à época, Artur de Sá, o ouro, avaliado pelos ourives, era de excelentíssima qualidade (23 quilates). Como consequência, houve um movimento migratório significativo para as regiões das minas.

Os comerciantes de São Paulo e Bahia, por sua vez, atentos às necessidades das multidões de estrangeiros e colonos que sonhavam com o ouro de aluvião - encontrado no barranco das margens dos rios ou em seu leito - passaram a oferecer seus produtos aos exploradores. Porém, nem todos conseguiam desbravar o difícil acesso. “Resultado: os alimentos eram disputados pelos montanheses, fazendo com que os preços disparassem (...). Quem quisesse comer um queijo ou uma galinha, precisava desembolsar o correspondente a 25 dias de trabalho”, afirma Figueiredo (2011, p.137). A situação somente se agravava com a falta de alimentos em geral, fazendo com que se comesse de tudo, chegando ao ponto de matarem-se uns aos outros na disputa por uma simples cuia de farinha.

Quem conseguia vencer a fome, precisava ainda escapar das epidemias de bexiga (varíola) e das enchentes. Também tinha de rezar para não dar de cara com os bandidos-abutres que saqueavam os mortos e assaltavam os semivivos. (FIGUEIREDO, 2011, p. 139)

---

<sup>284</sup> Ficaram assim conhecidos por empreenderem várias expedições denominadas “bandeiras”, com o objetivo de explorar os sertões coloniais e capturar indígenas para exploração como mão de obra escravizada.

Ao preço de muita fome, mortes, violência, ambição, resistindo a condições miseráveis de sobrevivência, a exploração do ouro alcançou um volume anual de 10,6 toneladas, na década de 1730, sendo que aproximadamente 200 gramas desse ouro era resultado da produção de mão de obra negra escravizada. Como enfatiza Figueiredo (2011, p. 280), “o ouro que moldou o Brasil e encantou a Europa foi o mesmo que provocou um desastre na África. A corrida do ouro contribuiu largamente para uma das maiores tragédias da humanidade: a escravidão negra”.

Todavia, a ganância desregrada e irrefletida dos exploradores, sobretudo da Coroa portuguesa, fez com que, na primeira década do século XIX, a corrida do ouro atingisse o ápice da sua decadência. O enterro, de acordo com Figueiredo (2011, p. 326), aconteceu em 12 de agosto de 1817, quando D. João VI assumiu que o sistema que bancara quatro gerações da Coroa tinha desmoronado, reconhecendo a decadência das Minas Gerais. E anunciou uma inversão total nas regras de exploração do setor: a prioridade da exploração do setor aurífero seria, a partir de então, das sociedades abertas, das grandes mineradoras controladas, principalmente, por estrangeiros.

Saíam de cena os homens que se moviam mais pela cobiça, do que pela sensatez. E entravam no palco, também com cobiça, mas guiadas pela razão, as empresas estrangeiras, majoritariamente inglesas, de nomes como Imperial Brazilian Mining Association, Anglo-Brazilian Gold Company e Reid, Irving & Company. (FIGUEIREDO, 2011, p. 326)

## 7.6. Tudo que reluz agora deve ser leve

As perturbações social, política e econômica sempre povoaram o universo de disputa que envolve a atividade do garimpo. No entanto, no primeiro ciclo minerário brasileiro, havia uma ideia imaginária em torno da figura do garimpeiro como desbravador nacional, que estava associada à “riqueza do ouro e a conquista das fronteiras políticas da nação” (BARBOSA, 1991, p. 229). Contudo, “garimpo e garimpeiro aparecem hoje, no nosso imaginário, como agentes de poluição mercurial, destruição de sociedades indígenas e várias outras formas de enfrentamento”, são considerados “vilões da sociedade brasileira contemporânea”, conforme ressalta Barbosa em artigo *Garimpo e meio ambiente: águas sagradas e águas profanas* (1991, p. 229-230):

Quando ressurgiram no imaginário nacional, no fim da década de 1970, encontraram não mais um Brasil por fazer e desbravar. Garimpo e garimpeiros não eram mais sinônimos de assentamento, de civilização, de nação em movimento. Defrontaram-se com um país já feito e em busca de uma nova identidade. A experiência histórica do passado não encontrou mais legitimidade no presente (...), onde não parece haver lugar para uma atividade e um agente econômico com as características que lhes são atribuídas. Hoje, no interior do campo da exploração dos recursos minerais da nação, fala-se sobre garimpo e garimpeiros por oposição explícita e exclusiva às sociedades indígenas, ao meio

ambiente e às empresas de mineração. Independentemente desses interlocutores eles não possuem qualquer legitimidade ou identidade positiva. Nesse contexto, a atividade garimpeira poderia ser considerada na contramão da história. O que ela tem para oferecer, não é, no momento, considerado suficientemente valioso em relação ao que ela tem para tirar ou destruir.

Impossível não citar a corrida por ouro em Serra Pelada, no Pará, sobretudo entre os anos de 1980 e 1983. A região, localizado na serra dos Carajás, ficou conhecida como o maior garimpo a céu aberto do mundo, atraindo milhares de pessoas (“formigueiro humano”) na busca, mais uma vez, pelo metal precioso. Atualmente, sua paisagem exhibe os prejuízos de mais uma exploração apoiada em atritos entre garimpeiros, grandes mineradoras e Estado. Suas águas seguem invadidas pelo mercúrio<sup>285</sup> e suas terras se transformaram numa grande cratera árida. Estima-se que aproximadamente 45 toneladas de ouro foram extraídas desde sua inauguração até o fechamento oficial em 1992.

Figura 110 – O “formigueiro humano” de Serra Pelada pelo olhar do fotógrafo brasileiro Sebastião Salgado nas duas imagens: À esquerda, garimpeiro e policial militar anônimos em situação de confronto; e à direita, o esforço inenarrável desses homens em busca de um sonho.



Fonte: Incrível História, (<https://incrivelhistoria.com.br/sebastiao-salgado-serra-pelada/>), (2022).

De acordo com Salvador Tavares de Moura, em sua dissertação *Serra Pelada: experiência, memórias e disputas* (2008, p. 109), o local imerso na selva amazônica é caracterizado por uma tensão persistente entre lembrança e esquecimento que faz parte do processo de constituição de memórias produzidas no campo dos enfrentamentos atuais.

O silenciamento quanto aos direitos trabalhistas, previdenciários e indenizatórios, do qual os trabalhadores foram espoliados, por parte das cooperativas e de suas lideranças é parte do próprio embate (...) fazendo vir à tona lutas, disputas e confrontos não resolvidos que permanecem e influenciam nos destinos sociais desses homens. (DE MOURA, 2008, p. 109)

O garimpo, em tempos da leveza, se apresenta como uma atividade em processo de reinvenção a fim de conseguir manter-se formal, aceitável e compreendida em meio a uma

<sup>285</sup> No Brasil, o mercúrio é utilizado em larga escala, desde os tempos da Coroa, para separar o ouro dos outros materiais, como ferro e cobre.

perspectiva negativa, considerada por muitos setores sociais como inóspita. Segundo Gilles Lipovetsky, em *Da leveza* (2016, p. 19), “vivemos uma imensa revolução do mundo material, na qual as tecnologias e os mercados remetem muito mais às lógicas do leve do que às do pesado. E esta dinâmica se complementa numa revolução simbólica”. O leve passa, então, a adquirir um valor positivo, relacionado à mobilidade, ao virtual, ao fluido, ao respeito ao outro e ao meio ambiente. Segundo Lipovetsky (2016, p. 111), a sociedade atual está associada a um novo modelo de aceleração do ritmo de mudanças técnicas, sociais e culturais.

Ganhar tempo é preciso, mas também é necessário diminuir o peso dos objetos e torná-los mais móveis, reduzir a quantidade de matéria utilizada, fabricar micro e nano-objetos, substituir a troca de produtos físicos pelos fluxos eletrônicos nas redes. Estamos numa sociedade em que o princípio da aceleração reveste-se de outro princípio, o *princípio da leveza* (LIPOVETSKY, 2016, p. 111, grifos do autor).

Mas essa revolução da leveza encontra em alguns campos obstáculos para uma conciliação com esse novo mundo do leve. “Sob a desmaterialização impõe-se o peso da poluição, das indústrias extrativas e da rematerialização por meio do consumo”, destaca Lipovetsky (2016, p. 134). Esse é, com certeza, o lugar para se pensar a extração dos metais e pedras preciosas, como resultado de um processo de alto acúmulo de resíduos. O controle do uso do mercúrio é um dos principais desafios. Existem diversos estudos que comprovam os males físicos deste metal, além do seu impacto ambiental. Nos garimpos que se mantêm de modo irregular, a evaporação do mercúrio por aquecimento gera grandes quantidades de vapor deste metal, que é lançado na atmosfera e nas águas dos rios e mares, viajando longas distâncias. Quando inalado, o mercúrio prejudica os sistemas imunológico e nervoso central, tireóide, rins, pulmões e olhos<sup>286</sup>.

Em reportagem “*Bolívia tem papel central no mercúrio usado pelo garimpo ilegal*”, produzida pela agência de notícias alemã DW (Deutsche Welle) e publicada no portal de notícias UOL, em 16 de julho de 2022, destaca-se a investigação sobre a rota do mercúrio como sendo um dos principais focos de atuação das Organização das Nações Unidas (ONU)<sup>287</sup> na atualidade. O Brasil é visto com preocupação pela ONU por perceber

---

<sup>286</sup> A população está exposta desde a ingestão de peixes, vegetais, passando pelo uso de alguns tipos cosméticos e produtos de higiene pessoal. As lâmpadas fluorescentes, tintas, baterias, amálgamas utilizadas pelos dentistas e termômetros também contêm mercúrio.

<sup>287</sup> Organização intergovernamental criada, em 1945, para promover a cooperação internacional, onde todas as nações do mundo buscam se reunir a fim de debater sobre problemas comuns e encontrar soluções compartilhadas que beneficiem a humanidade como um todo. Hoje, é composta por 193 Estados Membros (UNITED NATIONS, 2022).

o grande avanço do garimpo ilegal no país impulsionado pela política do atual governo federal<sup>288</sup> que tende a uma flexibilização nas atividades exploratórias, inclusive com a possível abertura das terras indígenas para mineração, atividade petrolífera e outros grandes empreendimentos.

"Bolívia tem papel central no mercúrio usado pelo garimpo ilegal" - Metal costuma chegar à América Latina legalmente pela Bolívia, onde sua importação é liberada. De lá, segue por rotas clandestinas para garimpeiros na Amazônia, deixando rastro de violência e danos, diz relator da ONU. Antes de chegar nos garimpos ilegais de ouro na Amazônia, o mercúrio, uma substância tóxica, chega legalmente à América Latina. E a porta de entrada mais comum é a Bolívia, de onde o metal pesado é distribuído por vias ilegais para os países da região. (UOL, 2022)

Segundo Marcos Orellana (UOL, 2022), relator das Nações Unidas sobre substâncias tóxicas e direitos humanos, “o mercúrio foi reconhecido pela comunidade internacional como uma das substâncias perigosas mais graves e mais urgentes de serem abordadas”. Para tanto, foi criada a Convenção de Minamata<sup>289</sup> sobre o mercúrio, com o objetivo de fazer frente a esse problema cuja dimensão é global, salienta Orellana (UOL, 2022):

Porque o mercúrio não se degrada, ele persiste no meio ambiente. Além disso, ele tem uma capacidade de ser transportado por longas distâncias. O mercúrio que é dispensado em um país cruza fronteiras e afeta pessoas em outros países. Sob a perspectiva dos direitos humanos, é extremamente preocupante a dimensão de justiça ambiental. Comunidades indígenas, por exemplo, que não praticam o garimpo, são afetadas em seus corpos e em sua cultura pelo mercúrio despejado por garimpeiros ilegais nos rios, o que causa contaminação nas águas e nos peixes, alimento do qual dependem as comunidades ribeirinhas e indígenas.

As rotas de garimpo são ambientes de disputas políticas, econômicas, sociais e culturais marcadas pela violação de direitos humanos. Os povos originários estão entre os mais acometidos pelos impactos imensuráveis da atividade exploratória clandestina, a exemplo, a luta do povo Yanomami contra a devastação das suas terras causada pelo garimpo ilegal. Segundo dados do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE), divulgadas em 11 de fevereiro de 2023, no portal da Isto é, houve aumento de 787% no garimpo ilegal em terras indígenas em seis anos – entre os anos de 2016 e 2022. Além das terras dos Yanomami, em Roraima, as reservas Sai-Cinza, Munduruku, Baú, Kayapó,

<sup>288</sup> Refere-se aqui ao mandato do Presidente Jair Bolsonaro, que tomou posse em janeiro de 2019.

<sup>289</sup> Acordo ambiental que entrou em vigor em agosto de 2017. Seu objetivo é proteger a saúde humana e o meio ambiente dos efeitos adversos do mercúrio, que pode causar uma série de prejuízos à saúde, desde malformações congênitas a doenças renais. O tratado inclui as liberações antropogênicas de mercúrio em todo o seu ciclo de vida: mineração, importação e exportação, produtos e processos, emissões para a atmosfera, liberações para o solo e a água, locais contaminados, gerenciamento de resíduos e muitos outros (UN ENVIRONMENT PROGRAMME, 2022).

Apyterewa e Trincheira/Bacajá, todas no Pará, também foram afetadas (ISTO É INDEPENDENTE, 2023).

Com a maior parte dos 10 milhões de hectares aproximados distribuídos no Amazonas e em Roraima (Norte do Brasil), a terra Yanomami tem 371 comunidades de difícil acesso espalhadas ao longo da floresta amazônica. O povo Yanomami é considerado de recente contato com a população não-indígena, porém, o acesso custoso à comunidade não impede o avanço acelerado do garimpo ilícito. Iniciada em 1977, a demarcação e homologação do território Yanomami aconteceu somente em 25 de maio de 1992, completando, em 25 maio de 2022, 30 anos. Uma grande conquista para a comunidade formada pelos grupos Yanomae, Yanomami, Sanima e Ninam, representando uma população de 28.141 indígenas. A reserva enfrenta a invasão garimpeira desde a década de 1970 e estima-se que hoje cerca de 20 mil garimpeiros exploram a região de forma contrária à lei (G1 GLOBO, 2022).

Figura 111 – Canteiro de garimpo no Uraricoera, na terra indígena Yanomami.



Fonte: G1 Globo, (<https://g1.globo.com/rr/roraima/noticia/2022/05/25/terra-yanomami-completa-30-anos-com-maior-devastacao-da-historia-causada-pelo-garimpo.ghtml>), (2022).

Em entrevista concedida ao repórter Vicente Vilaradaga, veiculada no portal da revista ISTO É (2022), o sertanista, etnógrafo e ex-presidente da Fundação Nacional do Índio – Funai (entre 1991 e 1993) Sydney Possuelo salienta o aumento da violência contra os povos da floresta e chama a atenção para o ineficaz papel político, social e cultural da Funai<sup>290</sup>, atualmente, como “um órgão inoperante e anti-indígena”. Possuelo é visto como

<sup>290</sup> A proposta do governo de Luiz Inácio Lula da Silva, que tomou posse em 01 de janeiro de 2023, é garantir à Funai o exercício do seu papel essencial como órgão indigenista oficial do Estado brasileiro, após o apagamento da instituição por parte do governo anterior, durante o mandato do ex-presidente Jair Messias Bolsonaro (2018-2022). Criada por meio da Lei nº 5.371, de 5 de dezembro de 1967, vinculada ao

uma das principais fontes conhecedoras de grupos indígenas isolados do país, tendo uma grande participação no processo de demarcação das maiores reservas nacionais, como a Yanomami e a do Vale do Javari.

Em 05 de junho de 2022, as mortes do indigenista Bruno Pereira, funcionário licenciado da Funai, e do jornalista inglês Dom Phillips, que preparava um livro sobre a Amazônia, refletem o contexto de violência instalado na grande área da densa floresta amazônica. Após saírem em expedição pela região amazônica do Vale do Javari, motivada pela escrita de um novo livro de Phillips, os dois foram assassinados de forma brutal, seus corpos foram levados para a mata, esquartejados e, em seguida, queimados (G1 GLOBO, 2022).

O líder indígena, um dos mais influentes pensadores contemporâneos, Ailton Krenak, em *Ideias para adiar o fim do mundo* (2020, p. 45), afirma que todos precisam despertar diante das ameaças de ruptura ou da extinção dos sentidos das vidas. Se durante um tempo eram os povos indígenas os grandes comprometidos, hoje, todos os povos, sem exceção, estão diante da iminência de a Terra não suportar a imensa e interminável demanda:

Como disse o pajé yanomami Davi Kopenawa, o mundo acredita que tudo é mercadoria, a ponto de projetar nela tudo o que somos capazes de experimentar. A experiência das pessoas em diferentes lugares do mundo se projeta na mercadoria, significando que ela é tudo o que está fora de nós. Essa tragédia que agora atinge a todos é adiada em alguns lugares, em algumas situações regionais nas quais a política – o poder político, a escolha política – compõe espaços de segurança temporária em que as comunidades, mesmo quando já esvaziadas do verdadeiro sentido do compartilhamento de espaços, ainda são, digamos, protegidas por um aparato que depende cada vez mais da exaustão das florestas, dos rios, das montanhas, nos colocando num dilema em que parece que a única possibilidade para que as comunidades humanas continuem a existir é à custa da exaustão de todas as outras partes da vida. (KRENAK, 2020, p. 45-46)

Krenak (2020, p. 40-42) cita o Rio Doce, chamado pelo povo Krenak de Watu, “nosso avô (...) esse rio que sustentou nossa vida”, com extensão de 600 km entre os estados de Minas Gerais e Espírito Santo, “está todo coberto por um material tóxico que desceu de uma barragem de contenção de resíduos, o que nos deixou órfãos e acompanhando um rio em coma”. Aqui, ele se refere exatamente ao rompimento da barragem de Brumadinho, em 2019, referenciada anteriormente. Nesse seu livro-manifesto, um questionamento essencial se faz presente: “Qual é o mundo que vocês estão agora empacotando para deixar às

---

Ministério dos Povos Indígenas, é a coordenadora e principal executora da política indigenista do governo federal. Sua missão institucional é proteger e promover os direitos dos povos indígenas no Brasil. A advogada e ex-deputada federal Joenia Wapichana foi nomeada como a nova presidente da fundação, sendo a primeira mulher indígena à frente do comando do órgão.

gerações futuras? Que mundo e que serviço de delivery você está pedindo? ” (KRENAK, 2020, p. 68). Para ele, a natureza deveria ser admitida por todos como uma imensa multidão e formas, que inclui cada pedaço dos sujeitos que aqui habitam.

Para Livia Barbosa, em *Garimpo e meio ambiente: águas sagradas e águas profanas* (1991, p. 231), o aparecimento e aprofundamento de uma consciência ecológica no Brasil têm uma importância fundamental na nossa cultura e no nosso pensamento político. A autora ressalta inclusive a mudança de discurso das lideranças garimpeiras em relação ao uso do mercúrio e seus danos ao meio ambiente, com a ampliação de conhecimentos técnicos; “mas também o poder do ecologismo de delimitar espaços, físicos e simbólicos, para todas as atividades e grupos no cenário político atual”. Segundo ela (1991, p. 237), a natureza migrou da posição de objeto para ser sujeito dotado de subjetividade e identidade. Essa natureza, desse modo, precisa ser ouvida e compreendida. Como marcos que podem ser considerados de resistência nas relações de enfrentamento que caracterizaram o campo de interação entre grupos ambientalistas, órgãos governamentais responsáveis pelo meio ambiente e a comunidade garimpeira, Livia Barbosa (1991, p. 231) relembra a atitude de José Altino Machado que, em 1987, ingeriu mercúrio em frente às câmeras da TV, com o objetivo de demonstrar que este não causava qualquer dano à humanidade.

De algum modo, o comportamento pretendia desacreditar as manifestações dos ambientalistas e todos os agentes envolvidos nas tentativas de conscientizações social e ambiental. Para a pesquisadora, no entanto, o mesmo gesto hoje “provocaria pouco impacto e muita ironia”, uma vez que a grande parte das pessoas já têm convicção dos perigos do mercúrio para a saúde pública e o meio ambiente. O que se percebe atualmente são novos conflitos nas comunidades de garimpeiros pautadas por uma busca de visibilidade legitimadora a partir da implantação de técnicas que pretendem reduzir os impactos negativos da atividade à sociedade. Além da extração do ouro, não se pode fechar os olhos para outras práticas do garimpo que provocam assoreamento dos rios e os impactos diretos ao ecossistema como um todo. Tais usos incluem o garimpo de diferentes tipos de minérios e pedras preciosas como a ametista, a esmeralda e o diamante.

No mapa gemológico brasileiro, a Bahia está entre as regiões potenciais no Brasil à extração de metais e pedras preciosas, com ocorrências de jazidas de esmeralda, citrino, quartzo, ametista, turmalina, crisoberilo, granada e diamante. Em maio de 2017 (G1 BAHIA, 2017), mais uma jazida de ametista foi descoberta em Sento Sé, região norte da Bahia, atraindo gente de todas as partes e alterando a rotina dos moradores da cidade. Os

acampamentos se espalharam por toda a área de difícil acesso (Serra da Quixaba), onde garimpeiros, comerciantes e sonhadores se aventuram todos os dias mexendo na terra em busca do brilho e roxo fascinantes da ametista. O embate pode ser notado no ecossistema, com o grande acúmulo de lixo na área da exploração, que incluem garrafas, sacos plásticos e latas, além da utilização constante de fogueiras em tendas improvisadas, e da caça a animais silvestres.

Por conta da grande demanda, os preços de alimentos e bebidas foram inflacionados, assim como toda a economia da região, que inclui o aluguel de imóveis e o comércio de ferramentas e materiais de construção utilizados na atividade do garimpo. Surgem, assim, significativamente problemas de vulnerabilidade social (resultado do fluxo intenso de pessoas), escassez de alimentos, carência de serviços públicos e a violência própria de ambientes de disputas. Para os órgãos e controladores e município, há também questões que envolvem o mercado ilegal de pedras e metais preciosos.

Em abril de 2018 (CORREIO 24 HORAS, 2018), a Polícia Federal descobriu uma quadrilha que atuava na extração ilegal de pedras da mina de Santo Sé, com participação de comerciantes da região, compradores indianos e empresas de exportação do Rio de Janeiro. Os integrantes da quadrilha usavam documentos irregulares e notas fiscais com valores bem menores do que os verdadeiramente aplicados nas transações. As pedras eram enviadas para lapidação e comercialização a preços substancialmente elevados em joalherias da Ásia, Europa e Estados Unidos.

É fundamental ainda realçar o impacto do ouro extraído ilegalmente nas rotas de mineração, que se torna matéria-prima para gigantes multinacionais, dentre elas, as plataformas Apple, Google e Microsoft, como denunciado em diversos meios de comunicação em julho de 2022. Em reportagem *Exclusivo: Apple, Google, Microsoft e Amazon usaram ouro ilegal de terras indígenas brasileiras*, assinada por Daniel Camargos, com a colaboração de Mariana Della Barba e Gisele Lobato, publicada em 25 de julho de 2022, na Repórter Brasil<sup>291</sup>, é apresentado um infográfico que aponta o caminho percorrido pelo ouro ilegal que parte das terras indígenas brasileiras até os aparelhos celulares e computadores espalhados mundo afora fabricados pelas “4 empresas mais valiosas do mundo” – Amazon, Apple, Google e Microsoft.

---

<sup>291</sup> Organização não governamental independente fundada em 2001 por um grupo de jornalistas, cientistas sociais e educadores, especializada em comunicação e projetos sociais. Surge com a missão de “identificar e tornar públicas situações que ferem direitos trabalhistas e causam danos socioambientais no Brasil visando à mobilização de lideranças sociais, políticas e econômicas para a construção de uma sociedade de respeito aos direitos humanos, mais justa, igualitária e democrática” (REPÓRTER BRASIL, 2022).

“O ouro manchado de sangue”, segundo a publicação (REPÓRTER BRASIL, 2022), foi comprado em diversas refinadoras, “entre elas, a italiana Chimet, investigada pela Polícia Federal, por ser destino do minério extraído de garimpos clandestinos da Terra Indígena Kayapó”. Há ainda, de acordo com a reportagem, a brasileira Marsam que tem entre suas fornecedoras a FD’Gold DTVM (Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários), empresa acusada pelo Ministério Público Federal de provocar danos ambientais por conta da aquisição de ouro ilegal em territórios dos povos Kayapó e Munduruku, no Pará, comandada pelo empresário, dono de garimpos e mineradoras, Dirceu Frederico Sobrinho - Presidente da Associação Nacional do Ouro (ANORO) desde 2013. A ANORO atua no setor como uma instituição sem fins econômicos que tem como missão “tornar o mercado de ouro no Brasil viável através da exploração sustentável, equilibrada e legal, e de sua comercialização formal, transparente e rastreável” (ANORO, 2022).

Figura 112 – Infográfico veiculado na reportagem *Exclusivo: Apple, Google, Microsoft e Amazon usaram ouro ilegal de terras indígenas brasileiras*, da Repórter Brasil, em 25 de julho de 2022. Arte assinada por Giovana Castro e Thalita Rodrigues/Shake Conteúdo Visual.



Fonte: Repórter Brasil, (<https://reporterbrasil.org.br/2022/07/exclusivo-apple-google-microsoft-e-amazon-usaram-ouro-ilegal-de-terras-indigenas-brasileiras/>), (2022).

A Repórter Brasil (2022) aponta ainda a FD'Gold como uma das principais compradoras do ouro ilegal da Terra Indígena Yanomami, segundo outra investigação da Polícia Federal.

A Repórter Brasil teve acesso aos documentos que Apple, Google, Microsoft e Amazon são legalmente obrigadas a enviar à Comissão de Valores Mobiliários dos EUA (Securities and Exchange Commission, ou SEC, na sigla em inglês) com a lista de seus fornecedores, não apenas de ouro, mas também de estanho, tungstênio e tântalo. Entre centenas de refinadoras, constam nas relações a brasileira e a italiana. Os documentos referem-se às aquisições feitas em 2020 e 2021, mas relatórios anteriores a estes também apresentavam as duas refinadoras como fornecedoras (...). Procurado pela Repórter Brasil, o governo estadunidense, por meio da SEC, disse que não vai se pronunciar (...). Das quatro big techs, apenas a Apple tomou uma atitude ao ser questionada pela Repórter Brasil. No primeiro contato, em maio, a empresa enviou uma nota dizendo que os seus “padrões de fornecimento responsável são os melhores do setor e proibem estritamente o uso de minerais extraídos ilegalmente” (...). Dois meses depois desse primeiro contato, a reportagem voltou a procurar a Apple, que, afirmou em nota ter removido a Marsam da lista de fornecedores. A Chimet, no entanto, permanece apta. (REPÓRTER BRASIL, 2022)

Pouco tempo depois, em 24 de setembro de 2022, a Repórter Brasil divulgou a prisão do próprio Dirceu Frederico Sobrinho, conhecido como o “Rei do Ouro”, pela Polícia Federal. A operação Aerogold investiga a exploração ilegal por balsa e dragas nos rios da Amazônia, segundo a reportagem *Esquema que prendeu ‘rei do ouro’ envolve balsas de garimpo ilegal no Amazonas*: “ele é investigado por comprar o metal de garimpos ilegais na Terra Indígena Yanomami (RR), Munduruku e Kayapó (PA). Mas foi um outro esquema que levou Sobrinho para a prisão temporária no último domingo (18), em São Paulo” (REPÓRTER BRASIL, 2023).

Segundo a publicação, a FD'Gold DTVM teria movimentado “de forma atípica” R\$ 2,1 bilhões entre janeiro de 2018 e setembro de 2019, de acordo com relatório do Conselho de Controle de Atividades Financeiras (Coaf). Foram encontrados pagamentos feitos para garimpeiros que atuam na clandestinidade sem as permissões ambientais e de operação. Além de lavagem de dinheiro, Sobrinho é investigado por estar “‘esquentando’ o metal, ou seja, legalizando o ouro obtido na ilegalidade” (REPÓRTER BRASIL, 2023, grifos dos autores). A reportagem evidencia o preocupante envolvimento do empresário e os impactos no segmento como um todo, uma vez que Sobrinho representa a ANORO:

Para se ter uma idéia do poderio econômico de Sobrinho, nos dois últimos anos (2021 e 2020), a FD'Gold foi a terceira maior recolhadora da Compensação Financeira por Exploração Mineral (Cfem), ficando atrás apenas das multinacionais Kinross e AngloGold Ashanti no pagamento de impostos referente à exploração de ouro no Brasil. Ou seja, a empresa foi a maior compradora brasileira de ouro nestes dois anos. Dirceu Sobrinho é mais do que um empresário investigado. Ele é o presidente da Associação Nacional do Ouro (Anoro), um frequentador dos gabinetes de ministros em Brasília e um defensor da exploração de ouro em terras indígenas. Também tentou carreira na política:

foi candidato a 1º suplente do ex-senador Flexa Ribeiro (PSDB-PA) em 2018, quando declarou uma fortuna de R\$ 20,3 milhões. (REPÓRTER BRASIL. 2023)

Uma das grandes dificuldades é a disposição de mecanismos confiáveis de rastreabilidade do ouro e, conseqüentemente, há um alto risco à certificação de metal contaminado por violações de direitos humanos em terras indígenas da Amazônia, conforme afirma Rodrigo Oliveira, assessor jurídico do ISA - Instituto Socioambiental<sup>292</sup>. Oliveira destaca ainda na sua fala um estudo que mostrou que 28% do ouro extraído no Brasil teria origem comprovadamente ilegal (REPÓRTER BRASIL, 2022).

Figura 113 – Infográfico publicado pela Repórter Brasil, em *HStern, Ourominas e D'Gold: as principais compradoras do ouro ilegal da TI Yanomami*, em 24 de junho de 2021, com informações cedidas pelo Ministério Público Federal, Polícia Federal, Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços.



Fonte: Repórter Brasil, (<https://reporterbrasil.org.br/2021/06/hstern-ourominas-e-dgold-as-principais-compradoras-do-ouro-ilegal-da-ti-yanomami/>), (2023).

<sup>292</sup> Organização não governamental brasileira fundada em 1994 com o objetivo de defender bens e direitos sociais, coletivos e difusos, relativos ao meio ambiente, ao patrimônio cultural, aos direitos dos povos indígenas do Brasil (FUTURO SOCIOAMBIENTAL, 2022).

A própria joalheria HStern foi mencionada em duas ocasiões nas investigações da Polícia Federal, de acordo com outra denúncia feita pela Repórter Brasil, através da matéria *HStern, Ourominas e D'Gold: as principais compradoras do ouro ilegal da TI Yanomami*, veiculada em 24 de junho de 2021 – antes dos desdobramentos apresentados acima:

Há tanto pequenas lojas de ouro, como a Gold Joias, a DU Gold, Naza Joias e Itaituba Metais, quanto empresas maiores, com sede em São Paulo e no Rio, envolvidas no esquema. Além da Ourominas, são suspeitas de irregularidades a Dillon, a Carol, a FD'Gold e a Coluna, as chamadas Distribuidoras de Títulos e Valores Mobiliários (DTVMS) – empresas pertencentes ao sistema financeiro e que têm autorização do Banco Central para aquisição do metal. **Uma grande joalheria, a HStern, também foi mencionada em pelo menos dois momentos nas investigações dos delegados federais.** (REPÓRTER BRASIL, 2023, grifos nossos)

As consequências dessa falta de fiscalização e políticas públicas efetivamente preocupadas com a garantia dos direitos dos povos originários e preservação do ecossistema, que deveriam ser priorizadas por parte dos governos federal e estadual, revelaram, em janeiro de 2023, para o mundo uma crise humanitária sem precedentes vivida pelos povos Yanomami. Atrelado aos interesses políticos mercadológicos, “o garimpo ilegal cresceu 54% em 2022 e devastou novos 5.053 hectares da Terra Indígena Yanomami, conforme levantamento divulgado pela Hutukara Associação Yanomami (HAY)”, aponta a reportagem *Garimpo ilegal na Terra Yanomami cresceu 54% em 2022*, publicada em 01 de fevereiro de 2023, no portal G1 da Globo Roraima:

A Terra Indígena Yanomami é o maior território indígena do país (...). O número corresponde a extensão aproximada do estado do Pernambuco. No local, vivem pouco mais de 30 mil indígenas na área que deveria, por lei, ser preservada. No entanto, tem sofrido com o avanço do garimpo ilegal (...). No relatório Yanomami Sob Ataque, divulgado em abril do ano passado, a associação alertou que ao menos 110 comunidades da Terra Indígena Yanomami são diretamente afetadas pelo desmatamento, destruição e a contaminação das águas e dos solos causados pelo garimpo ilegal. (G1 GLOBO, 2023)

A tragédia humanitária é uma fratura exposta para o povo brasileiro. Em “*A pior situação humanitária que já vi*”: os relatos de médico que foi atender os Yanomami”, escrita por André Biernath, da BBC News Brasil, em Londres, o médico tropicalista André Siqueira, do Instituto Nacional de Infectologia da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), diz ter testemunhado a pior situação de saúde que já viu. O governo calcula que 570 crianças Yanomami morreram nos últimos quatro anos (BBC NEWS BRASIL, 2023). Abaixo, trechos da reportagem com relatos do médico:

“O que vimos foi uma situação muito precária em termos de saúde, com pacientes acometidos por desnutrição grave, infecções respiratórias, muitos casos de malária e doenças diarreicas. Junto a isso, uma escassez de equipes e de estrutura”. Siqueira diz que se deparou com casos de desnutrição extrema em

famílias inteiras. Emocionado, o médico confessou que é muito difícil enfrentar essa situação, que classifica como "catastrófica" e "desastrosa". (BBC NEWS BRASIL, 2023)

No dia 31 de janeiro de 2023, o governo federal brasileiro, através do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, publicou decreto de Emergência de Saúde Pública neste território. Após visita realizada em 21 de janeiro de 2023 à região, em caráter de urgência, a comitiva de ministros - entre eles, ativista indígena mulher Sônia Guajajara, primeira Ministra dos Povos Indígenas do Brasil - secretários e o presidente classificou a situação como "desumana".

Está publicado no Diário Oficial da União desta terça-feira [31/01/2023], decreto assinado pelo presidente Lula que autoriza várias medidas na área de saúde e defesa. A ideia é possibilitar operações de socorro e a retirada dos garimpeiros ilegais do território Yanomami (...). Pelo decreto, os ministérios da Defesa, da Saúde, do Desenvolvimento Social e dos Povos Indígenas poderão requisitar bens, servidores e serviços necessários para o local. Entre eles, o abastecimento de água potável, alocação de cisternas e perfuração de poços artesianos; fornecimento de alimentos relacionados com a cultura, as crenças e as tradições indígenas, além do fornecimento de roupas e a reabertura de postos de apoio da Fundação Nacional dos Povos Indígenas (Funai) e de unidades básicas de saúde do Ministério da Saúde. Além disso, a Força Nacional de Segurança poderá atuar na segurança das equipes de saúde e assistência no território Yanomami. (AGÊNCIA BRASIL, 2023)

A tragédia dos povos Yanomami ascende a inquietante questão posta por Krenak (2020, P. 76-77) sobre o que pensamos ser, a partir, justamente, da perspectiva dos povos originários:

“Somos mesmo *uma* humanidade?” (...). Enquanto procuramos uma resposta, nós nos perguntamos: quem é este “nós” na pergunta de Krenak (...). A pergunta sobre “a humanidade que nós pensamos ser” é uma pergunta sobre a relação – sobre as relações que nos constituem como um *nós* essencialmente variável, em extensão como em compreensão: para alguns de nós, observa o autor, o “nós” inclui, entre outros, as pedras, as montanhas, os rios...

“Para adiar o fim do mundo”, Krenak faz uma alerta aos brancos, àquelas pessoas que transformaram seus meios em fins, que se definem como mercadorias, como posto pelo povo Yanomami de Davi Kopenawa: “povo mercadoria” (KRENAK, 2020, p. 78). De acordo com o pensador contemporâneo (2020, p.79), assinala-se a falência de uma certa ideia de humanidade, que transformou os portadores desse projeto em agentes da destruição física deste mesmo mundo. E prenuncia:

Tal ideia de humanidade, ao mesmo tempo que se apoia sobre uma distinção literalmente fundamental entre os humanos e os demais existentes terrestres, remete para uma sub-humanidade aqueles povos que sempre recusaram tal distinção. (KRENAK, 2020, p. 79)

Mesmo diante de contextos contemporâneos tão críticos e perturbadores, cinco séculos se passaram, no entanto, a beleza, o prazer e a distinção que movem os sentidos do sujeito no mundo continuam convivendo lado a lado com a ambição, a inveja, o desejo. Na premiada obra literária do baiano Itamar Vieira Junior, *Torto Arado* (2019, p. 203-204), essa cobiça embriagada à alegria e ao prazer é traduzida de forma elucidante:

O diamante se tornou um enorme feitiço, maldito, porque tudo que é bonito carrega em si a maldição. Vi homens fazerem pratos de sangue, cortando sua carne com os punhais afiados, marcando suas mãos, suas frentes, suas casas, seus objetos de trabalho, suas peneiras de cascalho e bateias. Vi homens enlouquecerem sem dormir, varando noite e dia no rio Serrano, nas serras, nos garimpos, entocados na escuridão para ver o brilho mudar de lugar. O diamante tem feitiço e no breu podemos ver seu reflexo, de fazer cegar uma coruja, quando anda de um lugar para o outro, como um espírito saindo de uma serra, cruzando o céu e descendo num monte ou num rio, na forma de uma luz que chamava a atenção mesmo distante. Os homens enlouqueciam assim, esperando o amanhecer e abrindo fendas no chão onde achavam ter visto a luz entrar, para não encontrar nada.

A grande diferença em tempos de uma revolução da leveza, porventura, esteja na maneira de lidar com o peso. Concordando com Lipovetsky (2016, p. 147), a leveza não seria incompatível com grandes obras quando há um respeito ao meio ambiente e ao outro. Talvez, o impasse legítimo de todo esse enfrentamento - que não é exclusivo, cabe salientar, à atividade de mineração, do garimpo (objeto central dessas meditações)<sup>293</sup> - estaria na necessidade de uma sensibilização positiva, equilibrada e, acima de tudo, responsável dos processos extrativistas apoiados em pesquisas científicas coerentes e, conseqüentemente, em práticas sociais e econômicas efetivas para o meio ambiente, a sociedade e as culturas da contemporaneidade.

Os minérios extraídos das entranhas da Terra estão presentes no cotidiano em praticamente todos os segmentos da produção industrial, dentre eles, ressalta-se a presença de platina, ouro, prata, cobre e outros metais e de gemas, como o diamante, na composição dos indispensáveis aparelhos celulares – considerados por Henry Jenkins, em seu *Cultura da Convergência* (2009, p. 32) como “o equivalente eletrônico do canivete suíço” -, computadores, ferramentas e maquinários, redes de eletricidade, aparelhos de ar-condicionado, automóveis, eletrodomésticos etc.

Importa, além do mais, demarcar aqui que, ao se pensar na atividade mineradora - que envolve particularmente as grandes empresas, os garimpos legal e ilegal – a produção

---

<sup>293</sup> Envolve essencialmente os setores mais produtivos e lucrativos da economia, entre eles, a agropecuária, a indústria, mais especificamente, a indústria têxtil, tratando-se dos estudos de moda e *composição da aparência*.

de joias corresponde a uma parcela muito pequena para o setor como todo. Seu impacto pode ainda ser ponderado ao se pensar que grande parte das joias é passada entre gerações, ressignificadas ao serem remodeladas e reutilizadas, reforçando a particularidade cíclica desses adornos de eternizar relações entre sujeitos e o mundo ao seu redor. Para tanto, no próximo capítulo deste estudo, algumas meditações serão propostas a fim de uma melhor percepção do ser joia nesse tempo da leveza, que reivindica e sugere a conformação de novos valores para o que se defende nesta tese como uma *poética hi-lo* à joia inscrita no contemporâneo.

### PARTE III - O SER JOIA NO TEMPO DA LEVEZA: NOVOS VALORES

Eu gosto de joias porque são absolutamente supérfluas.  
Eu gosto de joias porque nunca são funcionais a priori.  
(BAKKER apud DESIGN BOOM, 2022)

## 8. AS JOIAS E AS MOVÊNCIAS FASHIONISTAS

### 8.1 Joias como marcadores de um corpo aberto

Na segunda metade do século XV, período compreendido como o final da Idade Média, a individualização da aparência se tornou uma paixão e uma aspiração legítimas, como bem apresentado pelo filósofo e teórico da modernidade Lipovetsky, em *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas* (1989, p. 60). A estética da sedução conquista o direito à cidadania, uma vez que, segundo o pensador, não há como separar as variações perpétuas da moda e a personalização, independente se os propósitos dessa exibição de si sejam mais ou menos vistosos. Isto porque “a individualização do parecer impôs-se como uma nova legitimidade social que a moda pôde ser esse teatro permanente das metamorfoses fugidias” (LIPOVETSKY, 1989, p. 60).

De acordo com Lipovetsky (1989), a moda institui, principalmente, uma ruptura radical na ordem do tempo legítimo. Nesse ponto, é impreterível reforçar a tão sagaz aproximação feita por Agamben (2009) entre a moda e o contemporâneo apresentada neste estudo. A moda, assim como o contemporâneo, porta-se essencialmente a partir de um processo constante de transformação que está totalmente apegada a um matiz *démodé* por incluir dentro de si uma pequena parte do seu fora (AGAMBEN, 2009, p. 67). Pressupõe-se, logo, uma aspiração pela autonomia no gosto a partir da consagração do que se considerava frívolo. E mais, “um valor mundano brilha doravante: o *Novo*. Nada de moda sem tal revolução da relação com o devir histórico e o efêmero” (LIPOVETSKY, 1989, p. 61, grifo do autor). Substitui-se a referência ao passado pela referência do presente, um movimento que, apesar da descontinuidade histórica, não impede, como aponta o pensador, “de ver na moda um sistema que prolonga gostos, modelos de vida, ideias profanos anteriores ao aparecimento do sentido do ‘moderno’” (LIPOVETSKY, 1989, p. 62).

Afinal, a moda é acima de tudo uma prática dos prazeres com vistas ao agrado, ofuscamento e desejo intenso de surpreender o outro, para além das questões de distinção social. Desse modo, o fenômeno moda que se estabeleceu procura dar conta da intensificação e precipitação na procura dos gozos do mundo em um processo de estilização das normas de vida e dos gostos, como destaca Lipovetsky (1989, p. 62-63, grifos nossos):

**Nos séculos XIV e XV impuseram-se, nas formas da cultura, um espírito barroco, o gosto pelo cenário teatral e feérico, a atração do exotismo, do**

**raro**, das fantasias gratuitas que correspondem ao triunfo da cultura cortês, **de seu ideal de jogo e de preciosidade mundana**. Aos percursos ondulantes das formas e à riqueza profusa dos ornamentos na arte correspondem agora a trajes sofisticados, estranhos, extravagantes da corte e das festas noturnas (...). Pois desde a metade do século XVI, a moda não cessou de obedecer profundamente ao fascínio do efeito e do artifício, à exuberância e ao refinamento dos detalhes decorativos.

Há de forma clara e frenética uma necessidade de diferenciação a partir da liberdade de escolha desses indivíduos e, ao mesmo tempo, assume-se o desejo de fazer parte de determinados grupos sociais. Toda essa dinâmica se torna ainda mais acessível e popular através da fotografia e da impressão gráfica, das inovações tecnológicas essenciais na representação comportamental desse momento histórico-social.

O corpo passa a requerer na sua aparição essa vivacidade barroca, sobretudo a partir da incorporação de uma série de elementos que põem em relevo a presença desses sujeitos. Pires (2005, p. 48-49) cita, inclusive, alguns itens do século XVII que ilustram a lógica moda da época: o uso do sapato de salto alto por ambos os sexos; a pinta aplicada no rosto feita com um emplastro de seda preta<sup>294</sup>; as perucas masculinas e os elaborados e esculturais penteados femininos – que se tornaram, por sinal, bastante populares e ainda mais eloquentes no século seguinte, com a influência de Maria Antonieta (1755-1793), a Rainha da França, que permanece, na contemporaneidade, mundialmente conhecida como a *Rainha da Moda* (WEBER, 2008)<sup>295</sup>.

Tais interferências são reflexo dessa autonomia requerida por esse corpo frente ao mundo ao seu redor. Um corpo que cobiça a liberdade para experiências diversas, conformando uma grande revolução, que pode ser notada inclusive nas ciências médicas através das políticas reguladoras higienistas das cidades e dos cidadãos, com pretensões claramente paradoxais por almejar-se ao mesmo tempo emancipação e controle. Dentre

<sup>294</sup> O uso da pinta surgiu em 1655 e durou mais de meio século. Era confeccionada em vários formatos: estrelas, luas, carruagens etc. (PIRES, 2005).

<sup>295</sup> A arquiduquesa da Áustria, Maria Antonieta, foi a última Rainha Consorte da França e Navarra, esposa do Rei Luís XVI. O reinado chegou ao fim com a Revolução Francesa em 1792, quando o Rei foi deposto e a monarquia abolida. Nove meses após a execução de Luís XVI, a Rainha Maria Antonieta foi julgada, condenada por traição e guilhotinada em 16 de outubro de 1793. Durante seu reinado, Maria Antonieta utilizou o vestuário e adornos como armas para conseguir driblar as tentativas constantes da nobreza francesa em despreciá-la. Ela percebeu que o cuidado ao corpo, à aparência seria um caminho alternativo para conseguir uma segurança política no trono francês. Com apenas 14 anos, precisou enfrentar nobres e burgueses e se afirmar como “a verdadeira Delfina”, dando a impressão, através da sua postura, roupas e adereços, que nasceu para ser a Rainha da França. Em uma corte onde a aparência era realmente tudo, desde a sua chegada, Maria Antonieta foi desqualificada por seu sangue real austríaco e por sua resistência em seguir a etiqueta ditada pela realeza francesa. Sua implicância inicial em usar, por exemplo, o espartilho de barbatanas de baleia - como o ruço, este espartilho era um dos símbolos que enfatizava a condição de membro da classe dominante distinta de qualquer outro grupo social - provocou uma queixa por toda a França, menosprezando-a como uma estrangeira suja, desleixada e desrespeitosa (VIEIRA, 2017, p. 25).

as conquistas da medicina no período, de acordo com Ordival Gomes, em *A medicina no século XVII. As descobertas científicas. Os introfísicos e os introquímicos. Thomas Sydenham e o neo-hipocratismo seiscentista* (1953, p. 91-93), é interessante apontar a realização da primeira transfusão de sangue; a aplicação da primeira injeção endovenosa; a evolução significativa da farmacologia com novos medicamentos; e o progresso significativo da anatomia iniciada no século XVI. À época, surge ainda a medicina do trabalho e cria-se o aparelho microscópio, abrindo assim novos e promissores caminhos para os estudos do sangue e do sistema circulatório.

Como bem colocado por Campos (2021), o efeito dessas relevantes mudanças empreendidas pelos sujeitos modernos é propriamente “o desencantamento do corpo”, que passa a servir de metáfora para uma série de questões sociais, políticas, econômicas e culturais. A pesquisadora aciona inclusive o historiador e sociólogo francês Vigarello (2016) para destacar esse “sentimento de si” a fim de salientar a busca pelo autoconhecimento, por uma “escritura íntima”. É nesse momento que a ideia da emoção se soma às noções de privacidade e individualidade com demarcações claras entre o público (política) e o privado (família), personificadas nas concepções do homem e da mulher, respectivamente (CAMPOS, 2021).

O corpo, como já evidenciado aqui a partir das reflexões de Vigarello, é apreendido como lugar de imanência, cujas mudanças são ininterruptas, provocando “uma desordem íntima, oriunda de um corpo tido por modificado, a desordem central” (VIGARELLO, 2016, p. 24). De acordo com o pensador (2016, p. 72), o tema do sensível passa a ocupar o centro da renovação e, por sua vez, a consciência passa a perceber o corpo como um prolongamento dela mesma; não mais o percebe como uma muralha, casa, castelo, torre ou prisão, mas como lugar de coincidência entre suas decisões, ações e sensações.

Uma atenção destinada aos sentidos é assim engajada. Ali o indivíduo consegue desdobrar-se, rejubilar-se diferentemente com seu “si”, renovar seus imaginários, experimentar-se e expressar-se melhor. É seu ser mesmo que é transformado, tornado mais autônomo, mais afirmado, menos dependente de uma sobrenatureza que o sobrecarrega, menos atravessado pelo divino que o “submete”, mais imerso num corpo que o identifica. O futuro cidadão já perfila a manifestação de uma emancipação tão inelutável quanto inédita. (VIGARELLO, 2016, p. 69)

É compreensível, desse modo, a intensificação das modificações próprias da moda a partir do século XVIII. Segundo Pires (2005, p. 49), “são realizadas constantes alterações, não nas formas estruturais do vestuário, mas nos acessórios, materiais, cores,

padronagens e modelagem dos componentes, afirma a autora (2005, p. 49). Tais investimentos deixam de ser impostos restritamente por uma necessidade real, ditada exclusivamente a partir de códigos de civilidade, e passam a ser guiados, em especial, pelo gosto pessoal, por decisões aparentemente arbitrárias, que, em contrapartida, tornam moventes as formas de identificação entre membros de uma comunidade.

O modo veloz e descontínuo com que o indivíduo vivencia o tempo, convive com o efêmero e valoriza o descartável, faz com que ele traga para mais próximo possível do seu próprio corpo a incapacidade de se relacionar com o que não apresenta mudanças, com o que é estável, permanente. (PIRES, 2005, p. 51)

Os efeitos desse novo tempo - em que o efêmero e o descartável se comprovam como protagonistas - podem ser evidenciados através dos adornos, em especial, na joalheria do período. Como salientado neste estudo, os adornos corporais e as técnicas para modificar formas, cores e contornos do corpo estão presentes desde as sociedades pré-letradas<sup>296</sup> (PIRES, 2005, p. 50). Contudo, essas manipulações corporais eram mantidas por símbolos e regras que eram transmitidos de geração para geração, prevalecendo a irradiação de valores sociais, culturais, transcendentais. Em uma sociedade em que a moda se torna a grande engrenagem, o adornar-se, assim como o vestir-se, passam, conseqüentemente, a requerer o novo. Afinal, “estar na moda é vestir-se com elementos que sinalizam rupturas”, como afirma Pires (2005, p. 51).

Para uma alusão a esses expressivos artifícios na *composição da aparência*, a partir dos sentidos do adorno atravessados pela fugacidade do sistema moda que se constituía, interessa referenciar Georg Friedrich Strass (1701-1773). Credita-se ao joalheiro francês a criação, em meados do século XVIII, do *strass* – um vidro facetado, colorido ou não, com aplicação metálica na base, para imitar o efeito brilhante dos diamantes e outras gemas diversas. Importa diferenciar, entretanto, a composição do *strass* da criação vidro. Como anunciado anteriormente, a utilização do vidro no desenvolvimento de adornos é aludida desde a Antiguidade, sobretudo entre os povos fenícios, acolhidos como os inventores desse material.

Já o processo específico de desenvolvimento e popularização do *strass* - da forma como é reconhecido e usado até hoje em acessórios, adornos e vestuários - é apontado

---

<sup>296</sup> Período da cronologia histórica humana anterior ao desenvolvimento da escrita. As sociedades letradas surgem por volta de 3.500 a.C. com a escrita cuneiforme a partir dos povos sumérios. Os registros cotidianos eram normalmente feitos na argila, com símbolos formados por cones. O surgimento dos hieróglifos no Egito é associado ao mesmo período. A escrita era dominada apenas por pessoas que detêm posições de poder nessas sociedades, como escribas e sacerdotes (UFMG, 2022).

como resultado dos investimentos criativos de Georg Friedrich Strass. Ele as descrevia como *Pierre précieuse simulée*<sup>297</sup> e conseguiu bons resultados ao colar folhas de metal ao fundo do vidro facetado (GOOGLE ARTS AND CULTURE, 2022).

Essas folhas foram substituídas posteriormente por um revestimento de espelho. O francês buscava soluções que dessem conta da profusão barroca, efusiva, brilhante e, ao mesmo tempo, acessível, que se almejava para os adornos, em particular, para as peças do segmento joalheiro na corte francesa. Seu negócio com pedras artificiais prosperou, sendo bastante procurado no período por toda a nobreza. Não por acaso, foi agraciado, em 1734, com o título de “joalheiro do Rei” (FLOOD, 2010).

Figura 114 – Pedras de strass em uma tiara supostamente assinada por Georg Friedrich Strass.



Fonte: COMMONS WIKIMEDIA, CC BY-SA 3.0, (<https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=403402>), (2022).

Dentro da dinâmica imediatista da moda, o strass personifica a vontade dos sujeitos em cumprir o jogo social da imitação e da diferença. Dessa maneira, a moda, pelas mãos dos criadores e criadoras, se mostra como uma eficiente lente de aumento para o reconhecimento, sobretudo no segmento joalheiro, dessa unidade da personalidade, que seria, no que lhe concerne, “a premissa para qualquer caricatura” (SIMMEL, 2009, p. 199). Assim sendo, o strass põe-se como possível representante à “intensificação excessiva de um traço” como um rasgo caricatural à noção da joia, tomando empréstimo das reflexões de Simmel, em *A Caricatura* (2009, p. 198-199):

Se o excesso é um traço arraigado em nossa própria natureza psíquica, encontra também uma aplicação consciente e acabada na caricatura. Ela certamente não significa um excesso qualquer – porque nem todo o excesso é caricatura. Acontece com frequência o exagero unilateral, de um só elemento, num ser que equilibra em si uma pluralidade de traços e que, mediante sua recíproca delimitação, os leva a uma unidade. De fato, é necessário que as medidas naturais da realidade ainda estejam perceptíveis na figura, que a unidade do todo, ainda que despedaçada, não seja simplesmente perdida (...). A premissa de qualquer caricatura é a unidade da personalidade, aquilo que, depois de ter-

<sup>297</sup> Pedra preciosa simulada.

se cindido na pluralidade das qualidades, dos movimentos e das experiências vividas, apresenta-se como sua proporção determinada.

Como aponta Lipovetsky (1989, p. 67), o novo amor das aparências e do espetáculo toma corpo no Ocidente e esse sentimento vivaz é expresso através da face frívola da moda. Na segunda metade do século XIX, a moda, no sentido moderno do termo, se instalou apoiada em um sistema de produção e de difusão de conhecimento, que por um certo tempo manterá uma certa regularidade, ou melhor, estabilidade quanto às reviravoltas características ao fenômeno (LIPOVETSKY, 1989, p. 69). Tal necessidade por efeito na aparição - que poderia ser considerada a consagração da presença humana na terra dominada por esse espírito barroco - seguirá “até as rupturas puristas e modernistas do século XX” (LIPOVETSKY, 1989, p. 63).

Essa “moda de cem anos” - tida como a fase fundadora e dependente dos decretos da *Alta Costura*<sup>298</sup> - persistiu até a revolução democrática do *prêt-à-porter*<sup>299</sup>, que se consolidou a partir da década de 1960. A dinâmica da Alta Costura, caracterizada por criações inéditas e exclusivas desfiladas por poucos em salões luxuosos e copiadas por muitos, é inaugurada na Maison da Rue de la Paix, em Paris, comandada pelo costureiro inglês Charles-Frédéric Worth (1825-1895), e anunciava: “Vestidos e mantôs confeccionados, sedas, altas novidades”.

Com a Alta Costura aparece a organização da moda tal como a conhecemos ainda hoje, pelo menos em suas grandes linhas: renovação sazonal, apresentação de coleções por manequins vivos, e sobretudo uma nova vocação, acompanhada de um novo status social do costureiro. (LIPOVETSKY, 1989, p. 79)

É possível pensar que tal lógica da Alta Costura no vestuário é reproduzida também na joalheria do período, com o surgimento de grandes casas de joias que se tornaram icônicas por suas peças consideradas de *Alta Joalheria*, dentre elas, podem ser citadas cronologicamente por data de fundação: a Tiffany & Co (1837, Nova Iorque, EUA); Cartier (1847, França), Chopard (1860, Suíça); Piaget (1874, Suíça); Bulgari (1884, Itália); Van Cleef and Arpels (1906, França); Buccellati (1919, Itália); e Harry Winston (1932, Nova Iorque, nos EUA). As joias assinadas pelas *maisons de joaillerie*

<sup>298</sup> Do francês, *haute couture*.

<sup>299</sup> Roupas prontas para vestir. Em 1949, J. C. Weill lança na França a expressão *prêt-à-porter* tirada da fórmula americana *ready to wear*. A proposta era libertar a confecção tradicional, feita sob medida, que incluía o luxo ostentoso e restrito do universo da Alta Costura, mas também as pequenas marcas e profissionais do setor do vestuário que produziam em pequena escala. O *prêt-à-porter* se engajou em produzir, de acordo com Lipovetsky (1989, p. 110), industrialmente roupas acessíveis a todos e, principalmente, inspiradas nas últimas tendências do momento; a fim, claro, de atender ao jogo efêmero da moda consolidada.

apresentam, até os dias de hoje, design único e uma materialidade exuberante, associadas às propriedades da raridade, beleza, brilho e *inutilidade útil* – esta última característica alicerçada, especialmente, no conceito de luxo a partir fruição de um estilo restrito a uma minoria.

É preciso recolocar a Alta Costura – e acrescenta-se aqui, a Alta Joalheria – em um movimento histórico mais amplo, que perpassa a racionalização do poder nas sociedades modernas, conforme aponta Lipovetsky (1989, p. 93). Como observado, a partir dos séculos XVII e XVIII, acompanha-se “o aparecimento de novas formas de gestão e de dominação que podemos chamar de burocráticas”. A partir desses novos caminhos de controle, essa dominação burocrática acaba por penetrar a sociedade, organizar e reconstituir as formas de socialização e seus comportamentos em seus detalhes mais íntimos. Desse modo, segundo o pensador (1989, p. 93), a direção, execução, concepção passam a se apoiar nas mãos dos “especialistas da elegância”, a partir de uma indústria do luxo em que a moda é definitivamente atravessada de uma ordem artesanal a uma ordem moderna burocrática. Ao mesmo tempo, “psicologizou-se” essa regra, “criando modelos que concretizam emoções, traços de personalidade e de caráter” (LIPOVETSKY, 1989, p. 96).

Em acordo com as ponderações de Lipovetsky, Pires (2005, p. 59) destaca que “no início do século [XX], as revelações feitas pelo doutor Sigmund Freud em seu livro *A interpretação dos sonhos* apresentam uma nova forma de compreender o humano”. Para além da racionalidade habitual da medicina e áreas afins, Freud se baseia na análise da alma, do consciente e do inconsciente, a partir, essencialmente, de estudos ligados aos sonhos e suas linguagens. O que “nos leva a perceber que a tentativa de traduzir a essência do desejo, que é o que efetivamente diferencia um sujeito do outro, apenas com a linguagem verbal – própria do consciente – esbarra em lacunas intransponíveis” (PIRES, 2005, p. 60).

A poética se apresenta, desse modo, como necessária à tradução desses novos modos de compreensão humana, sendo a arte a área de conhecimento que mais se utiliza dessa expressividade através da análise dos sonhos ou ainda dos empenhos à “aplicação de uma marca pessoal, seja uma tatuagem, um *piercing*, uma escarificação, seja um implante”, conforme afirma Pires (2005, p. 60). Os adornos, segundo a pesquisadora (PIRES, 2005, p. 61), podem ser apreendidos, assim, como componentes concretos para a revelação de elementos resgatados do inconsciente e transformados, por sua vez, em

imagens ou formas escolhidas para serem aplicadas no corpo – esse meio potente em dar visibilidade às emoções, sentimentos, sensações e vivências dos sujeitos.

Pires (2005) enfatiza que tais marcas servem à inclusão, à vontade de pertencimento, mas também a situações diametralmente opostas, como as marcas de tortura impostas pelo nazismo aos corpos dos judeus e homossexuais na Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Justamente a partir de 1930, ano da publicação de *O mal-estar na civilização* também por Freud, o conceito de massa se sobrepõe ao de multidão, o que pressupõe, segundo Pires (2005, p. 62), uma desterritorialização do indivíduo que passa a estar ligado a diversas culturas, diversos povos com suas crenças e tradições.

O homem sonha em construir o homem, em não sentir dor, em não envelhecer, em ser imortal e em reproduzir-se à sua imagem e semelhança (clones) ou numa versão melhorada, alterada geneticamente. (PIRES, 2005, p.64)

Quando se pensa na adesão da joalheria à dinâmica de uma moda consolidada a partir de um olhar para a Alta Costura, torna-se imprescindível ainda citar a relevante influência da estilista francesa Gabrielle Bonheur Chanel (1883-1971), conhecida como Coco Chanel<sup>300</sup>, eternizada como uma das principais referências *fashion* a partir das suas criações com sua marca *Chanel*. Em 1932, Gabrielle Chanel criou aquela que seria reconhecida como a primeira coleção de Alta Joalheria da história, a *Bijoux de Diamants*, inspirada no *allure*<sup>301</sup> das estrelas. Antes disso, ao circular pela sociedade francesa, Chanel já exibia bijuterias exuberantes que rapidamente caíram no gosto das francesas e passaram a ser vendidas nas suas lojas. O que a fez ser reconhecida como precursora na popularização do uso desses acessórios. Seja para as bijuterias e/ou joias, a concepção criadora de Chanel seguia sempre o mesmo propósito das suas demais criações: libertar os corpos das mulheres ao mesmo tempo que os adorna:

---

<sup>300</sup> Coco é o apelido da infância da mulher que viria a ser uma das principais referências de moda mundiais. Foi morando em um internato na Abadia de Aubazine, interior da França, que Coco Chanel teve os primeiros contatos com a costura. Passou a morar em Moulins, onde começou a trabalhar como costureira. Eventualmente cantava na noite e foi em uma dessas ocasiões que conheceu Étienne Balsan, seu primeiro namorado, herdeiro de uma fábrica de tecidos, que a introduziu à alta sociedade francesa. Chanel se apaixonou por Arthur Edward "Boy" Capel, um milionário inglês, com quem manteve um longo relacionamento. Capel acreditou e investiu no talento de Chanel e a ajudou a abrir sua primeira loja, especializada em chapéus – a Chanel Modes, localizada na rue Cambon, 21, em Paris. Uma segunda loja foi inaugurada no balneário de Deauville. No novo endereço, além dos chapéus, ela lançou uma coleção de roupas casuais e esportivas. “Um hit da época era a blusa mariniera, com listras horizontais, inspirada nos marinheiros de então, e que até hoje é um dos ícones da grife” (ELLE, 2022). A terceira loja foi aberta em 1915, em Biarritz. Com o negócio prosperando, ela pôde devolver a Arthur Capel todo o dinheiro que ele havia investido. Já bastante conhecida entre as francesas, em 1918, ela comprou um imóvel na mesma rue Cambon, onde instalou uma loja no térreo, a Alta Costura no primeiro andar, um apartamento no segundo andar e um estúdio no terceiro andar. Concentrando, assim, em um só lugar toda sua criação e produção.

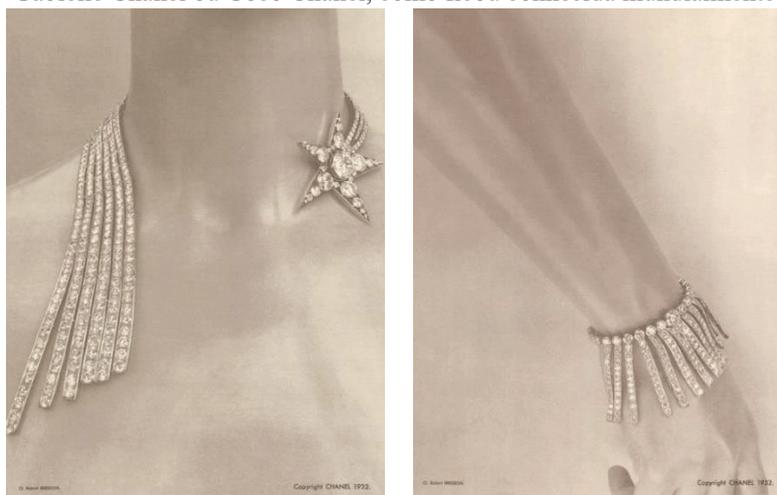
<sup>301</sup> Do francês, ritmo, velocidade, aparência, fascínio, estilo.

Em meio à melancolia da inflação, à queda do consumo e ao desemprego vertiginoso, os tempos eram sombrios. E é exatamente por isso que 1932 foi o momento perfeito para esperança e renovação. Porque não há sombra sem luz, uma série de eventos espetaculares ocorreu no início de 1932, como feitiços lançados sobre a crise (...). E, em novembro, a Diamond Corporation Limited de Londres teve uma ideia brilhante para restaurar seu lugar no mercado de diamantes (...) convocou os talentos de uma mulher visionária. Ela não apenas trouxe modernismo para as roupas, mas também era uma talentosa designer de acessórios que fazia bijuterias ainda mais bonitas do que as verdadeiras joias (...). Amiga das artes e dos artistas, coração pulsante de seu tempo, ela se rebelou contra as expectativas colocadas sobre as mulheres, seus corpos e suas morais dos dois lados do Atlântico. Gabrielle Chanel foi escolhida para reavivar o interesse mundial pelos diamantes. (CHANEL, 2022)

Fundamentada em um único tema inspirado no movimento dos corpos celestiais, a coleção *Bijoux de Diamants* (**Figura 115**) era o oposto da maneira como os joalheiros da época trabalhavam: “Minhas estrelas! Como alguém poderia encontrar algo mais adequado e eternamente moderno? ”, revela Chanel (apud CHANEL, 2022). Foram criadas cerca de 50 peças com diamantes brancos e amarelos cravejados em platina e ouro amarelo para serem usados no dia ou na noite (CHANEL, 2022). As pedras eram associadas a uma profusão de franjas elaboradas em metais preciosos revelando maleabilidade e elegância, assim como suas roupas.

Escolhi o diamante porque sua densidade representa o maior valor para o menor tamanho (...). Procuo os *motifs* que melhor mostram o brilho dos diamantes – a estrela, a cruz, a cascata de pedras graduadas e grandes cabochões reluzentes (...). Quero que as joias sejam como uma fita nos dedos de uma mulher. Minhas fitas são flexíveis e removíveis. (CHANEL, apud CHANEL, 2022).

Figura 115 –*Bijoux de Diamants* (1932), coleção de Alta Joalheria assinada pela estilista francesa Gabrielle Chanel ou Coco Chanel, como ficou conhecida mundialmente.



Fonte: Chanel, (<https://www.chanel.com/br/alta-joalheria/bijoux-de-diamants/>), (2022).

Chanel procurou aplicar às joias os mesmos princípios modernistas que aplicava em suas roupas, estabelecendo uma relação singular desses adornos com o corpo. É

significante ainda realçar que foi uma coleção de joias idealizada e executada por uma mulher para mulheres em um segmento eminentemente masculino. Em 1935, Coco estava no auge da sua carreira profissional, com quatro mil funcionários, na maioria mulheres, trabalhando em seus ateliês e nas lojas. Na década de 1930, suas criações mais icônicas, como os *tailleurs de tweed*, o vestidinho preto, o perfume Chanel nº 5 e, sem dúvida, suas joias, eram desejadas mundo afora (ELLE, 2022).

Figura 116 – Gabrielle Chanel (1935) pelas lentes do fotógrafo Man Ray Trust, com joias e *robe noir*.



Fonte: Vogue França, (<https://www.vogue.fr/mode/article/mode-pieces-signatures-gabrielle-chanel-aneccotes-histoire>), (2022).

## 8.2 Novos modos de eternizar: a moda, a leveza e o feminino

Nesse momento de apreensão de um corpo aberto, é significativo considerar os movimentos de emancipação feminina como elementares às transformações requeridas ao tradicional setor joalheiro. A partir da primeira metade do século XX, evidencia-se, em particular, uma problematização da feminilidade a partir da “vocação em agradar” e da ideia de “mulher-ornamento” que assinalam para a leveza como um imperativo estético feminino (LIPOVETSKY, 2016, p. 157). Entre as décadas de 1910 e 1920, um novo estilo de feminilidade é requerido a fim de manifestar a verdadeira revolução moderna da leveza, destaca Lipovetsky (2016, p. 91): “a mudança que institui o princípio de uma magreza feminina que implica o corpo em seu conjunto (...). A leveza passa do mundo da teatralidade mundana ao da operacionalidade e da eficácia modernistas”.

À época, há um empenho real em tornar esse corpo mais leve que começa a se distanciar das dissimulações através do uso, a exemplo, dos espartilhos<sup>302</sup>. Essa nova

<sup>302</sup> Nos estudos sobre a história da moda, o estilista francês Paul Poiret (1879-1944) é reconhecido como o responsável por “libertar as mulheres dos espartilhos” com sua proposta de uma nova silhueta feminina, investindo em vestidos soltos e chemisiers elaborados a partir de retângulos de tecido sem costura, com forte influência oriental. É reconhecível o papel de Poiret no processo, no entanto, vale ponderar que essa

silhueta simplificada foi, sem dúvida, aprimorada e bastante difundida por Chanel, quando cria, na década de 1920, “*la petite robe noir*” (o pequeno vestido preto). Ao afirmar “não há outra beleza senão a liberdade do corpo”, Chanel demarca uma importante fenda para a história da moda moderna que “reafirma ainda mais a independência que a joia passa a ter com relação à indumentária no sentido de expressar valores e identidades pessoais” (MERCALDI, 2016, p. 81).

As pérolas e diamantes usados casualmente e os perfumes icônicos criaram um estilo emblemático. O estilo de uma mulher na linha da frente, uma pioneira cujo estilo de vida e múltiplas facetas forjaram os valores da Maison por ela fundada. E que continua a ser uma inspiração para todas as mulheres. (CHANEL, 2022)

Apesar da grande influência das prescrições médicas<sup>303</sup>, a era modernista da leveza feminina se institui sobretudo a partir das imposições da moda, da popularização do cinema, das práticas esportivas e de lazer de praia. Visualmente, esse corpo começa a se apresentar com um perfil mais esguio e longilíneo (reto), pernas longas e ventre achatado. A feminilidade, desse modo, é afetada por essa *nova estética da leveza* (LIPOVETSKY, 2016, p. 91). Passa-se, assim, de uma leveza teatral, restritiva, aristocrática para uma leveza do conforto, livre, democrática, em movimento, aponta Lipovetsky (2016, p. 157). Uma estética da forma feminina não mais associada à fragilidade e delicadeza, mas entrelaçada à força, independência, ao dinamismo e autocontrole, que promove um novo estilo por meio de poéticas menos decorativas para as mulheres e mais fluidas para os homens.

De forma mais geral, os pesos e as medidas que invadem as revistas assinalam a nova obsessão pelas medidas calculadas, por uma beleza medida, por um ideal corporal cada vez mais difícil de alcançar e que exige ações corretivas. (LIPOVETSKY, 2016, p. 91)

Mercaldi (2016, p. 80) inclusive reforça que, até a Primeira Guerra Mundial, somente a face e as mãos eram visíveis na indumentária do Ocidente. Como já salientado anteriormente, com exceção dos anéis, utilizados nos dedos, as joias nunca estavam em contato direto com o corpo, eram usadas sobre a roupa. Como efeito da incorporação da

---

mobilização é resultado de uma série de transformações históricas e socioculturais que ganham força ao longo do século XIX. O modo como o nosso corpo se posiciona socialmente na contemporaneidade, com relação ao individualismo, conforto e à velocidade, é reflexo de grandes mudanças sociais políticas, econômicas, tecnológicas, científicas e culturais que começaram a ocorrer principalmente na segunda metade do século XIX, como sublinha Pires (2005, p-51-52).

<sup>303</sup> De acordo com Lipovetsky (2016, p. 89), foi a partir dos séculos XV e XVII que se acentuou a estigmatização das ‘criaturas gordas’. Multiplicaram-se, conseqüentemente, o uso de expressões como “pançudo, gorducho, barrigudo, opulento”, reforçada pelos alertas racionalistas dos médicos sobre os perigos ligados ao excesso de gordura.

nova estética da leveza, o vínculo entre joia e pele, ou melhor, entre joia e corpo - se torna mais estreito. As joias deixam de ser utilizadas ou costuradas sobre as roupas e assumem definitivamente sua essência autônoma, que, como já evidenciado, tem na superficialidade uma das suas principais virtudes adequadas à expansão de presença dos sujeitos no mundo.

A percepção histórica, social e cultural que se configura nas primeiras décadas do século XX conduz a esta indispensável observação da feminilidade a partir da referenciada leveza como imperativo estético feminino (LIPOVETSKY, 2016). São inegáveis as potentes ligações intersubjetivas entre o corpo, o objeto sociocultural joia e o feminino, sobretudo após o século XIX, quando, a partir do jogo sociocultural e seus códigos, a mulher é instituída vitrina do homem (ROCHE, 2007). Consequentemente, já na contemporaneidade, esse desejo de leveza como valor ideal às mais variadas esferas (econômica, política, ambiental, social) passa a ser expresso por meio do corpo, através da performance da moda, contribuindo para configuração de *novos modos de eternizar*.

Em conformidade com Lipovetsky (2016, p. 20-21), a relação do sujeito com o corpo, que “vê irromper as paixões pelo aéreo e pela linha”, esculpe o que seria a “ética feminina da eficácia”. Importa evidenciar, a partir do pensador (2016, p. 97), que esse modelo triunfante se aplica não somente às mulheres, mas aos homens também, enfraquecendo “a diferença dos ‘emblemas’ tradicionais do masculino e do feminino”. Cria-se, segundo o pensador, “uma espécie de androginia das aparências: a revolução da leveza ou a marcha para a desdiferenciação dos gêneros”.

No entanto, não se pode, de modo algum, afirmar que o contemporâneo tenha superado esse sistema social que configura uma sociedade binária, que divide e reduz a sexualidade das pessoas em homens e mulheres, reafirmando papéis de gênero a mulher/feminino e o homem/masculino. Esse sistema ainda marca significativamente a contemporaneidade e, por isso, as identificações constituídas para além desses dois polos ainda são vistas por grande parte dos sujeitos como “problemáticas” e/ou “impossíveis”.

Como o próprio Lipovetsky (2016, p. 97-98) observa, são muitos os fatos que impedem a adesão a um “movimento de indiferenciação ‘transsexualista’”, uma vez que são notáveis as intervenções à refeminização e remasculinização dos corpos sexuados. Desse modo, a diferença entre a masculinidade e feminilidade segue presente apesar das expressivas mudanças empreendidas socialmente. Diante desse entendimento, concorda-se com Lipovetsky (2016, p. 98) que a revolução da leveza não é um instrumento de

dissolução das diferenças, mas “um agente de responsabilização individual em relação ao corpo que é então colocado como um antideestino”.

Mais ainda: seria um grande equívoco hoje, conforme salienta Carla Akotirene, em *Interseccionalidade* (2019, p. 18), tomar a mulher a partir de um “modo universal”. A pesquisadora e ativista negra lança uma perspectiva cuidadosa e necessária para questões complexas que envolvem a ideia de feminilidade. A principal, sem dúvida, seria uma crítica ao próprio feminismo hegemônico. As desigualdades de gênero estão para além do patriarcado como um sistema político modelador da cultura e dominação masculina. Isto porque tais iniquidades atingem as mulheres em intensidades e frequências diferentes, sobretudo, em um cenário como o brasileiro – colonizado pelo branco europeu, com estrutura cisheteronormativa e cristã. As opressões de raça, classe e sexo estão visceralmente enviesadas, sendo praticamente impossível vivenciá-las e enfrentá-las separadamente.

A teoria feminista argumentou haver discursos masculinos produzidos pela ordem patriarcal, responsáveis por modelar subjetividades femininas condicionadas a tornar a mulher uma categoria de Outro: obedientes filhas, boas esposas, mães compulsórias e cúmplices das violências praticadas contra elas, conforme assinala Simone de Beauvoir, no livro *O segundo sexo*, publicado em 1949, e Marilena Chauí, em 1985, no artigo “Participando do debate sobre mulher e violência”(…). A interseccionalidade nos mostra mulheres negras posicionadas em avenidas longe da cisgeneridade branca heteropatriarcal. São mulheres de cor, lésbicas, terceiro-mundistas, interceptadas pelos trânsitos das diferenciações, sempre dispostos a excluir identidades e subjetividades complexificadas, desde a colonização até a colonialidade, conforme pensam Maria Lugones e Avtar Brah. (AKOTIRENE, 2019, p. 20, grifos da autora)

Assim sendo, é essencial reiterar oportunamente, mesmo que de forma muito breve<sup>304</sup>, que o entendimento de feminilidade neste estudo é contrário a tal perspectiva machista e cisheterossexista; não sendo, assim, reconhecida a partir do essencialismo biológico binário, que permanece, por sua vez, agregado a conceitos culturais que seguem construções normativas políticas e sociais. Mas sim, entende-se a feminilidade a partir das plurais formas de expressão dos sujeitos e seus corpos como “antidestinos”, livres de padrões hierárquicos e códigos de civilidade que integram essa estrutura antropológica

---

<sup>304</sup> Nesta pesquisa, não se pretende adentrar as reflexões relativas ao feminismo, uma vez que esse debate exige intervenções robustas específicas. Porém, é urgente chamar a atenção para os relevantes estudos empreendidos por grandes referências, dentre elas, Simone de Beauvoir, na década de 1940, e na contemporaneidade, bell hooks, Judith Butler, Angela Davis, Djamila Ribeiro, Chimamanda Ngozi Adichie e a própria Carla Akotirene. Ao mesmo tempo, apreende-se, neste momento, as limitações que conformam os pensamentos empreendidos pela autora desta tese, uma mulher branca, cis gênero (que se identifica com o sexo biológico com o qual nasceu) e hétero.

do imaginário contemporâneo que é a leveza e seus arquétipos – frivolidade, mobilidade, distração, inconstância, sabedoria e estilo (LIPOVETSKY, 2016, p. 26-28).

Em *Metáfora do cabide: Corpo e aparição nos desfiles de moda* (2018, p.60), Renata Costa Leahy acentua o fenômeno da valorização desse corpo do mundo da moda através do agenciamento e da modelagem dos gostos sobre as formas corporais. Ela assinala, a partir do século XX, a imagem como meio eficiente à encarnação do corpo perfeito oferecido à sociedade. Os corpos, então, passaram a ser esculpidos de forma mais intensa em direção a uma diminuição para a modelagem das formas, não sendo mais possível definir um modelo corporal e um estilo vestimentar privilegiados.

No início da década de 1970, os últimos vestígios de uma etiqueta rígida para a *composição da aparência*, a partir das vestes, acessórios, adornos e, em especial, das joias, já tinham sido abandonados. A exemplo, Gola (2008, p. 126) destaca o movimento punk (**Figura 117**) como um dos mais relevantes na história dos adornos nos anos 1970, “o movimento antitudo, que contribuiu com uma imensa variedade de joias populares com sugestões violentas – arames farpados, pregos” (GOLA, 2008, p. 126).

Figura 117 – A designer de moda referência do movimento punk, Vivienne Westwood (1941-2022) com modelos em looks no estilo antitudo, Londres (1977); brincos *Rock Fall*, da coleção *HStern Rock Season*, inspirada no movimento punk (2012); e colar em prata sugestivo a um arame farpado (1970).



Fonte: HStern, Assouline, (2015); GOLA (2008).

Com a aproximação do século XXI, fica ainda mais complexa a tarefa de concepção de um padrão, já que a beleza corporal passa a exprimir identidades fluidas, como aponta Leahy (2018, p. 61): “O momento é de questionamentos de padrões e reivindicação de possibilidades de ser e parecer, do qual o corpo é o fator visível associado à expressão do humano com a roupa”. Além dos criadores de moda, a própria

joalheria aguça as indagações sobre os cânones da feminilidade: fragilidade, mulher ornamento e vocação para o agrado.

Vale lembrar, a partir das reflexões dos primeiros capítulos deste estudo, que desde a primeira metade do século XX, empreende-se uma pujante crítica à materialidade impulsionada por uma série de movimentos artísticos e culturais. Desde então, um curso de fissuras se evidencia, percorrendo o acolhimento de uma extensão criativa almejada e conquistada pelas joias e seus entrelaçamentos com as artes e o simbólico. Com efeito, a concepção de joia passou a vivenciar uma intensa crise de sentidos.

Embora ainda existissem grupos, era difícil distingui-los por suas joias. Para algumas pessoas, será sempre importante ter muitas joias caras e preciosas, mas isso agora é uma questão de escolha pessoal (e de poder pagar por isso) ao invés de um “dever” social. (CARTLIDGE, Barbara apud PHILLIPS, Clare, 2015, p. 132)

Todavia, um dos principais desafios para o setor, a partir de meados do século XX, era equilibrar o ser perene - tão próprio à noção de joia - com uma joalheria que, de antemão, se mostrava entrelaçada a necessária ostentação de corpos plurais à conformação da aparência, que, especialmente, a partir da modernidade mostrava prontamente seus laços com a performance influente da moda.

É necessário enfatizar, por sua vez, que as aproximações entre joalheria e a moda na vida do sujeito contemporâneo não pretendem conter a significância da joia e suas relações com os sujeitos. Para Besten (2011, p: 9), desde o início da sua configuração, essa “nova joalheria” que vem se moldando teve problemas identitários que perpassam todas as esferas da cadeia joalheira: desde o posicionamento do fabricante, tal como a função do ourives, às tentativas de posicionamento da grande área que busca frequentemente suas próprias distinções através de seriações, a exemplo: a alta joalheria, joalheria preciosa, joalheria folheada (fantasia ou comercial), joalheria industrial, joalheria de moda; além da joalheria contemporânea, indistintamente chamada também de joalheria de arte, joalheria de estúdio, joalheria de autor, joalheria de design, joalheria de pesquisa (BESTEN, 2011).

Pensar a joia hoje é pensar nesse objeto sociocultural ágil, arrojado, ativo ligado a um corpo que é mundo em si mesmo, impregnado de sensações, histórias, valores, identificações socioculturais e políticas. O corpo se ostenta como elemento de aparência desse feminino, “uma sensibilidade interna tornada condição primária da percepção de si mesmo e da mobilidade” (VIGARELLO, 2016, p. 305).

Enquanto meio da experiência em expansão que “vem sendo ultrapassado desde sempre, por si mesmo”, o corpo “transborda em direção ao mundo exterior e aos outros”, apoiando-se nas palavras de Monclar Valverde, em *A instituição do sensível – uma hermenêutica da experiência estética* (2018, p. 38). Propõe-se, deste modo, pensar o feminino a partir da ideia fenomenológica de “corpo vivido”, concebida por Merleau-Ponty: O corpo vivido é sempre o corpo situado cujo perspectivismo é um dos elementos estruturantes, como também menciona Cidreira (2005, p. 109):

Com nosso corpo, percebemos o mundo através de perspectivas, pois não temos a capacidade de perceber de uma só vez todas as faces de um objeto, de uma paisagem, de alguém e até de nós mesmos.

Esse corpo, por sua vez, reclama ser apreendido como *sede para a joia*, considerando o vínculo ativo e complexo entre este adorno - capaz de produzir ao máximo o alargamento do eu - com o feminino. Este sentido culminante de irradiação do ser alcançado pela joia, enquanto material reluzente, aberto, autônomo e altruísta, documenta o fato de que o sujeito não termina com os limites geométricos do seu corpo (SIMMEL, 2008). As joias tratam, assim, de disputas requeridas por esses corpos plurais, díspares situados numa contemporaneidade movente.

Figura 118 – Colar *Say my name* (2013), de Leslie Boyd, em formato de pênis com grande corrente, feita em cobre, latão e banhada a ouro.



Fonte: Google Arts and Culture, (<https://artsandculture.google.com/asset/say-my-name-leslie-boyd/GQG96wPwM2kZkw>), (2019).

Como reflexo da ostentação desse corpo expandido, diversas propostas podem ser contempladas através da artisticidade no design de joia. A artista e ativista americana Leslie Boyd assinou, em 2013, a joia *Say my name*, (**Figura 118**) com a intensão de examinar e subverter os estereótipos de gênero. Ao explorar objetos que representam

diretamente partes do corpo, ela faz uma crítica às construções sociais e às generalizações excessivas de feminilidade e masculinidade (GOOGLE ARTS AND CULTURE, 2019).

Já a italiana Betony Vernon (**Figura 119**), por meio das suas joias *sado-chic* (1992), explora as possibilidades de adornar o corpo com objetos que também podem ser usados para o prazer sensual. A hipnoterapeuta clínica atua com a expressão *jewel-tools*<sup>305</sup> para descrever a noção de que as joias se tornam o meio de auto empoderamento e maior prazer (BETONY VERNON, 2022). "Meu trabalho é sobre intimidade antes de qualquer outra coisa (...). A sexualidade é uma parte importante da auto expressão", diz Vernon (FASHIONISTA, 2019).

Figura 119 – Joias eróticas e sadomasoquistas de Betony Vernon. À esquerda na parte inferior, a atriz e ativista humanitária Angelina Jolie usando anel de carícia em prata da marca.



Fonte: Betony Vernon, (<https://www.betonyvernon.com/>), (2022); Harpers Bazaar, (<https://harpersbazaar.uol.com.br/moda/use-sem-moderacao-as-joias-eroticas-e-sadomasoquistas-de-betony-vernon/#gallery=1&slide=3>), (2022); 1stDibs, ([https://www.1stdibs.com/jewelry/objets-dart-vertu/more-objets-dart-vertu/betony-vernon-petting-ring-large-ring-sterling-silver-925-stock/id-j\\_10502132/](https://www.1stdibs.com/jewelry/objets-dart-vertu/more-objets-dart-vertu/betony-vernon-petting-ring-large-ring-sterling-silver-925-stock/id-j_10502132/)), (2022); Pinterest, (<https://pin.it/hQCcE1z>), (2022).

Outro diálogo interessante é o realizado pela artista americana Jennifer Crupi, com sua coleção *Ornamental Hands* (2010), que sugere uma crítica aos extremos para se alcançar uma beleza graciosa a partir dos gestos. A partir desses objetos interativos artesanais em prata e alumínio (**Figura 120**), ela pretende realçar “as formas como nos comunicamos visualmente, por meio da linguagem corporal”.

Sua provocação revela posturas alusivas ao controle e outras tidas como reservadas, cautelosas e desprotegidas (JENNIFER CRUPI, 2022). De acordo com Pires (2017, p.118), as peças feitas para as mãos de Crupi são projetadas com o intuito de fazer

<sup>305</sup> Do inglês, ferramenta de joias.

com que o corpo do usuário assuma determinadas posições expondo alguns códigos culturais característicos à sociedade ocidental.

Figura 120 – Adornos da coleção *Ornamental Hands* (2010), de Jennifer Crupi.



Fonte: Jennifer Crupi, (<https://www.jennifercrupi.com/work>), (2022).

Por fim, evidencia-se o trabalho Keren Wolf, atriz e designer de joias israelense, que cria acessórios e adornos exclusivos, dentre eles, “joias de alta costura”. Como mulher, Wolf pretende suscitar e manter percepções contrastantes a partir de temas como virgindade e conhecimento feminino. Deseja, através do seu processo criativo, “encorajar as mulheres a quebrar seus limites e desafiar as convenções” (KEREN WOLF, 2019).

Em sua coleção *Big Mouth* (2017), Wolf sugere plasmar essa passagem de uma leveza limitada, reduzida a uma leveza ampliada e pujante; uma coleção dualista inspirada nas mulheres e suas percepções sobre o feminino. “O motivo de lábios como um ícone de moda simboliza a feminilidade, paixão e força. Eu uso o motivo dos lábios como um ícone da moda, simbolizando paixão, sedução e feminilidade, e, claro, poder e força”, afirma (2019). Através da boca, essa parte tão poderosa do corpo, expõe a dualidade e força das palavras, que podem ser usadas para inspirar, influenciar, criar e, ao mesmo tempo, podem ser ditas para destruir e oprimir.

Em vídeo *Keren Wolf – My Art Show* (YOUTUBE KEREN WOLF, 2022), produzido para a apresentação da coleção *Big Mouth*, a designer de joias apresenta modelos usando vestidos brancos fluidos, etéreos, representando o romance do dia do casamento e complementado com os longos cabelos soltos como símbolos de feminilidade e virgindade. Na performance encenada, as joias *Big Mouth* surgem como escudos de proteção e enfrentamento, requerendo o despertar da força da mulher.

A morte e a vida estão no poder da língua (Provérbios 18:21): Traduzi este provérbio em um poderoso visual artístico, retratando modelos usando a

coleção enquanto estava deitado em uma banheira branca cheia de leite (...). Na minha visão, o leite representa inocência, limpeza e novos começos e a banheira um santuário íntimo (...). Eu vejo nossas bocas e lábios são a parte principal de quem somos. Eles retratam o poder de nossas palavras e são uma das formas centrais de nos expressarmos. Vindo de um lugar de fortalecimento e crescimento, nós, como mulher, devemos reconhecer a força que nossas palavras possuem. Força que deriva das palavras que escolhemos usar e força das palavras que silenciamos. (KEREN WOLF, 2019)

As peças da coleção são exclusivas, todas feitas à mão, constituídas por ornamentos referentes ao feminino, com muitas flores trabalhadas nos metais preciosos ouro e prata e gemas incolores, entre elas, diamantes e zircões<sup>306</sup>. Um realce para as joias de ombro cuidadosamente estruturadas alcançando os braços da modelo, denotando um abraço, e para as peças de boca que brotam como flores como alusão às palavras, enlace entre o adorno e o corpo.

São apresentadas, na **Figura 121**, à esquerda, imagens do vídeo *Keren Wolf – My Art Show* com joias de ombro e labiais ornadas com flores da *Big Mouth*; à direita superior, repostagem no Instagram @kerenwolf com a cantora Madonna e legenda: “Madame: não é o tipo de garota que você pode calar a boca! ”; à direita inferior, a rapper Nicki Minaj – as duas usando joias de Wolf; e na extrema direita, editorial *Heads Up*, V Magazine (2018), fotografado por Richard Burbridge, com joias da designer

Figura 121 – Imagens do vídeo *Keren Wolf – My Art Show* com joias *Big Mouth* (2017); Madonna e Nicki Minaj com joias de Wolf; e editorial *Heads Up*, V Magazine (2018) com joias da designer.



Fonte: YouTube Keren Wolf, ([https://www.youtube.com/watch?v=iM-POdbHL\\_g&t=5s](https://www.youtube.com/watch?v=iM-POdbHL_g&t=5s)), (2022); Instagram (IG) Keren Wolf (09 de maio de 2019); Instagram Nicki Minaj (06 de março de 2019); Fashionotography, (<https://www.fashionotography.com/heads-up-by-richard-burbridge-for-v-magazine-fall-2018/>), (2022).

<sup>306</sup> O zircão é uma gema conhecida desde a Antiguidade. Possui grande brilho e “fogo”, com alto índice de refração e elevada dispersão da luz. Os incolores são muito raros. É ainda considerada um mineral frágil, sensível à pressão e a golpes. No Brasil, encontram-se jazidas de zircão (SCHUMANN, 1985, p. 108).

Atualmente, a designer é um dos nomes mais requisitados por estilistas e celebridades. Seu trabalho é regularmente exibido em revistas de moda como Vogue, Harper's Bazaar, V Magazine, Marie Claire, Elle, L'Officiel. Suas joias são usadas por mulheres célebres de todo o mundo, como a modelo Bar Refaeli, a atriz Dakota Johnson e as cantoras pop Madonna e Nicki Minaj – representantes afirmativas para a proposta de visibilidade e consumo da designer de joias.

Os adornos apresentados acima estampam, de forma pontual, os amplos questionamentos e rupturas relevantes acerca das personificações da feminilidade, dentre elas, sua associação persistente ao “sexo frágil” como prefigurações do domínio masculino. No entanto, nota-se que critérios estéticos pré-estabelecidos continuam sobrecarregando as mulheres e o feminino, sendo ainda circunscritos às noções normatizadas de gênero e sexualidade.

Como enfatiza a escritora negra nigeriana Chimamanda Adichie, em *Sejamos todos feministas* (2014, p. 8), impressiona o quanto as mulheres seguem investindo em serem “queridas”, e para isso, os sentimentos de raiva, contrariedade e agressividade precisam ser contidos. Sublinha ainda o quanto ainda é difícil dialogar sobre questões de gênero, o quanto perdermos muito tempo ensinando às meninas a se preocupar com o que os meninos pensam delas, enquanto o oposto não acontece. Para Adichie (2014, p. 11), a questão de gênero prescreve como devemos ser em vez de reconhecer como somos.

Decidi parar de me desculpar por ser feminina. E quero ser respeitada por minha feminilidade. Porque eu mereço. Gosto de política e história, e adoro uma conversa boa, produtiva. Sou feminina. Sou feliz por ser feminina. Gosto de salto alto e de variar os batons. É bom receber elogios, seja de homens, seja de mulheres (cá entre nós, prefiro ser elogiada por mulheres elegantes). Mas com frequência uso roupas que os homens não gostam ou não “entendem”. Uso essas roupas porque me sinto bem nelas. O “olhar masculino”, como determinante das escolhas da minha vida, não me interessa. (ADICHIE, 2014, p. 13)

### 8.3 HStern e Rommannel: *perenidade mundana*

Para a apreensão dos *novos modos de eternizar* que atravessam a cena contemporânea por meio dos elos entre a moda, a leveza e o feminino, é indispensável recorrer ao que acontecia no Brasil no segmento de joias. Em acordo com Claudia Dayé, Claudio Cornejo e Engracia Costa, em *Joalheria do Brasil* (2017, p. 130), vale reconhecer, de modo singular, a constante presença e atuação feminina no desenvolvimento da joalheria nacional em todas as áreas do ramo no decorrer do século XX. Na década de 1920, Genny apoiava Leão Sayeg no início da conceituada e centenária joalheria Casa Leão, que passou a ser gerida na década de 1980 por outra importante representante feminina, Lydia Leão Sayeg.

Referencia-se também Rosa Okubo, na década de 1930, uma das grandes vanguardistas no design de joias brasileiro, imigrante japonesa que chegou no Brasil em 1925 em busca de melhores oportunidades. Rosa Okubo trabalhou como comerciante de porta em porta, operária em fábricas e lapidações e construiu com sua família um negócio próprio, em 1934, tornando-se referência em joias ornadas com pérolas, conhecida popularmente como a “rainha das pérolas”. Sua expertise foi herdada pelo filho Julio Okubo, que criou sua marca em 1965 e passou a produzir suas próprias joias. Imprescindível mencionar ainda Reny Golcman, que na década de 1960 “conquistava seu espaço na bancada, entre ferramentas, metais e produtos químicos, ofício que era essencialmente masculino”, afirmam Dayé, Cornejo e Costa (2017, p. 131).

Impossível nessa pequena referência elencar todos os nomes de mulheres que exerciam papéis essenciais no setor joalheiro brasileiro, requerendo o protagonismo feminino em um contexto histórico marcado por comportamentos machistas próprios de um patriarcado. Essa presença das mulheres começou, todavia, a ganhar uma evidência maior a partir da segunda metade do século XX, acompanhando os movimentos sociais e culturais que embalavam o mundo à época, entre eles, o feminismo. Como aponta a própria Claudia Dayé, ao entrevistar Lydia Leão Sayeg, em 09 de maio de 2019, em *Joia Brasileira - Claudia Dayé entrevista Lydia Leão Sayeg* (YOUTUBE UNIBES CULTURAL, 2023), a partir dos anos 1980, as mulheres filhas de joalheiros começaram a gerir as empresas dos seus pais. Enquanto a joalheria ainda estava sob o controle dos homens, elas começavam a se posicionar também como gestoras.

Esse sucinto contexto apresentado é primordial para se lançar um olhar para a HStern, a partir da década de 1950, e posteriormente para a Rommannel, na década de 1970, considerando os vínculos entre as movências fashionistas orquestradas pela leveza,

reconhecida aqui como valor ideal social, econômico, cultural que se revela no corpo. As duas marcas têm suas trajetórias marcadas pela intensa influência da temporalidade da moda e suas conexões com o universo do consumo, a partir de uma visualidade que afeta e comunica o estar, o ser e o parecer na sociedade atual.

Em 1950, a HStern realizava um movimento interessante de vanguarda quanto à contratação de mulheres, que passaram a ocupar cargos executivos na empresa, em um segmento predominantemente influenciado por homens. Uma delas foi a funcionária Anna Friedman, admitida aos 18 anos para trabalhar ao lado do Kurt Stern na tesouraria. Friedman trabalhou na HStern até se aposentar pela empresa aos 70 anos como vice-presidente. “Depois dela, outras mulheres foram contratadas. A empresa era basicamente feminina”, afirma Dieguez (2015, p. 116). Contudo, à época, importa sinalizar que a marca seguia sob o comando de homens brancos de origem europeia e seus principais compradores de joias ainda eram os homens. “No Brasil do começo dos anos 1950, os homens ainda detinham o poder econômico e, embora as mulheres pudessem escolher as de que mais gostassem, eram eles quem pagariam”, afirma Dieguez (2015, p. 119).

Em particular, após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), a atmosfera social e cultural ocidental favoreceu um retrocesso a partir de um imaginário que evidenciava a persistente situação de desigualdade entre homens e mulheres. Isto porque o estilo de vida consumista americano, conhecido como *American New Life*<sup>307</sup>, ganhou força no Ocidente e estimulou a formulação e difusão de novos critérios de civilidade. O corpo feminino, especificamente, se via mais uma vez conduzido a padrões que ganhavam visibilidade através do impacto das novas mídias, com o cinema, o rádio e a televisão.

Entre as figuras mais emblemáticas, a atriz, modelo e cantora americana Marilyn Monroe, já citada nesta pesquisa, personificava a imagem da mulher branca, loura, cintura marcada e quadris bem desenhados, idealizada pelos homens brancos, americanos – um imaginário ocidental perpassado pelos ideais de masculinidade, a partir de uma sociedade binária, como é possível reconhecer. Esse imaginário é perceptível nos filmes, musicais e canções estrelados por Marilyn Monroe - a exemplo do longa *Gentlemen Prefer Blondes*<sup>308</sup>, produção cinematográfica de 1953 que apresentava na sua trilha sonora a canção *Diamonds Are A Girls Best Friend*. Na Alta Costura, fica em evidência ainda o

---

<sup>307</sup> É associado, sobretudo, à retomada do crescimento da economia americana fragilizada pela Grande Depressão, que quebrou a bolsa de Nova Iorque, em 1929. Até hoje, o *American New Life* é visto como um parâmetro de comportamento para os Estados Unidos, expressando o sentimento nacionalista, que tem como princípios elementares a liberdade, a busca pela felicidade e a crença dos direitos a vida.

<sup>308</sup> Tradução nossa: “Os homens preferem as louras”.

*New Look* da Dior<sup>309</sup>, estilo pós-guerra que se popularizou a partir das modelagens criadas pela grife francesa ao anunciar um retorno a uma referente feminilidade, após os anos duros das guerras mundiais.

Nesse mesmo período, de forma estratégica, a HStern começava a ampliar os negócios e investir na criação de joias, além da comercialização de gemas. “Hans estava mergulhado em pesquisas para montar a joalheria. Passava a maior parte do tempo na Europa e nos Estados Unidos avaliando como operavam as grandes joalherias de luxo”, conta Dieguez (2015, p. 117). Atenta ao cenário complexo, a grife dedicou-se a desenhar e fabricar joias que não ficassem pesadas ao serem executadas – o peso aqui está enviesado ao sentido da materialidade, do emprego de grande volume de metais e pedras.

Por outro lado, o logo da joalheria pretendia revelar esse projeto de afirmação e projeção da marca mundo afora apostando em elementos que representassem a ideia de uma imagem sólida e tradicional. A HStern, então, investiu em um logo pesado, sobrecarregado, intenso nas formas e visualidade, a fim de transmitir ao consumidor direto (homem, em sua maioria) “a segurança de estar tomando posse de um produto perene” (DIEGUEZ, 2015, p. 119).

Em 1955, a joalheria já marcava forte presença na América Latina, com lojas em Buenos Aires, Montevidéu, Bogotá e Caracas, “podendo ser considerada a primeira multinacional brasileira do varejo”, afirma Dieguez (2015, p. 130). Em 1964, além das lojas de Nova Iorque e Frankfurt, a empresa tinha iniciado suas operações em Israel. As primeiras unidades foram abertas no Hotel Hilton, em Tel Aviv, e no Aeroporto Internacional Bem Gurion. Na década de 1970, abriu uma loja âncora na 5ª Avenida de Nova York, um dos endereços comerciais mais cobiçados do mundo até hoje. Em 1983, inaugurou sua nova sede mundial no Rio de Janeiro, com um complexo em Ipanema que passou a abrigar toda a parte de produção das joias, a administração e o laboratório gemológico (ALBINO; GUIMARÃES; DE OLIVEIRA; DE ALMEIDA; GOMES; SEPÚLVEDA, 2009, p. 103).

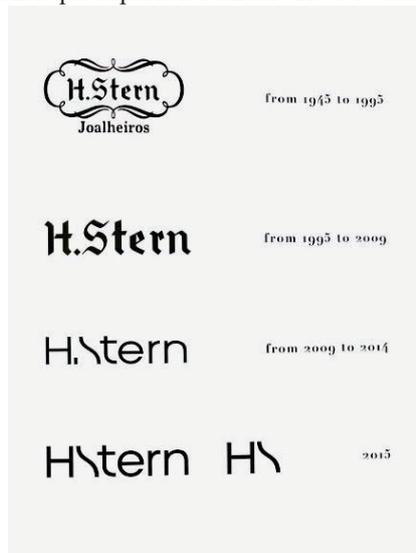
Somente a partir da década de 1990, sob a gestão do filho Roberto Stern e já reconhecida internacionalmente, a HStern iniciou um percurso em busca de um novo

---

<sup>309</sup> A Dior foi fundada em 1946, na França, pelo estilista Christian Dior (1905-1957) com apoio do empresário da indústria têxtil, Marcel Boussac. O primeiro endereço da marca foi a Avenida Montaigne, 30, em Paris. Da primeira coleção, *Corolle*, até a última, *Fuseau*, Christian Dior desenhou vestidos que usavam as linhas H, Y e A para dar forma à silhueta feminina. A primeira coleção da Dior foi apresentada em 1947, causando um grande impacto no segmento de moda mundial. Conta-se que a expressão *New Look* surgiu após a redatora da revista americana *Harper's Bazaar*, Carmel Snow, presente no desfile da primeira coleção, exclamar “*This is a new look!*”, criando-se assim um novo estilo.

posicionamento que pode ser vislumbrado a partir da evolução do seu logo (**Figura 122**), apesar ainda da persistência de valores atrelados a uma masculinidade patriarcal no segmento das joias, que se desnuda no anúncio publicitário “Homem certo” (1997), que vai de encontro com os empenhos feministas da marca (**Figura 123**).

Figura 122 – Evolução do logo da HStern, refletindo as transformações no posicionamento da empresa. Dos traços barrocos, na primeira metade de século XX, às linhas leves assumidas na contemporaneidade, com referência à silhueta feminina. De cima para baixa e por último, a marca atual mais contínua, sem o ponto que separava a inicia “H” e o “Stern”.



Fonte: HStern, Assouline, (2015).

Figura 123 – Anúncio HStern “Homem certo” (1997), que, conforme o site Propagandas históricas (2023), materializa literalmente “os presentes que podem vir de um homem certo”.



Fonte: Propagandas históricas, (<https://www.propagandashistoricas.com.br/2015/01/hstern-homem-certo-1997.html>), (2023).

Os traços barrocos pesados das letras do logo – vinculados às ideias de tradição, segurança e masculinidade – foram abandonados no ano de 2009, assumindo-se efetivamente traços finos “com um insinuante S lembrando, ligeiramente, uma silhueta feminina” (DIEGUEZ, 2015, p. 241). Com o logo usado atualmente, nota-se, desse modo,

prelúcios de tentativas da marca em ostentar a equidade na condição social, econômica e cultural entre homens e mulheres, que, assim como eles, têm arbítrio para escolher e adquirir suas próprias joias como e quando quiser; além de iniciar um curso de reconhecimento – ainda em andamento – da multiplicidade expressiva que envolvem os sujeitos e seus corpos.

Desde o início das suas atividades, a HStern prospectava se transformar na joalheria mais luxuosa do Brasil e, posteriormente, uma das mais conceituadas do mundo, priorizando um grande investimento nos processos de lapidação das gemas e ourivesaria. “Em sua avaliação [de Hans Stern], 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”, afirma Dieguez (2015, p. 117). A grife decidiu manter-se fiel à crença de que as pedras brasileiras eram e continuariam sendo o centro das atenções nas suas criações. A forma da joia então seguiria a intenção da gema.

Como visto, esse pensamento se mostra igualmente em sintonia com o modo de formar investido pela Alta Joalheria de Chanel em sua coleção *Bijoux de diamants*, em que o diamante se torna a grande estrela das peças emolduradas por metais preciosos. Para Hans Stern (DIEGUEZ, 2015, p. 117-118), o consumidor das suas joias deveria notar que as peças eram confeccionadas, ainda que de forma artesanal, pelo mesmo fabricante. Por isso, no momento de implantação da joalheria, a uniformidade era essencial para manter o alto padrão de produção, garantindo uma assinatura única à marca. Dentre uns dos principais impasses enfrentados inicialmente pelos fundadores estava a resistência dos ourives quanto a relevância dessa invariabilidade das peças, realçando, no seu processo de criação, o trabalho coletivo artesanal.

E mesmo investindo em um design considerado menos rebuscado, chamado por Hans Stern de “molduras”, os ourives tinham dificuldade em executá-lo no nível de excelência almejado. Apesar de atuar em segmentos diferentes, a experiência de seu pai Kurt Stern na gestão da fábrica da família, na Alemanha, funcionou como pilar para o desenvolvimento e a implantação de processos de produção para a joalheria HStern. Como solução, pai e filho estruturaram uma oficina própria e estabeleceram normas e controles de qualidade para fabricação das joias. Criaram, então, um certificado de garantia internacional que assegurava esses padrões técnicos de excelência, que

envolviam, por exemplo, a pureza<sup>310</sup> e gramatura do ouro, a excelência da pedra e, por fim, o cuidado com o acabamento da joia, enfim, com os detalhes.

Em pouco tempo, a brasileira HStern passou a fabricar as peças seguindo um rígido controle de qualidade alemão. Cada joia era revista várias vezes por um meticuloso examinador e colocava à venda somente se estivesse dentro do padrão estabelecido (...). No começo, os ourives brasileiros ofendiam-se de ter que destruir e refazer o que tinham produzido. Por fim, acabaram entendendo que era muito melhor terem um protocolo a seguir. Notaram que as joias ficavam perfeitas e que tinham passado a fazer um trabalho superior ao que costumava executar. **Quando o logo se juntou às peças de qualidade impecável, pai e filho [Kurt e Hans Stern] tiveram a certeza de que a ideia de perenidade não se esgotava na marca. Eles entregariam uma joia que, efetivamente, duraria para sempre.** (DIEGUEZ, 2015, p. 119, grifos nossos)

Importa lembrar, mais uma vez, do encontro entre o material e o espiritual como impreteríveis na instituição de um valor de preciosidade às joias que se ajusta nos detalhes. Essa visão empreendedora da HStern e sua preocupação com cada faceta das suas peças reforçam um dos pontos principais defendidos neste estudo: o entendimento da materialidade aderente à noção de joia como sendo constantemente atravessada por sentidos amplificados, que cumprem os anseios por uma *perenidade mundana* - expressão que se assume nesta pesquisa parafraseando Lipovetsky (1989, p. 62), ao mencionar a “preciosidade mundana” como parte do espírito barroco do tempo. Melhor dizendo, *perenidade mundana* como uma materialidade em confluência com as movências fashionistas e seus novos modos de eternizar característicos da contemporaneidade, que, todavia, continuam seguindo os princípios da raridade, visualidade, luminosidade e *inutilidade útil*.

Outra notável consideração para que a joalheria assegurasse projeção e aprovação internacional foi sua presença nas passarelas de moda. A HStern foi a primeira marca nacional de joias a realizar, em 1959, desfiles no Brasil. Foi também a única marca latino-americana a participar da relevante “Mostra Internacional de Joias Modernas”, no museu londrino Victoria & Albert, no ano de 1961, segundo artigo *Internacionalização de marcas de luxo brasileiras: Um estudo de caso da joalheria H Stern* (ALBINO; GUIMARÃES; DE OLIVEIRA; DE ALMEIDA; GOMES; SEPÚLVEDA, 2009, p. 103).

Na **Figura 124**, é possível visualizar a cobertura do desfile da coleção *Campana por HStern*, em 2001, pela revista *Caras*<sup>311</sup>. Composta por 65 joias em ouro 18k e diamantes, a coleção, lançada nos anos 2000 durante a virada do milênio, foi elaborada

<sup>310</sup> A pureza aqui está relacionada à materialidade, à utilização de alto percentual de ouro puro na constituição das ligas metálicas que compõem as joias HStern.

<sup>311</sup> Voltada para a publicação de conteúdos sobre famosos, celebridades, personalidades, moda e comportamento, chamadas por vezes de tabloides.

em parceria com os irmãos Humberto e Fernando Campana (1961-2022), grandes nomes do design brasileiro, a fim de evidenciar as formas irreverentes do heterogêneo imaginário contemporâneo através das obras dos designers: “Criações que, como as joias, são feitas para um lúdico viver” (HSTERN, 2015, p. 89). Em destaque na **Figura 123**, estola em ouro HStern também vista na passarela sobre o corpo da modelo à esquerda. A colaboração Campana<sup>312</sup> para a HStern ilustra o caminho estratégico que a grife brasileira de joias sempre buscou na sua trajetória à sua internacionalização ao associar-se a marcas e personalidades que agregam valor estratégico e, conseqüentemente, reconhecimento.

Ainda na **Figura 124**, um realce para o desfile com joias HStern e roupas do estilista brasileiro Carlos Miele, em 03 de novembro de 2009, em evento beneficente Cine Fashion, promovido no Shopping Cidade Jardim, em São Paulo (SP). No detalhe, imagens dos bastidores e da passarela do desfile HStern e Carlos Miele, em São Paulo (2009).

Figura 124 – Cobertura Caras do desfile da coleção *Campana por HStern* (2001); e imagens dos bastidores e da passarela do desfile HStern e Carlos Miele, em São Paulo (2009).



Fonte: Maitê Proença Blogspot, (<http://maite-proenca.blogspot.com/2012/01/maite-em-desfile-de-joias-da-hstern-dos.html>), (2022); Adoro Joias, (<https://adorojoias.com.br/samba-sofisticacao-e-sensualidade-na-passarela/>), (2022).

Conforme observado, todas as etapas do modo de formar – desde o *insight* ao desenho, objetivando o protagonismo da gema, passando pela seleção das matérias-

<sup>312</sup> Fundado em 1984, o atelier Campana é acolhido mundialmente por seu design de mobiliário audacioso, considerado disruptivo ao lançar um olhar para as formas cotidianas em diálogo constante com a diversidade cultural brasileira, que resulta em um “caos criativo”, abundante em cores e materiais (ESTÚDIO CAMPANA, 2022).

<sup>313</sup> Carlos Miele foi o fundador da marca de jeanswear M.Officer, há mais de 30 anos, e o primeiro estilista brasileiro a integrar o Conselho dos Designers de Moda da América (CFDa). Em 2001, apresentou sua primeira coleção com sua marca homônima em Londres; em 2002, estreou na Semana de Nova York.

primas, série de tentativas, erros e acertos até a execução, finalização, exposição e comercialização do adorno – passaram a compor o valor da joia, ou melhor, constituem esse *novo modo de eternizar* que leva a assinatura HStern. Uma joia, como sublinhado por Dieguez (2015), que pretendia ser desejada e, acima de tudo, perene, característica essencial para a consolidação da joalheria nacional, principalmente, no mercado mundial da Alta Joalheria que compõe o universo do luxo.

Ao se pensar, de modo especial, na perenidade, os ritos instituídos por Kurt e Hans Stern são interessantes para elucidar a capacidade desses adornos de serem reaproveitados e remodelados ao longo do tempo, atendendo principalmente os anseios efêmeros fashionistas, a partir da transformação desses metais e pedras preciosos naturais finitos. Afinal, conforme visto anteriormente, estes materiais são alvos constantes de conflitos sociais, políticos, econômicos, histórico-memoriais e culturais em ambientes de exploração mineral. Por consequência, esse novo modo de eternizar atento a tais demandas se apresenta como um desafio no processo formativo e, sem dúvida, comunicativo de diversas marcas de joias da atualidade que pretendem ser reconhecidas por um estilo único.

Figura 125 – Sequência de imagens da postagem em vídeo da Campanha do *Trunk Show HStern* no Instagram (IG) da marca.



Fonte: Instagram (IG) HStern, (<https://www.instagram.com/p/CQYU7pMnaEk/>), (21 de junho de 2021).

Um dos principais empenhos da HStern é a realização, desde 1975, do *Trunk Show*<sup>314</sup> (Figura 125). A joalheria incentiva seus clientes a levarem nas suas lojas as joias

<sup>314</sup> Na HStern, o *Trunk Show* acontece constantemente em todas as suas lojas, bastando apenas que o cliente interessado faça agendamento prévio para o atendimento personalizado. Atualmente, diversas marcas de joias também aderiram a campanhas voltadas ao reaproveitamento das joias sem uso para a compra de novas peças. Algumas costumam realizar semanas específicas – “semana do ouro” - em que os clientes são

que não estão sendo mais usadas por motivos e histórias diversas. Essas peças são pesadas (valendo o peso do ouro) e avaliadas e, por fim, gera-se um crédito na marca para a compra de uma nova joia. A iniciativa atrai um público fiel à marca, mas também pessoas que desejam adquirir uma peça com a assinatura HSTern pela primeira vez.

A oportunidade perfeita para renovar seu porta-joias. Durante todo o ano, suas joias sem uso (incluindo peças quebradas, brincos sem par e de qualquer marca) valem crédito imediato para novas compras. Agende já uma avaliação na loja mais próxima (veja contatos no link da nossa bio). (INSTAGRAM HSTERN, 2021)

Hoje, as marcas e seus designers têm que lidar com essa provocação de conciliar um senso de disciplina projetual com a liberdade e sensibilidade criativa para criar artefatos e oportunidades que, por sua vez, atendam às vontades do sujeito de apresentar-se como ser social, cultural através das suas diferentes personas (VIEIRA, 2017, p. 86). Vale recorrer, outra vez, a Cardoso, em *Design, cultura material e o fetichismo dos objetos* (1998, p. 29) para frisar a pluralidade como uma das marcas registradas da pós-modernidade, não cabendo, dessa maneira, a concepção de que existe uma única forma correta de fazer as coisas ou uma única solução para os problemas. O designer e historiador (1998) sugere que o design se caracterize como um exercício de processos mentais (artifício/engenho), podendo aparentar-se ao fetichismo por forjar uma ligação entre o imaterial e o material sem passar necessariamente pela feitura. Com efeito, o design aplicado à moda está comprometido com este diálogo que vai além da utilidade das roupas, dos acessórios e adornos (VIEIRA, 2017, p. 87).

De acordo com Gola (2008, p. 124), a pressão por novidades se tornou uma grande provocação para as indústrias joalheiras, principalmente ao final da década de 1970. “Também surgiu a preocupação com a qualidade e a aparência da joia imitação, revitalizando-a e tornando-a singular após anos de marginalidade”, ratifica a autora e designer de joias. Nesse período, o setor de joias e acessórios estava atrelado substancialmente a duas ramificações: joias de ouro puro; e bijuterias ou peças folheadas/banhadas consideradas de baixa qualidade.

Em meados do século XX, houve um grande estímulo do uso de materiais considerados não-nobres, como reflexo dos movimentos socioculturais e econômicos<sup>315</sup>

---

convidados a levarem as peças para avaliação. Para essas ações, observa-se um investimento ostensivo em campanhas de marketing e publicidade muito bem articuladas.

<sup>315</sup> Alto preço do ouro foi determinante também para as mudanças no processo criativo que impactou toda a cadeia produtiva até o consumidor final, segundo Gola (2008, p. 121). Entre 1934 e 1970, o mercado de ouro era ligado à paridade com o dólar. No início da década de 1970, a ligação formal entre o ouro e o dólar foi quebrada. O ouro aparentemente se transformou em *commodity*, como o petróleo, passando a ser

combinados à performance da moda. Conseqüentemente, o setor passou a requerer novos modos de fazer para a joalheria. Além da joia idealizada e projetada a partir de uma perspectiva artística, ganhava espaço uma joalheria comercial, atenta às novidades em uma época empobrecida de ouro, afirma Gola (2008, p. 123-124):

(...) as joias genuínas, em função da alta do preço do ouro, ficaram muito menores, a ponto de parecerem sombras de seus modelos anteriores. Os anos 1970, devastadores para a joalheria tradicional, apresentaram, em ouro, correntes fininhas, usadas, várias ao mesmo tempo, no pulso ou no pescoço, com pequenos berloques de estrelas, de corações ou um único diamante. A década de 1970 pode ser considerada o único período da história em que a ornamentação com joias genuínas esteve fora de moda.

É justamente nesse cenário repleto de provocações para o segmento que, em 1986, surge a Rommanel. A proposta dos diretores e fundadores da Rommanel era inovar, levando sofisticação e encantamento de modo acessível criando a melhor joia folheada do mercado, conforme destaca Antonio Carlos Martins, em vídeo *Rommanel/ Coleção 35 anos - 2021*, divulgado no canal do YouTube Rommanel:

Nós entendíamos que existia ali um espaço, entre a joia de ouro maciço e a bijuteria, para fazer uma joia folheada de qualidade que tivesse uma vida útil prolongada e que seu consumidor visse uma relação de custo benefício muito favorável.

A fim de conquistar essa fatia do setor pouco explorada comercialmente, a Rommanel passou, então, a investir na concepção de joias folheadas a partir de uma profissionalização nos processos que envolvem uma estrutura tida como pioneira na montagem de peças por meio da técnica da galvanoplastia (galvanização ou eletrodeposição), que, como antes apresentada, consiste no depósito de camadas metálicas sobre a peça.

Em 1987, foi lançado o primeiro catálogo da marca e quase uma década depois, em 1998, a marca já contava com seus primeiros distribuidores exclusivos. Segundo Martins (YOUTUBE ROMMANEL, 2021), um dos fatores de sucesso da empresa foi a parceria firmada com toda a rede de distribuidores: “Eu acho que esse foi um diferencial que a Rommanel pôde construir. Encontrar esses parceiros na sua vida e construir essa grande empresa para transformar as vidas das pessoas”, afirma o fundador.

No ano seguinte, em 1999, foi estruturada a primeira rede de lojas exclusivas com foco em revenda, estabelecendo o elo com as consultoras, que, sem dúvida, têm até hoje

---

comercializado livremente, servindo como matéria-prima para a indústria de joias e para indústria eletroeletrônica e como mais um ativo financeiro volátil. Por isso, houve uma inflação acelerada do preço do metal precioso, acompanhada de uma intensa flutuação no seu mercado (WANDERLEY, 2015).

um papel essencial na divulgação e, principalmente, no sucesso comercial da marca com a venda direta. Em 2001, a Rommanel inaugurou uma nova fábrica sob o comando dos sócios Martins e Manchon.

Nunca abrimos mão da qualidade, mesmo durante os períodos mais difíceis, e isso nos ajudou a superar obstáculos e dificuldades (...). **Fomos os pioneiros, acredito que até no mundo, em trabalhar o processo minucioso de montagem de camadas de ouro nas peças.** Com a qualidade presente, a marca foi se fortalecendo. (MARTINS apud RÁDIO ESFERA, 2022, grifos nossos)

De acordo com o diretor industrial André Manchon (YOUTUBE ROMMANEL, 2021), desde o início, a Rommanel se preocupou com a qualidade, investindo em “equipamentos de ponta importados, italianos, para produzir a melhor joia folheada do Brasil e do mundo, que sempre foi nosso foco”.

Com a unidade fabril atualizada e expandida, decidiram imprimir, em 2002, essa renovação na identidade visual através do seu logo, exibindo para o grande público esse novo ciclo da empresa. O logo surge então com fontes mais suaves, agregando um símbolo que se tornou bastante popular e reconhecível no segmento – a borboleta – para representar o propósito e a essência Rommanel, conforme apresenta a diretora de marketing Fabiana Martins, representando a significativa ligação requerida entre moda, leveza e feminino na concepção da nova marca (YOUTUBE ROMMANEL, 2021):

A borboleta é um símbolo de transformação, de metamorfose. E é o que acontece na vida de muitas pessoas, pessoas tanto que trabalham com a gente, pessoas que são nossos fornecedores, nossos clientes, nossas consultoras. Todo mundo que se relaciona com a Rommanel tem com certeza essa experiência de transformação, porque é o nosso propósito, transformar vidas.

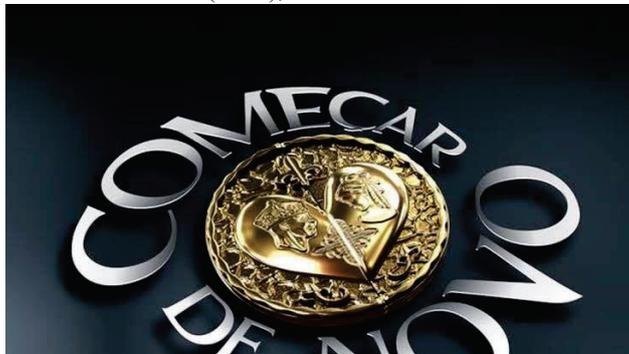
Além da expertise nas técnicas de produção, atenção aos detalhes no acabamento viesados a uma materialidade aderente própria à joalheria, durante toda sua trajetória no mercado brasileiro e mundial, a marca assumiu, no seu planejamento estratégico, a moda como um dos seus principais pilares de atuação. A partir do ano de 2004, a Rommanel começou a apostar na grande mídia, através de uma parceria firmada com a TV Globo<sup>316</sup> e suas telenovelas. A empresa ficou à frente da criação de uma joia (**Figura**

---

<sup>316</sup> A rede de televisão brasileira é reconhecida como uma das principais produtoras de conteúdo televisivo da América Latina e do mundo. Seus produtos são comercializados para diversos países, sendo as telenovelas produtos principais nessas exportações. A partir de 1995, a Globo unificou toda a sua produção de teleficção na Central Globo de Produção, mais conhecida como PROJAC (Projeto Jacarepaguá, bairro do Rio de Janeiro). O PROJAC comporta gravações simultâneas de novelas, séries (minissérie ou seriado) e especiais (produção episódica) (LOPES, 2003).

126) para compor a abertura da telenovela *Começar de novo* (2004), com história baseada no clássico romance francês *O conde de Monte Cristo* (1844), de Alexandre Dumas.

Figura 126 – Joia criada exclusivamente pela Rommanel para a abertura da telenovela *Começar de novo* (2004), na TV Globo.



Fonte: Memória Globo, (<https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/novelas/comecar-de-novo/>), (2022).

Tais investimentos em ações de publicidade e marketing nas telenovelas foram bem assertivos. No Brasil, a telenovela conquistou reconhecimento público como produto artístico e cultural e ganhou visibilidade como agente central do debate sobre a cultura brasileira e a identidade do país. Segundo a pesquisadora Maria Immacolata Vassallo de Lopes, em *Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação: Construção de sentidos sobre os discursos da vida pública e da vida privada brasileira passam pela telenovela* (2003, p. 17), a telenovela é um dos fenômenos mais representativos da modernidade brasileira, por combinar o arcaico e o moderno, fundir dispositivos narrativos anacrônicos e imaginários modernos, além de ter sua história fortemente marcada pela dialética nacionalização-massmediação.

Desde sua introdução no Brasil, na década de 1950, a televisão possui uma penetração intensa na sociedade brasileira, tendo uma capacidade peculiar de alimentar um repertório comum por meio do qual pessoas de diversas classes sociais, gerações, raça, gênero e sexualidade e regiões do país se posicionam e se reconhecem umas às outras (LOPES, 2003, p. 18). Para os brasileiros, a novela faz parte do cotidiano como uma poderosa vitrina de consumo e grande painel de temas sociais. E mesmo diante dos avanços do ambiente digital e das diversas opções audiovisuais atuais, esse produto de ficção seriada ainda segue sendo um importante meio à construção de sentidos sobre os discursos das vidas pública e privada nacional.

As convenções que passaram a ser adotadas a partir da década de 1970 se baseiam na máxima de que **cada novela deveria trazer uma novidade**, um assunto que a diferenciasses de suas antecessoras **e fosse capaz de provocar o interesse**, o comentário, o debate de telespectadores e de outras mídias, **assim**

**como o consumo de produtos a ela relacionados:** livros, discos, roupas etc. Essa ênfase na representação de uma contemporaneidade sucessivamente atualizada é visível na moda, nas tecnologias, nas referências a acontecimentos correntes. (LOPES, 2003, p. 25, grifos nossos)

A televisão mostra, até hoje, sua força como meio difusor de comportamentos e estilo, influenciando os hábitos de consumo, sobretudo, do público feminino. Atenta a essa potência, a multinacional Rommanel investiu em uma equipe de profissionais que pesquisa as principais oportunidades, a exemplo dos planos de *merchandising* que começaram a ser implementados em 2014, no horário nobre da TV Globo, com a novela *Império*; cujo personagem principal, José Alfredo, interpretado pelo ator Alexandre Nero, é o proprietário de uma rede internacional de joalherias.

Para a ação com a trama global, foi escolhida a personagem Maria Clara, interpretada pela atriz Andréia Horta. Filha preferida do “comendador” José Alfredo com sua esposa Maria Marta, representada pela atriz Lilia Cabral, Maria Clara é a única mulher entre os três irmãos. A personagem é uma designer de joias com personalidade forte e, ao mesmo tempo, romântica, estilo arrojado com produções que investem em roupas sóbrias, minimalistas a fim de exibir o protagonismo das suas joias. Ela atua na joalheria do pai, porém deseja alcançar o reconhecimento do seu talento para além da empresa familiar.

Figura 127 – Imagens de divulgação da coleção Rommanel para a novela *Império* (TV Globo, 2014); algumas cenas da ação de *merchandising*; e evento em loja física de Fortaleza (CE), com parte do elenco da trama global.



Fonte: GSHOW, (<http://gshow.globo.com/novelas/imperio/rommanel/noticia/2014/11/maria-clara-assina-linha-de-semijoias-e-fica-empolgada-com-resultado-do-trabalho.html>), (2022); Anna Ramalho, (<https://www.annaramalho.com.br/marca-lanca-colecao-inspirada-na-novela-imperio/>); (2022).

Na **Figura 127**, visualizam-se imagens de divulgação da coleção Rommanel para a novela *Império* (2014), com a assinatura da personagem Maria Clara, além de cenas das ações de *merchandising* na trama global. Vislumbram-se ainda algumas peças da coleção que levavam a assinatura da personagem Maria Clara. Todas as joias expostas na trama

foram verdadeiramente comercializadas em todas as lojas físicas e através das consultoras por meio de catálogos da grife de joias.

Importa realçar que, apesar da proposta arrojada e minimalista do estilo pessoal apresentado à personagem, as joias folheadas concebidas por Maria Clara apontam para uma visualidade que reforça a permanência dos metais nobres e do colorido das gemas consideradas tradicionais, como o rubi, a turmalina, a água marinha. Todas as peças emolduradas por uma proposta formativa sugestivamente associada a uma joalheria clássica. O que reforça a noção proposta nesta pesquisa de *perenidade mundana* à joia inscrita no contemporâneo, em diálogo constante com o devir histórico e efêmero da moda, assim como o observado na joalheria HStern.

Um dos pontos altos da ação de *merchandising* foi o lançamento da coleção assinada por Maria Clara como design convidada da Rommanel, que ganhou também as redes sociais da marca e páginas do portal GSHOW, da Globo.com, através da publicação de textos que misturam a ficção da trama com a campanha real da marca de joias folheadas nas suas lojas e por meio dos seus revendedores e revendedoras. A grife de joias folheadas alcançou ainda repercussão em outras mídias, a exemplo, sites de moda, comportamento, celebridades que veicularam notícias sobre a parceria, assim como eventos promocionais. Uma estratégia convergente e transmidiática muito bem articulada e implementada pela grife de joias por meio de um trabalho assertivo de comunicação organizacional.

A fim de ilustrar o trabalho convergente que conecta ficção e realidade, registre-se o lançamento realizado na loja física da marca, em Fortaleza (CE), no dia 7 de dezembro de 2014, com a presença de parte do elenco da novela: as atrizes Andréia Horta e Cris Viana e os atores Joaquim Lopes e Rafael Cardoso. Abaixo, um trecho da publicação que compõe a ação da Rommanel em *Império* (2014):

A família está tão orgulhosa que deixou os conflitos de lado. Maria Marta, acompanhada de João Lucas, fez questão de ir ao coquetel comemorar com a filha, estrela do evento, o sucesso da parceria. Maria Clara, que não só criou como também usa as joias da marca no dia a dia, outras personagens de *Império* são fãs de carteirinha das peças de Rommanel. Danielle e Du, por exemplo, arrasaram com seus anéis. (GLOBO.COM, 2022)

A proposta de divulgação na grande mídia se repetiu atualmente, quando a marca surgiu na novela *Travessia* (2022), também no horário nobre da TV Globo (21h). Dessa vez, através da personagem delegada Helô, interpretada por Giovanna Antonelli. A atriz comemora 10 anos de parceria com a Rommanel através da coleção *Gio 10 Anos* (**Figura 128**), constituída por quatro linhas: *Energia, Fashion, Luz e Celebrar 10 anos*.

Figura 128 – Imagens do Catálogo Rommanel *Gio 10 Anos*; e *collab* (post em parceria) entre os perfis da Rommanel (@rommanel) e Giovanna Antonelli (@giovannaantonelli) para divulgar o lançamento da coleção comemorativa e impulsionar o engajamento nas redes sociais.



Fonte: Catálogo Rommanel *Gio 10 Anos* (2022); Instagram (IG) Rommanel (28 de setembro de 2022).

Parte das peças da coleção *Gio 10 Anos* compõe o estilo da personagem e anuncia a relevância dos investimentos em ações estratégicas de comunicação que entrelaçam ficção e realidade através da telenovela:

As joias folheadas mais amadas do Brasil chegaram com tudo na novela das nove - prova desse efeito “borboleta” é a rainha das tendências Delegada Helô (Giovanna Antonelli), cliente assídua da icônica Rommanel, que tem 36 anos de experiência em levar sofisticação e qualidade para a beleza brasileira. (GLOBO.COM, 2022)

Na Rommanel, a dinâmica da moda funciona como uma mola propulsora para o processo criativo, que envolve o acompanhamento constante das tendências e a tradução dos comportamentos de consumo em novos modelos de joias, assim como na efetivação dos seus licenciamentos<sup>317</sup>, com nomes como Giovanna Antonelli, Ana Hickmann e Simone & Simaria (**Figura 129**). Há ainda reiteradamente a aposta da marca em celebridades para sua linha própria (ROMMANEL, 2021).

A escolha das personagens que ilustram suas campanhas e coleções sugerem uma preocupação constante com o enaltecimento e a autonomia das mulheres, tendo como foco seus públicos alvos centrais – consultoras e consultores, distribuidores e distribuidoras e clientes finais - através do lema “juntos, somos mais fortes”<sup>318</sup> (YOUTUBE ROMMANEL, 2021).

<sup>317</sup> É uma concessão de uso de uma marca, personagem ou figura pública protegidos por direitos autorais. A licença permite que outra empresa interessada associe sua marca a tais imagens, tendo a liberdade de explorá-las comercialmente em um serviço ou produto.

<sup>318</sup> O slogan surgiu especificamente em 2007, quando a planta fabril sofreu um incêndio que marcou a trajetória da empresa. Com o apoio dos colaboradores, a fábrica foi reconstruída em apenas 10 dias. Para Martins (YOUTUBE ROMMANEL, 2021), o “junto, somos mais fortes” não é um slogan, mas a essência da Rommanel.

Figura 129 – Coleção *Fé* (2021), por Simone & Simaria; coleção *Noite Iluminada* (2022), por Gio Antonelli; e coleção *Gotas de Orvalho* (2022), por Ana Hickmann Fashion Jewelry.



Fonte: IG Rommanel (publicado no perfil do Instagram da marca em 08 de dezembro de 2021; 08 de julho de 2022; e 17 de agosto de 2022, nessa ordem, da esquerda para a direita).

Em 2022, a Rommanel foi apontada por pesquisa realizada pelo IBEVAR – Instituto Brasileiro de Executivos do Varejo & Mercado de Consumo como a marca varejista mais admirada pelos brasileiros no segmento de joias e bijuterias (IBEVAR, 2022). É notável, do mesmo modo, seu crescimento global, que começou com a inauguração, em 2016, da primeira loja nos Estados Unidos, além dos investimentos em plataformas digitais - aplicativo Meu Mundo Rommanel (2019) e Academia Rommanel (2019) e o e-commerce (2020<sup>319</sup>), conforme ressalta o diretor financeiro Eduardo Manchon (YOUTUBE ROMMANEL, 2021):

[A Rommanel] está presente em todas as regiões do Brasil, em diversos países do mundo, e possui uma operação própria nos Estados Unidos, reforçando a nossa visão de ser uma empresa global. Temos muita paixão pelo que fazemos e, por isso, somos muito otimistas, mas sabemos que precisaremos de muita ousadia em empreender para alcançar voos cada vez mais altos.

Há uma grande dificuldade em encontrar imagens de catálogos, campanhas, anúncios publicitários que ilustrem a trajetória da marca durante as mais de três décadas de atuação da Rommanel. Durante o tempo de pesquisa dessa tese, foram encontrados dois anúncios (**Figura 130**), em especial: o primeiro, no site *Propaganda em revistas* (2022) - endereço que reúne um acervo de campanhas de grandes marcas nacionais - uma publicidade veiculada na edição de maio de 1998, da revista feminina *Claudia* (Editora

<sup>319</sup> Importante sublinhar que o ano de 2020 é marcado pelo início da pandemia da covid-19, o que acelerou os processos de implantação de vendas online de grande parte das marcas de varejo e atacado de todos os setores, a fim de garantirem sustentabilidade econômica dos negócios diante da grande crise que se instalou, sem precedentes na história recente global.

Abril); e a segunda, via postagem no Facebook Rommanel, veiculada no dia 28 de junho de 2012.

Figura 130 – Anúncios Rommanel nas revistas Claudia (1998) e Caras (2012), respectivamente da esquerda para a direita.



Fonte: Propaganda em revistas, (<http://propagandasemrevistas.com.br/propaganda/3471/>), (2022); Facebook Rommanel, ([https://www.facebook.com/RommanelOficial/photos/a.273200996090972/334111679999903/?paipv=0&eav=AfZYiGCCeBF1xg-g2n3fCbENMutWgpmAibD0VKe8\\_AhFFXJw0Se6Ph8bGtO-Wo5Bgo&\\_rdr](https://www.facebook.com/RommanelOficial/photos/a.273200996090972/334111679999903/?paipv=0&eav=AfZYiGCCeBF1xg-g2n3fCbENMutWgpmAibD0VKe8_AhFFXJw0Se6Ph8bGtO-Wo5Bgo&_rdr)); (2022).

Através destes anúncios, faz-se um esforço para identificar e sublinhar algumas mudanças empreendidas pela grife, a começar pelo próprio logo que, na campanha de 1998, não tinha incorporado ainda o símbolo da borboleta, e valorizava a inicial “R” do Rommanel com a inscrição “Jóias Folheadas”, reforçando seu nicho de mercado. E mais: assim como a HStern, investia-se em uma fonte com traços mais elaborados, que, de algum modo, seguiam os esforços em passar uma ideia de credibilidade por meio das suas formas.

Na peça publicitária da década de 1990, com slogan “A jóia é você. Rommanel seu complemento”, a imagem de mulher se apresenta como jovial apoiada em padrões corporais europeizados associados à mulher branca, magra com cabelos lisos e loiros. As joias folheadas em ouro amarelo e branco, entre anéis, gargantilhas e brincos cravejadas com gemas de aspecto incolor e tendo o coração como principal ornamento, assumem uma posição em primeiro plano na imagem. Na parte inferior direita da publicidade, o seguinte texto:

Mulheres de mais de 40 países usam e comprovam a qualidade das joias folheadas a ouro 18k **Rommanel**. São mais de 1.000 modelos entre anéis, brincos, gargantilhas e pulseiras, que deixarão você encantada. Acompanhe essa tendência internacional, você também merece **Rommanel**. Joias folheadas a ouro 18k Rommanel, para usar dia-a-dia, noite-a-noite. Exija sempre o selo de garantia da fábrica. Rommanel on line 0800-11-4990. Disque

grátis e saiba onde encontrar mais próxima de você. Atendemos todo o Brasil. (REVISTA CLAUDIA apud PROPAGANDA EM REVISTAS, 2022, grifos do autor)

Há uma preocupação em reforçar, nesse período, o processo de expansão da joalheria no país e no exterior, a partir da efetivação dos primeiros distribuidores e lojistas exclusivos, especificamente nos anos de 1998 e 1999, como informado previamente. Sem dúvida, a mensagem reforça os diferenciais do produto Rommanel: qualidade (“joias folheadas a ouro 18k”); diversidade e alinhamento com sua proposta de ser uma joalheria essencialmente ligada ao jogo de imitação e diferenciação da moda (“mais de 1.000 modelos”; “tendência internacional”); capacidade em despertar afeto e comunicabilidade (“deixarão você encantada”); e acessibilidade (“para usar dia-a-dia, noite-a-noite”; “online/grátis”; “todo o Brasil”).

Esse último, a acessibilidade - tão inerente às joias folheadas/banhadas - é bastante significativo para o plano de negócios da empresa, e mantém-se firme como seu propósito até os dias de hoje, conforme pode ser visto na aba *Rommanel 35 anos*, acessível no site institucional (**Figura 131**). Afinal, desde sua fundação, a joalheria queria conquistar um espaço no setor ainda pouco explorado, que conseguisse unir o fetiche, desejo de portar e afetar o próximo com uma joia conectada com as múltiplas propostas de estilo que as dinâmicas fashionistas propõem; sem, no entanto, abrir mão da materialidade como parte da essência do valor desses adornos.

Figura 131 – Página institucional *Rommanel 35 anos* reforça o propósito democrático de suas joias em acordo com a propriedade de perenidade.



Fonte: ROMMANEL, (<https://www.rommanel.com.br/35-anos>), (2022).

São perceptíveis, por sua vez, algumas aproximações entre as peças publicitárias das revistas Claudia (1998) e Caras (2012), apresentadas anteriormente na **Figura 130**. Mantém-se a presença da mulher branca, magra, cabelos louros e lisos, porém, personificada agora pela figura potente da modelo e apresentadora Ana Hickmann que, a partir de 2010, inicia uma parceria de sucesso com a marca até os dias de hoje. Sua postura

e o olhar sugerem altivez e poder feminino. Os brincos, pulseiras e colar em ouro amarelo exibem gemas incolores e coloridas, compondo uma imagem representativa de elegância e sofisticação continuamente associada a uma visualidade e persistência valorativa dos metais e pedras preciosos na joalheria.

O logo já incorporava as mudanças feitas a uma década atrás, com suas linhas mais leves e a famosa borboleta, além de apresentar-se ao lado da assinatura *Ana Hickmann Fashion Jewelry* para as linhas desenvolvidas pela modelo e apresentadora com a grife. O texto, por sua vez, é bastante sucinto, com informações pontuais: “Jóias folheadas a Ouro 18k – Ouro Branco/Rhodium – Jóias em Aço. Procure um (a) consultor (a), loja exclusiva ou ligue (0800 11 4990) | [www.rommanel.com.br](http://www.rommanel.com.br)”. Contudo, é válido mencionar a ênfase dada à ampliação do uso de outros metais na composição dos adornos, o ródio e a liga de aço<sup>320</sup>, que normalmente garantem uma maior durabilidade às peças. Àquela altura, a marca já tinha conquistado um espaço no setor joalheiro, a confiança dos seus públicos, reconhecimento nacional e caminhava a passos largos para a efetiva internacionalização com loja própria nos Estados Unidos.

Figura 132 – Na parte superior, banner capa do Facebook Rommanel Palmas (TO); posts nas redes sociais Twitter Rommanel e Instagram Rommanel.



Fonte: Facebook Rommanel Palmas, (<https://www.facebook.com/palmasrommanel/>), (2022); Twitter Rommanel, (08 de março de 2021); Instagram (IG), (03 de fevereiro de 2021).

Por fim, a partir de um salto temporal, recorre-se à campanha Rommanel pelos seus 35 anos, comemorados em 2021 (**Figura 132**). Para celebrar as mais de três décadas de atuação, a grife investiu em ações de comunicação e eventos tendo como base o

<sup>320</sup> Composta principalmente por ferro e carbono.

lançamento da coleção anual *Paixão em Transformar*, seguindo aquele que seria seu principal projeto: “transformar vidas”<sup>321</sup> (ROMMANEL, 2021).

O pré-lançamento oficial da coleção comemorativa aconteceu no dia 02 de fevereiro de 2021, com uma *live shop* promovida nas redes sociais da Rommanel com apresentação da produtora de moda e apresentadora Maria Eugenia Suconic e diretora de Marketing da Rommanel Fabiana Catenacci. O lançamento nacional aconteceu em todas as lojas a partir do dia 4 de fevereiro de 2021.

Passados 23 anos desde a campanha de 1998, observa-se que a joalheria tenciona reforçar seu posicionamento inclusivo atento às pautas de engajamento socioculturais atuais voltadas, em particular, para o feminino, por meio de uma alusiva diversidade etária e de corpo. Conserva seu cerne entrelaçado ao empreendedorismo feminino e consequente autonomia social; contudo, esse esforço se apresenta agora por meio de imagem que intenta transmitir descontração e leveza, se comparada aos anúncios de 1998 e 2012. A mesma leveza se exhibe na presença das joias, cumprindo seu papel de amplitude da personalidade dessas mulheres da maneira mais altruísta possível.

No vídeo *Coleção Paixão em Transformar 2021*, disponível no YouTube Jô Marsaro (Grupo Marsaro)<sup>322</sup>, a voz do off na gravação dá ênfase à superação como uma tradição da Rommanel, que vai além do acreditar. Nas camisas usadas pelas personagens que compõem as cenas, frases como “paixão pelo que fazemos”; “ousadia em empreender” e “juntas somos mais fortes”.

Ao que parece, a campanha está alinhada também ao momento histórico social vivido diante da pandemia da covid-19, enfrentada mundialmente desde o início de 2020, que requereu de todas e todos muita força e partilha para o enfrentamento das dificuldades físicas, psicológicas, econômicas e políticas, conforme exhibe a voz da narradora (ROMMANEL apud FACEBOOK JÔ MARSARO, 2021):

Chamamos isso de fé, porque fazemos da nossa união uma poderosa força de transformação. Entender a vida como uma celebração tem tudo a ver em enxergar no voo uma ousadia essencial para se chegar às estrelas. Rommanel, paixão em transformar.

Apesar do empenho em realçar a pluralidade de sujeitos e seus corpos, a figura da mulher branca com traços europeizados ainda é predominante não somente nos anúncios;

---

<sup>321</sup> Evento realizado nas plataformas digitais que se tornou uma ferramenta estratégica e popular de divulgação e comercialização de serviços e produtos no período de isolamento social requerido na pandemia da covid-19.

<sup>322</sup> O Grupo Marsaro é um dos distribuidores oficiais da Rommanel no Brasil, em particular, no estado de Pernambuco, sob o comando dos empresários Alcindo e Jô Marsaro.

mas também, nos demais canais de comunicação da joalheria, em especial, nas redes sociais, como já apontado em outros momentos neste estudo. No banner capa do Facebook Rommanel Palmas (TO), da campanha *Paixão em Transformar – Rommanel 35 anos* (Figura 132), é visível a presença de uma mulher negra com cabelos crespos na extrema esquerda da imagem, acompanhada por outras três mulheres brancas.

Entre elas, uma única mulher com um padrão corporal não magro, três delas com peles brancas, cabelos lisos; e todas com traços faciais finos, inclusive a única modelo negra. Um evidente reflexo de uma sociedade ainda apegada a uma estrutura colonizadora, patriarcal e normatizada. Nesse ponto, vale realizar uma relevante aproximação entre a Rommanel e HStern. A mesma perspectiva sobre questões étárias, de raça e gênero são encontradas na HStern ao longo da sua história.

Através de uma sequência de quatro *prints* feitos dos perfis oficiais do Instagram (IG) HStern (Figura 133) e Instagram (IG) Rommanel (Figura 134), é visível a predominância de corpos femininos brancos, jovens e magros. Os *prints* do *feed* da HStern e Rommanel foram feitos no mesmo dia, em 22 de dezembro de 2022, obedecendo a sequência de postagens para ambas:

Figura 133 – *Prints* do *feed* do perfil oficial do Instagram (IG) @hsternoficial, na sequência da esquerda para a direita.



Fonte: Instagram (IG) HStern, (22 de dezembro de 2022).

Figura 134 - *Prints* do *feed* do perfil oficial do Instagram (IG) @rommanel, na sequência da esquerda para a direita.



Fonte: Instagram (IG) Rommanel, (22 de dezembro de 2022).

Não se pode desconsiderar evidentemente empreitadas interessantes feitas pela HStern, como o suplemento especial *Vogue Joias com HStern*, publicado em outubro de 2019, em parceria com a revista *Vogue Brasil*, que teve como capa Costanza Pascolato. A consultora de moda, que na ocasião celebrava seus 80 anos, exibiu as joias da coleção *Gravity by HStern* (2019), já mencionada nesta pesquisa, inspirada na lua e nos efeitos da gravidade.

Figura 135 – Posts no Instagram (IG) Costanza Pascolato e Instagram (IG) HStern divulgando a coleção em associação com o lançamento do livro da consultora de moda da joalheria.



Fonte: Instagram (IG) Costanza Pascolato, (10 de outubro de 2019); Instagram (IG) HStern, (07 de abril de 2020), da esquerda para a direita.

Além de celebrar a parceria de sucesso com a consultora de moda, a escolha de Costanza Pascolato demonstra a estratégia em transmitir com propriedade o estilo HStern, que está entrelaçado a uma tradição conectada com o tempo presente e atenta aos novos modos de eternizar e às ideias de elegância, distinção, luxo e ousadia na busca por um *modo de formar* único. Não à toa, uma das *hashtags* utilizadas nas divulgações foi *#eleganciadoagora*, uma referência ao seu livro “Elegância do agora”, lançado por Costanza Pascolato em sintonia com a apresentação da *Gravity by HStern* (Figura 135).

A imagem de Pascolato – uma mulher branca, de origem europeia<sup>323</sup> e idosa – indica a representação desses elos que a grife brasileira deseja ostentar a fim de reafirmar esse espírito do tempo presente arraigada ao passado, à tradição ocidental. E, ao mesmo tempo, pressagiando o futuro, ao exibir também nas divulgações da mesma coleção a figura da atriz, modelo e influenciadora digital brasileira Bruna Marquezine.

“Eu tenho um certo fascínio com a Lua, com o Universo... Vire e mexe, quando eu tenho contato com a natureza, e tenho como parar um tempo e olhar pras estrelas, sempre fico pensando no que que tem lá, sabe? Eu não acredito que só exista a gente, deve ter mais gente por aí, nesse Universo todo”,

<sup>323</sup> Ela nasceu em Siena, na Itália, em 1939. Mudou-se aos 5 anos com seus pais Michele e Gabriella Pallavicini para o Brasil em virtude da Segunda Guerra Mundial. Em 1948, sua família fundou a tecelagem Santaconstancia, que viria a se tornar uma das mais tradicionais do país.

considera a atriz, pensando em outros planetas e vida extra-terrestre. (ADORO JOIAS, 2023)

As joias *Gravity by HStern* revelam esses entrelaçamentos com uma sugestiva proposta formativa atemporal que propõe em sua concepção “uma viagem à lua”, experienciar “a força disruptiva da gravidade” por quem admira e/ou usa as peças (ADORO JOIAS, 2020). Na **Figura 136**, Costanza Pascolato e Bruna Marquezine apresentam a *Gravity by HStern* portando ambas uma das peças mais icônicas da coleção - o colar de Ouro Nobre 18K com cristais de rocha e diamantes cognac, ilustrando com eficiência os sentidos moventes que conformam as joias no contemporâneo.

Figura 136 – Costanza Pascolato na revista L’Officiel, em matéria publicada em 05 de maio de 2020; e Bruna Marquezine, no Adoro Joias, em 27 de novembro de 2019. As duas usam colar de Ouro Nobre com cristais de rocha e diamantes cognac.



Fonte: Revista L’Officiel, (<https://www.revistalofficiel.com.br/joias/costanza-pascolato-brilha-em-novas-fotos-para-a-colecao-gravity-by-hstern>), (2023); Adoro Joias, (<https://adorojoias.com.br/tag/bruna-marquezine/>), (2023).

Apresentada, em 2019, como a nova estrela da marca de joias, Bruna Marquezine estampa essa liga da grife com a feminilidade contemporânea, conectada com tudo a sua volta e, sincronicamente, sólida, assim como a carreira em constante ascensão da jovem influenciadora atuante no Brasil, desde criança, em multiplataformas. A primeira coleção HStern estrelada por Bruna Marquezine foi a *Flow(er)*, lançada em abril de 2019 – mesmo ano da apresentação da *Gravity by HStern*<sup>324</sup>.

Abaixo, publicação da redação do site de notícias Paran@shop (2023), em 04 de abril de 2019, com informações concedidas pela assessoria de comunicação da

<sup>324</sup> A coleção *Gravity by HStern* foi lançada no segundo semestre de 2019.

joalheria<sup>325</sup>, em que a HStern deixa claro o empenho na escolha de Marqueline a fim de reforçar o imaginário feminino em fluxo permanente e transcendente:

Os cliques, realizados em fevereiro, sob direção artística de Roberto Stern, capturam a beleza natural de Bruna sob a água para a campanha da coleção FLOW (er), lançamento da marca que começa a chegar às lojas nos próximos dias. “A água carrega uma simbologia ampla, que vai desde a ideia de feminilidade e conexão com o sagrado”, explica o diretor criativo. Em cenário enigmático, um espelho d’água reflete o brilho da atriz com cabelos molhados e pele à mostra. **Bruna exalta a beleza das formas orgânicas e a relação de intimidade entre a mulher e suas joias, onde quer que ela esteja. A sessão de fotos incluiu também a gravação de reflexões de Bruna acerca do imaginário feminino sobre o universo das joias e sua relação pessoal com o ouro e as pedras preciosas.** Capturados em mini-vídeos, os depoimentos farão parte de campanha digital a ser veiculada também a partir de abril. [press@hstern.com.br](mailto:press@hstern.com.br). (PARANASHOP, 2023, grifos nossos)

Diferentemente da acessibilidade requerida pela Rommannel, a HStern reafirma em seu posicionamento de imagem seu lugar no mercado, dedicado energeticamente à exclusividade, ao acesso por poucos aos seus produtos apoiada em uma materialidade latente. Porém, as duas estão em harmonia com os novos modos de eternizar que regem a ideia de *perenidade mundana* que se acredita, neste contexto, compor a *forma-moda* (CIDREIRA, 2013) - esse modo de estruturação como manifestação da vida na cultura contemporânea, ou seja, um modo de vida.

Para Cidreira (2013, p. 27), a moda pode ser considerada “como uma instância imaginária e mítica, já que revela uma relação entre o indivíduo e o mundo, entre o indivíduo e os outros e entre o indivíduo e a sociedade”. Ao reconhecer-se a moda como essa engrenagem particularizada por um movimento circular, assegura-se a existência de uma mudança periódica de estilo, a exaltação do gosto pela novidade em todas as instâncias da cultura e da vida coletiva das sociedades, que tem na aparência um lugar de destaque. A *forma-moda* (CIDREIRA, 2013) explica ademais a adesão de comportamentos em evidência, cujo consumo pode ser visto como umas das principais vias de acesso, sobretudo no universo da joalheria.

Conforme explica a pesquisadora (2013, p. 35), “talvez o mais curioso seja o questionamento sobre as nuances que distinguem o consumo dos demais produtos do consumo da moda”. Ela inclusive cita Lipovetsky como um dos pensadores que chegou o mais próximo possível dessa inquietação ao reconhecer a penetração da dinâmica da moda nas mais diversas esferas da sociedade contemporânea.

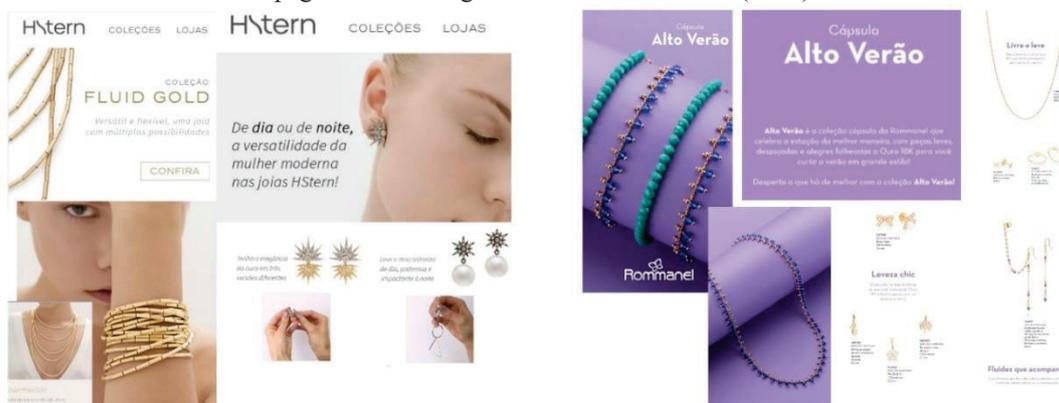
---

<sup>325</sup> A autora desta tese recebeu, em abril de 2019, este mesmo release da coleção *Flow(er)* por meio do contato mantido com uma das assessoras de comunicação que realizam atendimento à marca, a Juliana Lozano, através do e-mail oficial [press@hstern.com.br](mailto:press@hstern.com.br).

A moda consumada, como batiza Lipovetsky, generalizou o espírito da curiosidade, estimulando a novidade no clichê ou a sede do novo no seio de uma tradição. O mais valioso de suas articulações, entretanto, reside na sugestão de que a própria dinâmica da moda invade e acaba por construir os processos políticos, as relações afetivas, a esfera econômica, etc. (CIDREIRA, 2013, p. 36).

Essa compreensão manifesta-se no posicionamento da Rommanel - que já nasceu nas entranhas do sistema moda - e, sem dúvida, se efetiva na HStern, como vem sendo demonstrado ao longo desse estudo e reforçado, nesta ocasião, através de comunicações diretas das marcas com seus clientes. A exemplo, os dois *newsletters*<sup>326</sup> (Figura 137) disparados para o *mailing* de clientes. Nas duas comunicações, *Jóias versáteis HStern: O poder está nas suas mãos* (17 de setembro de 2021) e *Choker, colar ou pulseira? Fluid Gold é tudo isto!* (10 de fevereiro de 2022), visualizam-se as palavras e expressões “versátil”, “flexível”, “múltiplas possibilidades”, “dia”, “noite”, “elegância”, “leve”, “descontraída”, “mulher”, “poderosa”.

Figura 137 – Na esquerda, reprodução dos newsletters HStern: *Jóias versáteis HStern: O poder está nas suas mãos* (2021), e *Choker, colar ou pulseira? Fluid Gold é tudo isto!* (2022); e à direita, algumas páginas do catálogo *Alto Verão Rommanel* (2023).



Fonte: Newsletters HStern, (10 de fevereiro de 2022); (17 de setembro de 2021); catálogo *Alto Verão Rommanel* (2023).

Para a Rommanel, escolhe-se aqui evidenciar, em particular, seus investimentos em coleções cápsulas<sup>327</sup> com tempo de vida mais curto, a fim de atender, no seu nicho do segmento joalheiro, os anseios dos seus públicos por novidade e exclusividade. São peças normalmente feitas em edições limitadas para despertar no consumidor os sentidos da raridade, visualidade, brilho e *inutilidade útil* sob a prerrogativa de uma *perenidade*

<sup>326</sup> E-mails informativos com disparos recorrentes a fim de manter uma comunicação constante e próxima com públicos específicos.

<sup>327</sup> A coleção cápsula é uma minicolecção fora das coleções principais. As peças da coleção cápsula circulam dentro da marca sem depender do tema da coleção principal. Esses lançamentos podem ser associados a ocasiões especiais, datas comemorativas, inspiradas em personagens, celebridades, etc.

*mundana*. No catálogo *Alto Verão Rommanel (2023)* (**Figura 137**), o jogo da distinção e imitação se exhibe com uma comunicação que exalta “leveza chic”, “fluidez”, “livre”, “despojada”, “alegres”.

Nas duas joalherias, as palavras e expressões cuidadosamente escolhidas corroboram à expressão dessas movências fashionistas que não há como serem desvinculadas do entendimento de joia desejada, projetada, exibida e portada pelos sujeitos contemporâneos. As peças e toda a comunicação também realçam a capacidade das joalherias de entrelaçarem o consumo e a moda - práticas culturais formantes - a uma materialidade aderente e enérgica à noção de joia: “colar em ouro amarelo 18k” e “*gold*” (HStern); “peças folheadas a Ouro 18k”, “brilho das zircônias” (Rommanel).

Nesse ponto, vale dedicar um conciso espaço ao papel das zircônias cúbicas para se pensar sobre a materialidade das joias banhadas e folheadas. A zircônia cúbica compõe a classificação de materiais artificiais, ou seja, manufaturados parcialmente ou totalmente pelas mãos humanas. Em sua grande maioria, os materiais artificiais são desenvolvidos visando a máxima aproximação aos materiais naturais (formadas pela natureza ao longo dos anos). Em Schumann (2005, p. 65), assegura-se que as tentativas de imitação das pedras naturais vêm sendo feitas a um longo tempo, sendo os egípcios considerados os primeiros a investirem na criação de gemas a partir do vidro ou material envidraçado.

De acordo com Andressa Borotti (2022), as imitações podem ser elaboradas por diversas materialidades, como as gemas compostas<sup>328</sup> e sintéticas. A zircônia cúbica, em especial, é um material sintético produzido em laboratório o qual tem a intenção de imitar o diamante incolor, translúcido, sendo bastante utilizada no segmento de joias folheadas e banhadas. Essa observação substancia o valor da materialidade à noção de joias mesmo diante das diversas modulações que o adorno tem sido atravessado ao longo dos séculos.

A partir de um olhar para as duas marcas de joias, HStern e Rommanel, conforma-se ainda, para cada uma delas, um estilo, uma assinatura única, que segue associando, indubitavelmente, as especificidades da perenidade, raridade, visualidade, *inutilidade útil* e o brilho em seus processos formativos. Que, por sua vez, vêm acompanhados de um trabalho intenso de comunicabilidade potencializado pela divulgação dos seus produtos,

---

<sup>328</sup> As gemas compostas podem ser feitas a partir de materiais naturais ou ainda mesclar produtos artificiais e naturais. A este grupo pertencem os *doublets* (materiais com duas camadas) e os *triplets* (materiais com três camadas). Segundo Schumann (2005, p. 65), existem muitas combinações, como uma parte superior em granada com a parte inferior em vidro.

estimulando o reconhecimento, a aceitação, o desejo e o consumo por todos os seus públicos alvo.

Retomando as reflexões de Cidreira (2013, p. 36-37), é necessariamente na articulação cada vez mais intensa entre moda e mídia que o consumo se desdobra na possibilidade de uma nova apresentação de si, sempre instigando o binômio coletivo/individual, entre essência e aparência. Binômio este tão singular aos investimentos da joalheria idealizada, projetada, feita e exibida por e para o sujeito contemporâneo. Todo esse cenário implica na possibilidade de uma renovação “na performance da aparição do homem” (CIDREIRA, 2013, p. 37). Renovação essa que pressupõe o entendimento do consumo de um produto de moda potencialmente enviesado aos contextos sociais, políticos, econômicos e culturais que movimentam a cena convergente e digitalizada da contemporaneidade.

## 9. POSSÍVEIS ENQUADRAMENTOS PARA UMA *POÉTICA HI-LO* NA JOALHERIA DA CONTEMPORANEIDADE

### 9.1 Materialidade e senso de responsabilidade ético-ambiental às joias na contemporaneidade

Por que insistimos em transformar a vida em uma coisa útil? Nós temos que ter coragem de ser radicalmente vivos, e não ficar barganhando a sobrevivência. Se continuarmos comendo o planeta, vamos todos sobreviver por mais um dia. (KRENAK, 2020)

Sabe-se que os múltiplos modos de expressão dos sujeitos a partir do consumo optando por este ou aquele produto - incluindo-se, especialmente, as joias - não são uma novidade à sociedade atual. Todavia, no ambiente cada vez mais dominado pelo fenômeno da *cultura da convergência*<sup>329</sup> (JENKINS, 2009), a moda, ao introduzir a novidade como valor na cultura ocidental, se tornou uma peça-chave na construção e viralização de narrativas, sobretudo através da cena digital das redes sociais. Criando-se, desta maneira, uma ambiência estimulante e contínua às mudanças de estilo e à consequente exaltação da aparência, que, decerto, invade outras instâncias da cultura e da vida coletiva das sociedades.

Para Jenkins (2009, p. 30), o fenômeno da *cultura da convergência* faz com que as velhas e as novas mídias colidam, a mídia corporativa e mídia alternativa se cruzem e, principalmente, permite interações imprevisíveis entre o poder do produtor de mídia e o poder do próprio consumidor. Entende-se convergência, a partir de Jenkins (2009, p. 30), como esse fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. A convergência precisa ser compreendida, conforme aponta o Jenkins (2009), como uma verdadeira transformação cultural orquestrada por transições tecnológicas, mercadológicas e sociais. “No mundo das convergências das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia”, afirma (JENKINS, 2009, p. 30).

O consumidor do agora precisa ser convidado a participar da construção do conteúdo; afinal, todos podem produzir e interferir no curso constante de informações por

---

<sup>329</sup> Expressão cunhada por Henry Jenkins, referência no estudo dos efeitos da mídia participativa na sociedade, na política e na cultura, sendo considerado um dos mais influentes pesquisadores da área na atualidade.

múltiplas plataformas de mídias. A circulação de conteúdos depende fortemente da participação ativa dos consumidores. O que assegura uma cooperação entre diversos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação. É o que Jenkins atesta como *cultura participativa*, em que produtores e consumidores de mídia são considerados participantes interagindo juntos de acordo com um novo conjunto de regras<sup>330</sup>.

Ao mesmo tempo, o Jenkins (2009) pondera que esse diálogo entre produtores e consumidores de mídias não pode ser visto de maneira equilibrada entre todas as partes envolvidas:

Corporações, e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia, ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros. A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. (JENKINS, 2009, p. 31)

Desse modo, o consumo se tornou, segundo Jenkins (2009), um processo que envolve partilha como resultado de uma *inteligência coletiva* - noção apresentada pelo ciberteórico Pierre Lévy (1994), através da qual as expertises individuais são condicionadas a objetivos e fins comuns. “Nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades”, afirma (JENKINS, 2009, p. 31). Comunidades com os interesses conjuntos, logo, são formadas e tornam acessível todo o conhecimento pertinente. Esses grupos, por sua vez, passam a ser palco de discussões, negociações e desenvolvimentos coletivos.

Em 2006, data da primeira publicação do seu livro *Cultura da convergência*, Jenkins chamava a atenção para o grande poder que essas interações diárias, potencializadas pelas redes digitais, permitiram aos sujeitos reconhecidamente para fins recreativos. À época, o pesquisador (JENKINS, 2009, p. 31) já assegurava que essas habilidades proporcionadas por todos e para todos pelos intensos fluxos de informações em breve seriam aplicadas para “propósitos mais ‘sérios’”. Enfim, a cultura da convergência criou um ambiente bastante favorável para que os sujeitos conversem sobre

---

<sup>330</sup> A exemplo, a partir da obra de Jenkins (2009), citam-se os debates que conformam a cultura dos fãs sobre os produtos da franquia mundialmente conhecida de *Star Wars*. Uma *space opera* estadunidense criada pelo cineasta George Lucas, que conta com filmes e séries de fantasia científica.

o tudo o que se consome, sejam serviços, produtos, modos de vida, crenças, valores e/ou ideologias.

Como pode ser observado atualmente, tal prognóstico se concretizou e pode ser reconhecido nos debates sobre temas urgentes, dentre eles, gênero, racismo, diversidade, sustentabilidade e direitos humanos proporcionados pelos efeitos da incansável difusão e valorização de conteúdo facilitadas pelas ferramentas tecnológicas digitais.

Inegavelmente, como já exposto no capítulo anterior, está o lugar da joia nesses ambientes de disputas políticas, econômicas, sociais e ambientais, que envolvem questionamentos sobre toda a cadeia produtiva da exploração de minérios, e que se mostram potencializados pelas movências da moda e do consumo. Em especial, indaga-se constantemente no setor sobre a trilha percorrida pelos metais e pedras preciosos utilizados na feitura desses adornos mundo afora, assim como os impactos que a exploração desses materiais naturais finitos vem causando no nosso meio ambiente. E mais: as consequências morais dessas atividades, que não envolvem exclusivamente a joalheria, mas vastamente todos os setores econômicos da atualidade.

Em *Consumo de Ativismo* (2018, p. 31), Ana Paula de Miranda e Izabela Domingues se dedicam a estudar repercussões das novas formas de processar e consumir as informações intensificados pelo ambiente digital que atravessam significativamente as relações entre as práticas de consumo e o ativismo.

O acesso à internet, especialmente após a invenção das redes sociais digitais, aumentou, exponencialmente, o conhecimento das pessoas em relação às mais diferentes informações sobre o que acontece no mundo contemporâneo, transformando suas possibilidades de atuação política em escala global. (DOMINGUES; MIRANDA, 2018, p. 23)

Conforme apontado por Miranda e Domingues (2018, p. 25), as mídias sociais, em particular, se configuram como grandes arenas que permitem debates públicos sobre temas considerados de grande engajamento. O que, na linguagem das redes sociais, representam métricas robustas de curtidas, comentários, compartilhamentos, mensagens diretas (*direct messages*), salvamentos e tempo assistindo vídeos, *stories*<sup>331</sup>. O ativismo ganha, então, uma grande visibilidade como um comportamento que está na moda. Como efeito, o consumo dos produtos da moda – sobretudo, vestuário, acessórios e adornos –

---

<sup>331</sup> O recurso *stories* é uma forma rápida e fácil de compartilhar momentos e experiências. Usa texto, música, figurinhas e *GIFs* para dar contar histórias breves a partir de fragmentos da vida cotidiana (INSTAGRAM, 2021).

passa a estabelecer uma relação privilegiada a partir de discursos ativistas, que permite ao consumidor expressar seus gostos, opiniões, valores a partir da imagem e da aparência.

Domingues e Miranda (2018) explicam ainda como ocorreu o domínio da economia capitalista, constituída em uma sociedade de consumo<sup>332</sup> multicanal, digital e global, e como chegamos a esta era caracterizada por confrontos entre forças multiculturais, as quais agora convivem com as redes sociais digitais.

As pesquisadoras (MIRANDA; DOMINGUES, 2018) destacam o acesso maior ao conhecimento, à informação e a consequente ampliação do campo de visão como pontos positivos, por estimularem os indivíduos a pensarem sobre questões e reivindicações de repercussão mundial. Por outro lado, sinalizam que, na pós-modernidade, a propaganda e o marketing ganharam força se igualando à produção. Neste cenário complexo, não é possível separar o consumo da cultura, uma vez que este está intrinsecamente associado aos processos sociais, e possui valor simbólico expressivo.

Se, na Modernidade, o campo do consumo estava relacionado aos poderes econômico e político – sendo a propaganda alimentada pela necessidade de aumentar a demanda por mercadorias e provocar a identificação dos consumidores com os bens materiais – na pós-modernidade, ele está associado aos valores culturais muito mais do que os materiais. (DOMINGUES; MIRANDA; 2018, p. 31)

A cultura do consumo precisa, dessa maneira, ser reconhecida como algo muito maior do que a relação entre a produção, a circulação, a aquisição, o uso e o descarte de mercadorias (MIRANDA; DOMINGUES, 2018, p. 57). O que se percebe é um “borramento de papéis entre marcas e ativistas, entre consumidores e cidadãos, entre linguagem publicitária e linguagem-manifesto, entre ruas e redes, entre propósitos genuínos e interesses velados” (MIRANDA; DOMINGUES, 2018, p. 102). Esse borramento acaba por gerar um certo desconforto a muitas esferas da sociedade, que questionam até que ponto o consumo e a comunicação ativa podem estar efetivamente relacionados a uma dimensão ativista autêntica de defesa dessas pautas que geram grande engajamento em um ambiente convergente.

---

<sup>332</sup> Segundo Jean Baudrillard, em *Sociedade de consumo* (1991, p. 24), o que caracteriza a sociedade de consumo é a universalidade dos assuntos gerais na comunicação de massa. Toda a informação política, histórica e cultural é acolhida sob a mesma forma simultaneamente. Este consumo, por sua vez, está inserido na vida cotidiana, sendo que as comunicações de massa não nos fornecem a realidade, mas a “vertigem da realidade”. O pensador (1991) enfatiza o deslocamento definitivo do valor de uso do valor de troca da mercadoria (a movência dos objetos e movência das necessidades) e sua associação exclusiva com o aspecto simbólico. Com base em Baudrillard, Domingues e Miranda (2018, p. 25), evidenciam: “Na sociedade de consumo, a distinção se dá pela maneira de consumir, pelo estilo, não mais pelo nível de rendimento dos consumidores”.

Uma amostra para essa reflexão pode ser contemplada na narrativa apresentada na série brasileira de ficção *Aruanas* (2019), lançada internacionalmente pela plataforma de *streaming* Globoplay, que conta a história de três mulheres ativistas de uma ONG (Organização Não Governamental), vividas pelas atrizes Débora Falabella, Leandra Leal e Tais Araújo, que investigam crimes ambientais na Amazônia. No episódio 6, da primeira temporada da série, a jornalista e apresentadora de TV Natalie, interpretada por Débora Falabella, entrevista Miguel, interpretado pelo ator Luiz Carlos Vasconcelos, dono de uma das maiores mineradoras do país, a KM, e responsável por toda a operação ilegal de garimpos em Cari (AM).

Na conversa exibida ao vivo, Natalie lança ao empresário questões sobre exploração irregular dos minérios na região da Amazônia, desmatamento, contaminação das águas dos rios, falta de regulamentação e fiscalização pública dos processos, invasão a terra indígenas pelos exploradores e as agressões da atividade do garimpo à biodiversidade, e indaga: “A bioeconomia só tem a lucrar com a preservação de áreas como essa. Então, eu pergunto para você: Destruir tudo isso por que, Miguel, por ouro?”. A personagem questiona a utilidade do ouro diante das ameaças reais que envolvem a exploração do metal e, por fim, fecha a transmissão com uma atitude que representa simbolicamente sua posição ativista: “E para ninguém achar que eu só falo e não faço, eu estou parando de usar ouro a partir de hoje”. Natalie, então, retira do seu corpo todas as joias que portava e complementa: “Porque a minha riqueza é de outra ordem” (GLOBOPLAY, 2019).

Além de provocar os espectadores sobre questões de ordem subjetiva, como a própria compreensão de preciosidade, a cena demonstra de forma potente esse borramento apontado por Domingues e Miranda (2018) quando se pensa no universo da joalheria. A narrativa proposta pela personagem ativista lança aos telespectadores uma reflexão necessária e contemporânea. No entanto, por meio de um recorte circunscrito, omite a premente compreensão de que a extração de minérios como um todo precisa ser repensada por parte dos cidadãos. Afinal, como realçado no capítulo anterior, a atividade de mineração envolve todos os setores da economia.

Os metais, incluindo aqueles considerados preciosos, assim como as gemas (em especial, o diamante) são insumos essenciais na produção e funcionamento de grande parte dos aparatos tecnológicos que conduzem os modos de vida na atualidade. Ao mesmo tempo, a atitude ativista exposta pela personagem da trama acaba por se associar às novas

perspectivas requeridas ao setor, que envolvem a materialidade e o senso de responsabilidade ético-ambiental às joias na contemporaneidade.

Observa-se, portanto, que alguns dos valores do espírito do tempo vigente estão relacionados a esses confrontos. Sendo assim, apesar do consumo de ativismo parecer opor-se ao consumo ostentatório, ao se considerar os valores culturais ocidentais e o espírito de tempo presente, “ser um consumidor de ativismo é, talvez, uma ideia em si mesma a ser ostentada” (DOMINGUES e MIRANDA, 2018, p. 113). À vista disso, o consumidor assume a responsabilidade e age em defesa de determinadas demandas sociais, admitindo-se o ativismo como sendo essencial para ser contemporâneo.

Lembrando que todo consumidor ativista é um consumidor de ativismo, mas nem todo consumidor de ativismo é um consumidor ativista. O primeiro procura o discurso e ação ativista em toda a sua ação de consumo; o segundo consome o discurso ativista mas não está orientado para que todas as suas ações sejam ativistas, escolhendo apoiar e dar suporte, mas sem o investimento pessoal no “campo de batalha” ativista. (DOMINGUES; MIRANDA, 2018, p. 114, grifos das autoras)

Segundo Domingues e Miranda (2018, p, 113), os cidadãos e as marcas vão, então, se apropriando do consumo simbólico do ativismo, que passa a funcionar como uma moeda social de valorização da imagem pessoal e das imagens organizacional e institucional no contexto da sociedade em rede. Assim como as demais esferas do mercado, o setor de joias se vê, logo, instigado a gerir esse novo agendamento mediado pela atuação ativa e feroz dos *netativistas*, representados pelos *prosumers* - produtores e consumidores de conteúdo que alimentam o discurso ativista nas redes, ruas, eventos, galerias de arte, museus e entre conversas corriqueiras por todos os espaços (MIRANDA; DOMINGUES, 2018, p. 62-63).

“O ativismo, de modo geral, vem convocando as pessoas, na atualidade, a tomar posições sobre todos os temas em evidência e essa tomada de posição pressupõe a escolha de um lado para se posicionar”, afirmam Domingues e Miranda (2018, p. 62). A grande questão “De que lado você vai sambar?”<sup>333</sup>, segundo as pesquisadoras (2018), fomenta o protagonismo dos conhecidos *haters* e *lovers*, pessoas que atacam ou valorizam, respectivamente, outras pessoas ou empresas, marcas, instituições e até mesmo artistas a partir da identificação ou repulsa às ideias e mensagens. Para Domingues e Miranda (2018, p. 64), a sugestão para os cidadãos conectados, em especial, as personalidades públicas, empresas, organizações, marcas seria o cultivo dos *3Fs*, proposta defendida pelo

<sup>333</sup> Verso da canção *Samba Makossa*, da banda pernambucana Chico Science e Nação Zumbi, lançada na década de 1990. Domingues e Miranda (2018) recorrem à indagação para ilustrar o raciocínio proposto.

dossiê *The F-Factor*, do site de tendências Trendwatching.com: *Friends* (amigos), *Fans* (fãs), *Followers* (seguidores), apreendendo o respeito e enaltecimento da diversidade como valores caros aos consumidores ativistas e/ou consumidores de ativismo.

Uma das ações prósperas nas redes digitais que representa essa confluência entre posturas de consumidores ativistas e consumidores de ativismo é o *Who made your jewelry?* - “Quem fez suas joias? ”, inspirado no movimento global sem fins lucrativos *Fashion Revolution*<sup>334</sup>. Por iniciativa de um conselho internacional de profissionais que atuam no setor, o *Fashion Revolution* surgiu com o propósito de indagar sobre os impactos socioambientais da indústria da moda, valorizando as pessoas, conscientizando e incentivando a transparência e fomentando a sustentabilidade acima do crescimento e do lucro. Uma das primeiras atitudes implementadas foi a campanha que estimula as pessoas de todas as partes do mundo, por meio das suas redes sociais digitais, a fazerem uma *selfie* com a etiqueta da marca da roupa que está vestindo e perguntar na legenda: @normedamarca #QuemfezMinhasRoupas? #DoQueSãoFeitasMinhasRoupas #aCorDeQuemFezMinhasRoupas #FashionRevolution (FASHION REVOLUTION, 2023).

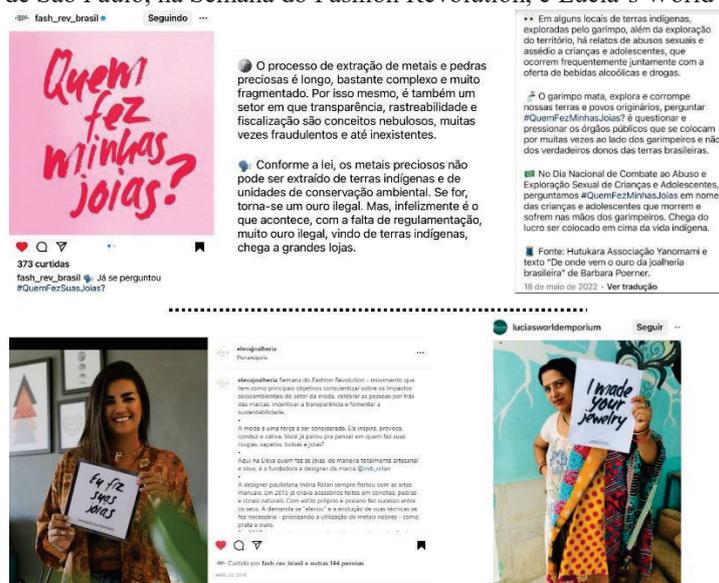
Com o apoio do próprio *Fashion Revolution*, não demorou para o movimento ser incorporado pelo setor de joias, também com o suporte das redes sociais digitais - através de publicações com legendas que exploram as *hashtags* #WhoMadeYourJewelry #QuemFezSuasJoias? #QuemFezMinhasJoias?. O *Fashion Revolution*, por sua parte, vem incentivando, em suas ações e projetos, reflexões e exigindo dos agentes empenho por maior rastreabilidade e fiscalização no processo de extração dos metais e pedras preciosos; considerado, por sua vez, como bastante complexo e fragmentado.

Na parte superior da **Figura 138**, post no perfil oficial do Instagram (IG) do Fashion Revolution Brasil (@fash\_rev\_brasil) impulsionando a campanha #QuemFezMinhasJoias, no Dia Nacional de Combate ao Abuso e Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes (18 de maio). Abaixo da linha tracejada, à esquerda, post da Eleva Joalheria, de São Paulo, na Semana do Fashion Revolution, e, à direita, post de Instagram Lucia’s World Emporium (@luciasworldemporium), as duas marcas varejistas de joias e bijuterias comunicando a adesão à campanha global.

---

<sup>334</sup> Criado em 24 de abril de 2013, após a tragédia do edifício Rana Plaza, em Dhaka, capital de Bangladesh, em que 1134 pessoas morreram e 2.500 ficaram feridas após o desabamento (EXAME, 2023). No prédio, funcionava uma fábrica de tecidos com condições de trabalho análogas à escravidão. A tragédia expôs de maneira dura o lado mais obscuro da indústria da moda. A maioria das pessoas trabalhava confeccionando peças para grandes marcas mundiais do varejo, entre elas, Benetton, H&M, Walmart, Primark e Gap.

Figura 138 –Fashion Revolution Brasil em campanha #QuemFezMinhasJóias; e publicações da Eleva Joalheria, de São Paulo, na Semana do Fashion Revolution, e Lucia's World Emporium.



Fonte: Instagram (IG) Fashion Revolution Brasil, (<https://www.instagram.com/p/Cds1bBPOQ4j/>), (18 de maio de 2022); Instagram (IG) Eleva Joalheria, (<https://www.instagram.com/p/BwkMVwiAR1D/>), (22 de abril de 2019); Instagram (IG) Lucia's World Emporium, (<https://www.instagram.com/p/CjqmpVzsuaC/>), (13 de outubro de 2022), de cima para baixo e da esquerda para a direita, respectivamente.

Algumas marcas - sejam de grande ou pequeno porte - têm apostada na maior clareza das suas ações e, como consequência, exploram as tentativas de implementação de um empreendimento ético. Como efeito, pretendem garantir um público fiel, consciente e cada vez mais sensível e exigente no que diz respeito às demandas socioculturais, políticas e econômicas ligadas ao equilíbrio ambiental. Inúmeras tentativas são empreendidas recorrendo a uma economia circular com práticas inclusivas que respeitam a diversidade e os direitos humanos.

Pelos vistos das divulgações empreendidas, a Rommanel tem investido de forma mais criteriosa nos últimos anos em projetos de sustentabilidade e meio ambiente: redução do consumo de energia elétrica, tratamento e reuso da água no processo de fabricação, parceria com cooperativas de recicláveis na região de Cotia (SP), além da reciclagem e separação de resíduos para evitar a contaminação dos aterros sanitários. Sublinha-se, nesse ponto, o cuidado basililar no descarte de resíduos galvânicos diante da decorrente geração de resíduos poluentes de altíssima toxicidade durante os mecanismos de produção empenhados na galvanoplastia.

No vídeo *Sustentabilidade e Meio Ambiente | Rommanel | Episódio 3*, veiculado em 20 de junho de 2022, no canal do YouTube Rommanel, é reforçado esse compromisso da empresa nacional em investimentos específicos para o tratamento de efluentes físico-químicos, tratamento de água que garante a liberação das águas dentro dos parâmetros

exigidos pelas agências reguladoras. Esse posicionamento é apresentado por Marcos Bianchi, coordenador de Qualidade e Meio Ambiente da Rommanel:

100% das águas residuárias da Rommanel são tratadas por meio dos reatores de água alcalina e água ácida e depois são dispensadas dentro dos critérios da CETESB [Companhia Ambiental do Estado de São Paulo] para eliminação de águas com teores de produtos químicos. Nós temos dois reatores de águas alcalinas de aproximadamente cinco mil litros, que é nosso maior volume em processos de caráter alcalino e são tratados periodicamente. Em média, por dia, a gente faz algo em torno de três a cinco bateladas diárias. E a nossa condição de tratamento de água gira na ordem de 100 metros cúbicos por mês [100 mil litros de água tratada por mês]. O que é um volume muito grande baseado na dimensão da nossa galvanica e na nossa produção de peças mensal.

Figura 139 – Etapas de tratamento dos efluentes físico-químicos e descarte feitos pela Rommanel.



Fonte: YouTube Rommanel, ([https://www.youtube.com/watch?v=FD9cgzucK\\_I](https://www.youtube.com/watch?v=FD9cgzucK_I)).

Ainda como parte do método de tratamento físico-químico, é gerado um subproduto que precisa ser descartado adequadamente: os lodos-galvânicos. Para tanto, é disponibilizado pela Rommanel um filtro prensa que compacta todo o lodo gerado a fim de minimizar ao máximo a formação de água. Após passar pelo filtro prensa, esse lodo-galvânico gerado é acondicionado em tambores que são encaminhados para uma empresa parceira ambientalmente responsável para o encaminhamento correto desses resíduos.

Desde 2020, a Rommanel afirma ter adotado, além do mais, a prática de retirada do mercado a embalagem pós-consumo – todo o material que vai juntamente com os produtos para os distribuidores e clientes finais: “a cada tonelada que eu coloco de embalagem pós-consumo no mercado, eu estou retirando 1,5 tonelada de embalagem do

mercado”, afirma Marcos Bianchi, em vídeo *Sustentabilidade e Meio Ambiente | Rommanel*, veiculado em 05 de junho de 2022, no canal do YouTube Rommanel.

Diferencialmente da Rommanel, a HStern não tem acentuado nas suas comunicações os empreendimentos da empresa relacionados à responsabilidade ética-ambiental. Porém, em seu site institucional, a joalheria (HSTERN, 2023) afirma ter consciência da sua responsabilidade em relação à sustentabilidade ambiental. Segundo a marca (HSTERN, 2023), são seus compromissos de sustentabilidade: garantir o cumprimento das leis vigentes; trabalhar para reduzir os impactos negativos de nossa operação; usar de maneira responsável os recursos naturais; contribuir para o desenvolvimento sustentável da sociedade; comunicar nossos princípios a todos os fornecedores, aliados, parceiros de negócio e todas as partes interessadas.

Em sua divulgação, assegura que os metais e gemas preciosos utilizados na confecção de suas joias são provenientes de fornecedores de reputados, que trabalham segundo as regulamentações que exigem uma correta extração das matérias-primas naturais. Sobre os diamantes, em específico, seguem o Processo de Certificação de Diamantes Kimberley, estabelecido em 2002. A iniciativa governamental partiu da indústria internacional de diamantes e da sociedade civil, apoiada pelas Nações Unidas, que tem por objetivo conter o fluxo internacional de diamantes provenientes de zonas de conflito. São impostas, logo, exigências aos participantes para certificar que os envios de diamantes brutos não contenham pedras extraídas de zonas de conflito<sup>335</sup>, particularmente na África central e África oriental, em países como Angola, Costa do Marfim, República Democrática do Congo e Serra Leoa (HSTERN, 2023).

Já as esmeraldas são provenientes da mina Belmont Esmeralds, pertencente ao Grupo Belmont, que atua com uma proposta de mineração responsável das esmeraldas. A mina Belmont em Itabira (MG) é conhecida como uma das principais companhias de mineração de gemas brasileiras com reconhecimento internacional (GRUPO BELMONT, 2023). A HStern ainda reforça a parceria com fornecedores internacionalmente certificados, como a empresa Umicore, que integra do Responsible Jewellery Council (RJC) - ambos serão apresentados logo em seguida. Outra iniciativa mencionada e já apresentada nesta pesquisa é o *Trunk Show* HStern, quando a joalheria recebe as joias usadas dos clientes como parte de pagamento de novas compras, com a proposta de

---

<sup>335</sup> Áreas mundiais demarcadas por disputas diversas: por territórios, pela independência, por questões religiosas, exploração de recursos minerais, compondo focos de grande tensão que colocam em risco a paz da população dessas regiões, atravessada por questões graves de segurança, saúde, alimentação, educação.

renovação do porta-joias e, conseqüente, reciclagem do ouro: “O metal é reprocessado e aproveitado na confecção de novas joias, reduzindo a necessidade de extração do minério” (HSTERN, 2023)

A joalheria Ara Vartanian<sup>336</sup>, criada nos anos 2000 pelo libanês naturalizado brasileiro Ara Vartanian, é uma das grifes nacionais que aponta para aplicações em ações com o objetivo de tornar seus processos de criação mais transparentes e responsáveis a partir de olhar atento para o meio ambiente. Além disso, ressalta em suas comunicações a intenção em articular o respeito às culturas e o apoio ao desenvolvimento econômico local das comunidades envolvidas na feitura e comercialização das suas peças

Para tanto, criou o projeto Mineração Consciente, realizado em parceria com a Mina Cruzeiro (responsável pela extração de Turmalinas Rubelitas e Indicolitas), Belmont e Brazil Paraíba Mine (extraem Esmeraldas e Turmalinas Paraíba, respectivamente). E anuncia (ARA VARTANIAN, 2023) toda a cadeia de suprimentos da empresa a partir de dois pilares:

Extração responsável: busca por fornecedores e projetos de mineração com sinergia em ideais como apoio às comunidades em torno das minas, reflorestamento e tratamento de água na região e protocolos de saúde para todos os empregados. Sustentabilidade: perseguir o objetivo de implementar ações sustentáveis ao longo de toda a cadeia, como reciclar resíduos, controlar o descarte de materiais e o consumo de água. (ARA VARTANIAN, 2023)

Entre outros projetos colaborativos de Ara Vartanian estão: “O Futuro é Brilhante” (2018) com mulheres da tribo indígena Wai Wai, da Amazônia, para “sensibilizar o mercado de luxo para a conservação dos biomas brasileiros e a valorização da cultura e das comunidades artesãs do Brasil” (ARA VARTANIAN, 2023); e a Recuperação de Mata Nativa da Serra da Bocaina, com a criação da Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN) Besouro de Fogo (2019), localizada na Serra da Bocaina, no município de São José do Barreiro (SP).

Por influência desse panorama, acredita-se que um dos pontos fundamentais para a joalheria hoje seria o exercício refletido para pôr em prática o senso ético no modo de se relacionar com os materiais que fazem parte da cadeia produtiva do adorno joia. Pensando, especificamente, na materialidade como pertencente à concepção da joia através dos tempos e alvo constante de indagações na contemporaneidade, importa reafirmar a competência desse adorno ser perene, duradouro.

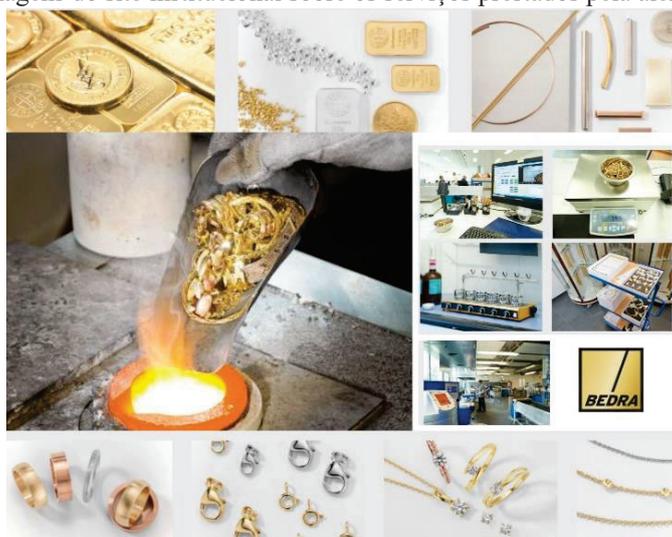
---

<sup>336</sup> Ara Vartanian é irmão de Jack Vartanian, citado nesta tese. Apesar de pertencerem à mesma família, com tradição no ramo das joias, cada um possui sua própria marca. Uma briga judicial pelo uso do sobrenome “Vartanian” marca inclusive a trajetória dos dois designers.

A materialidade das joias permite que esses objetos sejam usados por gerações ou ressignificados através de processos de reutilização dos metais e gemas na confecção de novas peças. Há ainda a possibilidade de reciclagem de metais preciosos como parte de proposta de economia circular, cujas pretensões socioambientais envolvem repensar, reduzir, reutilizar e reciclar os processos.

A empresa alemã Bedra GmbH, fundada em 1988, foi selecionada por três vezes consecutiva (a última, em 2016) como parceira de metais preciosos n.º1 da Alemanha (BEDRA, 2023). A partir de década de 1990, passou a apostar na recuperação de metais preciosos. Os serviços prestados pela Bedra GmbH vão desde a reciclagem de metais preciosos à comercialização de produtos inacabados (lâminas, dobradiças, perfis laminados, fios circulares, alianças, etc.); acessórios (fechos, tarraxas para colares e brincos); produtos odontológicos; além da venda de barras de metais preciosos e coleções de joias (anéis, brincos, pulseiras, colares, correntes) mediante investimentos em laboratórios e fundição próprios (BEDRA, 2023).

Figura 140 – Imagens do site institucional sobre os serviços prestados pela alemã Bedra GmbH.



Fonte: Bedra, (<https://www.bedra.de/de>), (2023).

Outras importantes iniciativas precisam ser contempladas, como a comunidade internacional Ethical Metalsmiths. Fundada em 2004, a Ethical Metalsmiths é uma organização sem fins lucrativos cujo propósito é inspirar práticas para uma joalheria responsável por meio da educação, conexão e colaboração com o setor. A comunidade empreende investimentos a fim de garantir um ciclo de extração dos metais, produção e comercialização transparentes, diante da grande problemática global da falta de conhecimento (rastreadibilidade) eficiente sobre a origem e modos de extração de minérios. Para tanto, uma das frentes de ação criadas pela Ethical Metalsmiths é o programa

*Emerging jeweler*, que conecta aqueles profissionais que já têm uma expertise no segmento com aqueles que buscam apoio para desenvolver seu negócio de joias, compondo uma rede de extratores éticos (ETHICAL METALSMITHS, 2021).

Mais uma linha de atuação significativa da Ethical Metalsmiths é o *Radical Jewelry Makeover* (RJM), projeto colaborativo internacional de mineração e reciclagem de joias e reuso de bijuterias criado no ano de 2007. O RJM se empenha em reunir joalheiros, trabalhando juntos para observar questões intrínsecas à mineração, enquanto atua ainda com a fabricação de joias e bijuterias a partir de fontes recicladas. Entre os principais enfrentamentos do projeto estão o garimpo responsável, a extração natural sem o uso do mercúrio e o trabalho de purificação da terra para eliminar o mercúrio já utilizado na exploração dos metais.

[O Radical Jewelry Makeover] Aumenta a conscientização sobre a conexão entre mineração, metalurgia, ativismo, colaboração e arte. Envolve "mineiros", "fundidores", "refinadores", joalheiros e metalúrgicos voluntários trabalhando juntos para criar uma cadeia de suprimentos nova e transparente. O projeto é simultaneamente performance e evento, associando sessões de reciclagem, reutilização e trabalho colaborativo com a criação de joias artesanais únicas e inovadoras, terminando com uma exposição e recepção. (RADICAL JEWELRY MAKEOVER, 2023, grifos do autor)<sup>337</sup>

Com a proposição de ressignificar esses adornos e acessórios, o RJM estimula um olhar questionador à indústria a partir do porta joias que cada pessoa tem em seu domínio. A iniciativa, idealizada e desenvolvida por Christina Miller e Susie Ganch, nos Estados Unidos (Virgínia) e agora dirigida pelas artistas e professoras Susie Ganch e Kathleen Kennedy, aspira transformar materiais indesejáveis em desejáveis. O projeto realiza constantemente a campanha *Envie-nos as suas joias!* - que estimula as pessoas a serem “cidadãos antropólogos” por meio da doação de bijuterias e joias intactas ou quebradas. É o que o RJM chama de “mineração urbana”, que seria a reciclagem de produtos descartados, transformando-os em matéria-prima para a produção de novas mercadorias. O que caracteriza uma forma de evitar a extração desses materiais da natureza novamente.

Além da cessão, a ação incentiva os doadores a “garimparem” e contarem suas narrativas/histórias ligadas a essas peças. Esse processo de imersão nas vivências é compreendido como essencial para a comunicação do RJM, potencializando ao máximo

---

<sup>337</sup> Tradução nossa: “It raises awareness of the connection between mining, metalsmithing, activism, collaboration and art. It involves volunteer "miners," "smelters," "refiners," jewelers, and metalsmiths working together to create a new and transparent supply chain. The project is both performance and event, linking recycling, reuse and collaborative work sessions with the creation of unique, innovative, handmade jewelry, concluding with an exhibition and reception”.

os sentidos intrínsecos ao valor dessas bijuterias e joias (RADICAL JEWELRY MAKEOVER, 2023): “Se você estiver interessado em doar suas joias desatualizadas, quebradas ou indesejadas para o nosso projeto, preencha e assine um dos formulários de doação no link abaixo e inclua com suas joias”. Através do projeto, o consumidor final tem conhecimento sobre todo o percurso que aquela peça passou, desde a extração do material à concepção final.

Em palestra ministrada por Susie Ganch e Kathleen Kennedy, durante o *II Simpósio Internacional de Ourivesaria, Joalheria e Design* (2021)<sup>338</sup>, as diretoras do RJM evidenciaram o afinco do projeto em encontrar, no seu exercício, não práticas perfeitas, mas práticas melhores para a joalheria e, simultaneamente, compartilhar essas ações com o público de forma ampla. Entre as questões lançadas estão: “Por que abusaríamos tanto do mundo ao invés de ressignificar essas joias? ”; “Com criar e usar joias a partir do excesso de resíduos? ”; “Como é possível reduzir a quantidade de lixo produzida nos modos de fazer a joia? ”; “Como é possível ampliar a vida útil dessas peças? ”.

Figura 141 – Registros do projeto RJM Brasil sendo implantado e executado no Centro de Estudos em Design de Gemas e Joias, da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG).



Fonte: Instagram (IG) RJM Brasil, (24 de janeiro de 2023), (<http://ed.uemg.br/rjm-brasil-projeto-de-extensao-da-escola-de-design-recolhe-doacao-de-joias-usadas/>).

Durante o simpósio internacional, foi anunciada a chegada do RJM no Brasil, através de uma parceria firmada com a Escola de Design (Centro de Estudos em Design de Gemas e Joias), da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), sob a

<sup>338</sup> A autora desta tese participou do evento como ouvinte e, na ocasião, também apresentou o artigo *Nova barroquização do mundo: Abertura e pluralismo no íntimo das joias*, em 08 de junho de 2021.

coordenação dos professores Adriano Mol e Mara Guerra, entre outros docentes, com o apoio da Criadouro Joalheria Experimental, escola de criação e experimentação em joalheria comandado pelas designers mineiras Fernanda Salomão e Luiza Hermeto (ED UEMG, 2023). A ideia é fazer com que os estudantes/futuros designers reflitam sobre a cadeia de produção e o próprio consumo de joias e bijuterias, estimulando assim novos *modos de formar*.

No âmbito das empresas do segmento de joias, da mineração ao varejo, há ainda a Responsible Jewellery Council (RJC), criada, em 2005, por 14 organizações membros<sup>339</sup>, entre elas, as gigantes Cartier e Tiffany & Co, com o objetivo de “criar lideranças e construir confiança”, que parte de uma definição de padrões mundiais de sustentabilidade para a indústria de joias e relógios (RESPONSIBLE JEWELLERY, 2023). Com essa estratégia, a organização desenvolveu um processo de certificação, sob a perspectiva de um “negócio responsável, sem causar danos às pessoas ou ao planeta”, que envolve um Código de Práticas RJC (COP), sendo este incorporado como um padrão global que abrange toda a cadeia.

Segundo a RJC, o foco da regulamentação está voltado à ética empresarial e às cadeias de suprimentos responsáveis: “Nosso COP abrange todos os minerais e metais primários utilizados na fabricação de joias: ouro, prata, metais do grupo da platina, diamantes e gemas coloridas” (RESPONSIBLE JEWELLERY, 2023, tradução nossa)<sup>340</sup>. A certificação requer a filiação, o treinamento, a auditoria e o progresso. Os membros certificados podem, inclusive, passar por revisões intermediárias para avaliar o progresso de implementação e execução das práticas alinhadas às condutas requeridas pela RJC. Auditorias adicionais são realizadas para renovar a certificação a cada um a três anos:

Alcançar o status de Membro Certificado do RJC é um marco importante em sua jornada de sustentabilidade. Demonstra o seu compromisso com a joalheria responsável e promove a confiança na cadeia de abastecimento de relojoaria e joalheria. Os Membros Comerciais do RJC que obtêm a certificação dos Padrões do Código de Práticas 2019 têm permissão para exibir o logotipo oficial do Membro Certificado do RJC. (RESPONSIBLE JEWELLERY, 2023, tradução nossa)<sup>341</sup>

<sup>339</sup> ABN AMRO; BHP Billiton Diamonds; Cartier; World Jewellery Confederation; Diamond Trading Company - parte do De Beers Group; Diarough; Jewelers of America; National Association of Goldsmiths - Reino Unido); Newmont Mining; Rio Tinto; Rosy Blue; Signet Group; Tiffany & Co.; e Zale Corporation.

<sup>340</sup> “Our COP covers all the primary minerals and metals used in the manufacture of jewellery: gold, silver, platinum group metals, diamonds and coloured gemstones”.

<sup>341</sup> “To achieve RJC Certified Member status is a major milestone in your sustainability journey. It demonstrates your commitment to responsible jewellery and promotes trust in the watch and jewellery supply chain. RJC Commercial Members who achieve Code of Practices 2019 Standards certification are permitted to display the official RJC Certified Member logo”.

Entre as empresas brasileiras do setor, somente duas possuem atualmente a certificação pela Responsible Jewellery Council: a Umicore (Coimpa Industrial LTDA), que atua no ramo de tecnologia e reciclagem de materiais, entre eles, os metais preciosos e outros metais, incluindo a gestão de resíduos e materiais descartáveis (UMICORE, 2023); e a Vivara (Tellerina Comércio de Presentes e Artigos para Decoração S.A.), varejista de joias e relógios. Importa destacar, nesse momento, que a HStern não aparece entre as empresas certificadas, no entanto, a joalheria afirma – como apontado anteriormente – ter entre seus fornecedores a empresa certificada Umicore.

Figura 142 – Na figura, imagens do site institucional da Responsible Jewellery Council, indicando as duas empresas brasileiras, Umicore e Vivara, como membros certificados.



Fonte: Responsible Jewellery, (<https://responsiblejewellery.com/>), (2023).

A Vivara ingressou na RJC em setembro de 2019, com certificação ativa até 2025. No site institucional, a grife apresenta aos seus públicos seu compromisso com o Pacto Global que reúne os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), adotados em 2015 pelas Nações Unidas, com ênfase no 5º ODS - Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas; e no 12º ODS - Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis. Sobre sua filiação na RJC, a joalheria destaca:

Somos a primeira joalheria brasileira a ser membro do Conselho de Joalheria Responsável (Responsible Jewellery Council – RJC), organização sem fins lucrativos que promove práticas ambientais, sociais e éticas com responsabilidade, respeitando os Direitos Humanos em toda a cadeia de suprimento da indústria de joias de ouro e de diamantes, das minas até o varejo.

E evidencia também sua presença na Initiative for Responsible Mining Assurance (IRMA), uma associação de organizações não governamentais latino-americanas que “avaliam a atuação das minas em aspectos como saúde e segurança dos trabalhadores,

Direitos Humanos, participação comunitária, controle da poluição, direitos dos povos indígenas e transparência” (VIVARA, 2023).

Criada, em 1962 pelo empresário Nelson Kaufman, em São Paulo, a Vivara exibe atualmente uma curva ascendente de expansão, investindo, principalmente, em um amplo portfólio de produtos, entre joias, relógios, acessórios, fragrâncias e a marca *Life By Vivara* (aqui já referenciada). Em matéria *Grupo Soma<sup>342</sup> e Vivara entram na lista de marcas de luxo mais vendidas do mundo*, publicada no site do jornal Estadão, em 01 de dezembro de 2022, assinada pelo jornalista Artur Scaff, a rede de joalheria brasileira é a única do setor citada em ranking da consultoria Deloitte, ficando entre as cem maiores empresas de artigos de luxo do mundo:

Para entrar no ranking, as empresas têm de registrar vendas de, no mínimo, US\$ 240 milhões. A Vivara já integrava a lista de 2021 da Deloitte, com receita de US\$ 272 milhões, e conseguiu subir duas posições, para 95<sup>a</sup>, em 2022. No quesito de crescimento entre as empresas que mais vendem peças de luxo, a companhia ficou na 15<sup>a</sup> posição, com 40% de alta. No acumulado de um ano, as ações da Vivara não apresentam bom desempenho, caindo aproximadamente 11%. No entanto, a Vivara vive um momento de expansão da empresa. Foram inaugurados 20 novos pontos de vendas no 3º trimestre de 2022, com destaque para as lojas Life. No mesmo período, a Vivara registrou um recorde de venda diária de R\$ 30,7 milhões, às vésperas do Dia das Mães. (EINVESTIDOR ESTADÃO, 2023)

Ao que parece, seu modelo de gestão verticalizado, que centraliza toda sua cadeia produtiva, busca assegurar a rastreabilidade das matérias-primas, métodos produtivos e investimentos em tecnologias, além de funcionar como uma significativa narrativa à comunicação bastante convergente. Não é por acaso que, há 12 anos, a Vivara exibe a supermodelo, filantropa e importante ativista ambiental mundial, Gisele Bündchen, como estrela das suas principais campanhas publicitárias mundo afora.

Em dezembro de 2022, Gisele Bündchen (**Figura 143**), que mora hoje nos Estados Unidos, veio ao Brasil especialmente para a festa comemorativa pelos 60 anos da joalheria, realizada na Pinacoteca, em São Paulo. Esses investimentos têm, sem dúvida, atraído os holofotes mundiais para a grife de joias nacional, que tem, desde 2019, seu capital aberto com ações que podem ser negociadas na Bolsa de Valores.

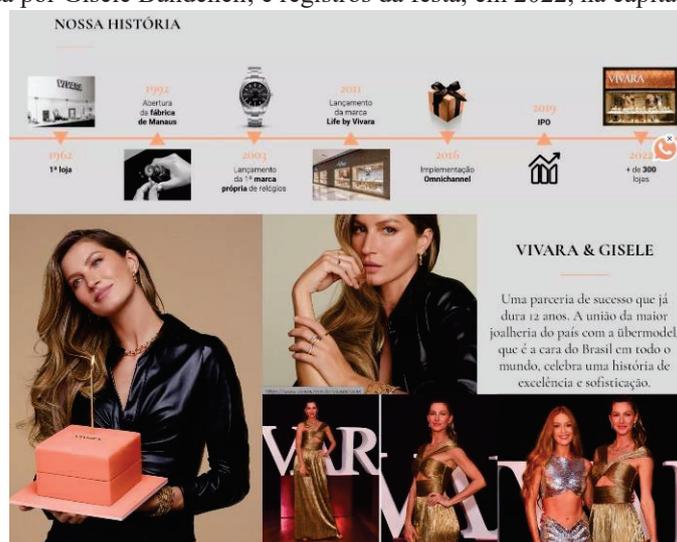
A **Figura 143** traz a linha do tempo com trajetória da Vivara; e abaixo, campanha publicitária de lançamento da coleção Icona, comemorativa pelos 60 anos da grife, estrelada por Gisele Bündchen, além de registros da festa realizada para convidados em

---

<sup>342</sup> Proprietário de marcas de vestuário, como Animale, Farm, Maria Filó e NV.

São Paulo. No detalhe do canto direito inferior, a atriz e influenciadora Marina Ruy Barbosa, estrela da marca Life by Vivara ao lado da supermodelo.

Figura 143– Linha do tempo Vivara; campanha publicitária da coleção *Icona*, pelos 60 anos da grife, estrelada por Gisele Bündchen; e registros da festa, em 2022, na capital paulista.



Fonte: Vivara, (<https://www.vivara.com.br/especial/vivara-60-anos>); Bahia Social Vip, (<https://bahiasocialvip.com.br/2022/09/vivara-apresenta-joias-da-colecao-icona/>); e O Fuxico, (<https://www.ofuxico.com.br/moda-e-beleza/gisele-recebe-famosos-em-megaevento-de-joias/>), (2023).

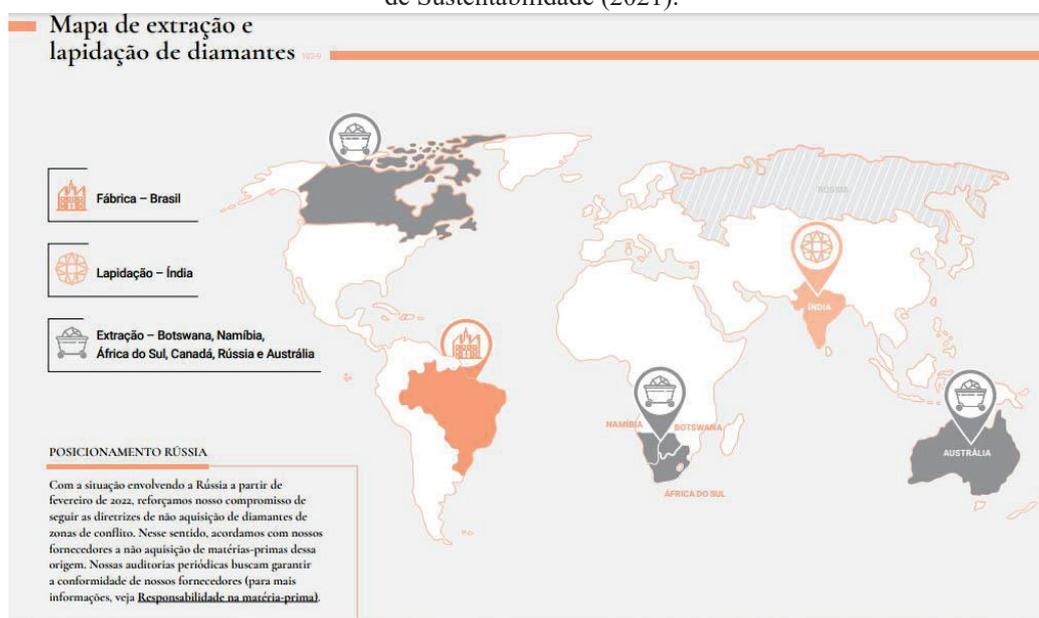
Há de se ponderar que a reputação da Vivara, assim como de outras grandes joalherias brasileiras (incluindo a HStern), tem sido, atualmente, alvo de inquisições acentuadas por parte dos cidadãos, organizações não governamentais e poderes públicos após a crise humanitária escancarada mundialmente, no início de 2023, nas terras indígenas do Norte do país. Em fevereiro de 2023, a Vivara divulgou no seu site institucional posicionamento (VIVARA, 2023) sobre o garimpo ilegal em áreas indígenas, de proteção e preservação ambiental, em que afirma não compactuar, em nenhuma hipótese, com a extração ilegal do ouro, reforçando também sua empatia a grave crise vivida pelos povos Yanomami.

No seu pronunciamento (VIVARA, 2023), a Vivara disponibiliza acesso aos seus relatórios de sustentabilidade referentes aos anos de 2019, 2020 e 2021. Em Relatório Anual de Sustentabilidade Vivara 2021, a empresa acentua, no pilar “Nosso planeta”, a responsabilidade com a matéria-prima, que incluiu recentemente a suspensão da aquisição de diamantes da Rússia, a partir de fevereiro de 2022, diante do início da ofensiva dos russos contra a Ucrânia<sup>343</sup>:

<sup>343</sup> A Guerra da Rússia contra a Ucrânia começou oficialmente em 24 de fevereiro de 2022. Os conflitos entre as duas nações são históricos, porém ganharam força com a possibilidade de a Ucrânia fazer parte da OTAN (Organização do Tratado do Atlântico Norte), garantindo uma maior aproximação desse país com

Nossa prata vem de minas latino-americanas, de nosso fornecedor com certificação do Responsible Jewellery Council (RJC), e de nosso ouro vem do território brasileiro, de minas da região de Minas Gerais e Goiás, com certificação da London Bullion Market Association (LBMA) e do nosso programa de economia circular. (...). A exclusividade de nossos diamantes está também na garantia de sua origem, que ganha reforço com o processo Kimberley. Mantemos os mesmos padrões de exigência para a aquisição de gemas coradas, que apresentam o desafio de um processo produtivo bastante segmentado e proveniente, em sua maioria, de minas artesanais de pequena escala em mais de 40 países. Por esse motivo, trabalhamos de forma a criar protocolos rígidos que garantam a rastreabilidade desses materiais. Otimizando estoques e reduzindo desperdícios, compramos as pedras na medida exata para o padrão de joias que vamos produzir. (RELATÓRIO ANUAL DE SUSTENTABILIDADE VIVARA 2021, 2023)

Figura 144 – Mapa de extração e lapidação de diamantes disponibilizado pela Vivara em Relatório Anual de Sustentabilidade (2021).



Fonte: Relatório Anual de Sustentabilidade Vivara 2021, (<https://images.vivara.com.br/Stores/Site3/pdf/vivara-relatorio-sustentabilidade-2021-v2.pdf>), (2023).

o Ocidente. Há ainda uma disputa por territórios ucranianos, dentre eles, cita-se a anexação pela Rússia da península da Criméia, violando acordos assinados da década de 1990 (BBC BRASIL, 2023).

## 9.2. Pensando processos formativos a partir de uma gestão ecológica e social

Sob a perspectiva do processo formativo atento a um ponto de vista sustentável e empático a exigências socioculturais, uma das categorias que tem crescido no designer de joias é a de biojoias<sup>344</sup>. Apesar da biojoia não ser um segmento novo, vem ganhando cada vez mais espaço a partir de uma valorização dos produtos que conseguem equilibrar em sua construção a gestão do lucro ecológico e social, como aponta Lia Paletta Benatti, em *Inovação nas técnicas de acabamento decorativo em sementes ornamentais brasileiras: design aplicado a produtos com perfil sustentável* (2013, p. 19).

Com a ajuda de Benatti (2013), observa-se que não há um consenso entre os agentes da cadeia produtiva, assim como entre os pesquisadores, sobre a definição de biojoias. Benatti (2013, p. 19) defende a biojoia como sendo qualquer acessório de moda como colares, brincos, pulseiras, entre outros, produzidos a partir de matéria-prima natural como sementes, fibras, coco, madeira, etc.: “considera-se Biojoia qualquer tipo de adorno produzido com materiais naturais, independente de ser considerado efetivamente uma joia ou uma bijuteria” (BENATTI, 2013, p. 20). Por outro lado, como salientado pela própria Benatti (2013, p. 19), “alguns especialistas definem as biojoias como adornos que associam materiais naturais e materiais nobres”.

Em *Caracterização e impregnação polimérica do porongo*<sup>345</sup> (*lagenaria siceraria*) visando aplicação no design de biojoias (2013, p. 17), Tatiana Lago realça ademais a falta de uma definição precisa sobre a noção de biojoias. Lago (2013, p. 26) considera três fatores principais como perspectiva para este entendimento: o design das peças; os conceitos atribuídos a elas; e a tecnologia empregada em sua concepção. Melhor dizendo, a biojoia deve ser conformada a partir de uma articulação entre cultura, design e tecnologia com habilidade de valorizar e difundir os modos de vida e as ricas fauna e flora local e/ou global.

Sobre o aspecto da materialidade, no início das suas explanações, Lago (2013, p. 19) afirma as biojoias como as “peças que utilizam em sua configuração materiais naturais de origem orgânica, obtidos de um vegetal ou animal, em conjunto ou não, com os metais

---

<sup>344</sup> Dentro de uma proposta atenta a economia circular e responsável ambientalmente, fala-se também e cada vez mais na nomenclatura “ecojoias”. As ecojoias vem sendo inicialmente consideradas como peças confeccionadas a partir de qualquer material destinado ao descarte ou reciclado com o objetivo de ampliar a vida útil desses materiais de forma geral, reduzindo os impactos ambientais, por exemplo, do intenso uso do plástico PET (Polietileno tereftalato) (SOUZA; COSTA; SILVA, 2023). Porém, é notável ainda uma aplicação comum do termo como sinônimo para biojoias. Essa inconstância da terminologia evidente na cadeia associada a percepção de pesquisas ainda em desenvolvimento sobre o tema foram decisivas para que, nesta pesquisa, as atenções fossem dedicadas exclusivamente à categoria de biojoias.

<sup>345</sup> Na Bahia, o fruto não comestível porongo é popularmente conhecido como cabaça.

comuns à área da joalheria”. Apesar entender a presença dos metais preciosos na conformação da biojoia como opcionais, Lago (2013) pontua algo essencial que sinaliza para uma apreensão diferente. As experiências técnicas no design de biojoias devem buscar, de acordo com a pesquisadora (LAGO, 2013, p. 19), viabilizar a durabilidade das peças, uma vez que tal condição compõe intrinsecamente a condição de joia. “Ou seja, ao adquirir uma peça confeccionada de metais e materiais naturais, o usuário não espera se deparar com a porção orgânica em estágio de decomposição”, afirma (LAGE, 2013, p. 19). Então, ao que parece, Lage (2013) reconhece a requisição de uma garantia de viabilidade material para as combinações entre os metais preciosos e, acrescenta-se, as gemas e os materiais orgânicos para os métodos formativos da joalheria.

Esta consciência está de acordo com o que se acredita e se defende nesta pesquisa, diversamente aos pensamentos de Benatti (2013). Na salvaguarda da materialidade à noção de joia, entrelaçada as propriedades da perenidade, raridade, brilho, visualidade e *inutilidade útil*, reforça-se, neste estudo, a biojoia como indissociável em sua constituição dos metais preciosos e gemas naturais, compostas e sintéticas. Entende-se que a idealização e confecção das biojoias estaria, desse modo, apoiada na conciliação dos metais preciosos e pedras naturais, compostas e sintéticas aos diversos materiais encontrados na natureza com considerável durabilidade. A própria Benatti (2013) destaca a importância dos sentidos de valioso e eterno para a joalheria, associados também à conservação de determinadas matérias-primas naturais:

As sementes ornamentais, apesar de em sua maioria apresentar alta durabilidade, ainda assim conferem um caráter mais efêmero a produtos. Além de ser um material de baixo custo, permite diferentes configurações, e quando aplicado à joalheria, se apresenta como material não convencional, trazendo inovação ao setor. Este tipo de ligação tende a beneficiar ambas as áreas, a joalheria valoriza a matéria-prima e as sementes conseguem trazer um caráter mais inovador e dinâmico para a joia. (BENATTI, 2013, p. 23)

Independente das divergências de pontos de vista, são inegáveis, como aponta Benatti (2013), as contribuições desses elos entre o design de joias com os diversos materiais acessíveis na natureza potencializados, além do mais, pelos sentidos culturais que podem ser manifestados a partir desta joalheria. E por isso, sublinham-se algumas iniciativas de joalherias que nasceram efetivamente como marcas de biojoias, além daquelas que decidiram apostar na inovação a partir da incorporação de materiais tidos como não convencionais na joalheria.

A Amarjon é uma das marcas que tem se dedicado ao desenvolvimento de biojoias que resultam em coleções com ornamentos que representam a diversidade da flora

brasileira, explorando as formas e texturas desses materiais naturais. Suas coleções utilizam galhos, sementes naturais, folhas, flores, pedaços de madeira, dentre outros materiais que, depois de colhidos e desidratados, são preparados com base em técnicas especializadas (AMARJON, 2023). Após esse tratamento, esses materiais ficam, então, prontos para receber o banho dos metais ou para serem incorporados como ornamento na formação do adorno final.

Figura 145 – Coleção *Cerrado* Amarjon: etapas de transformação da folha do Cerrado e resultado final em bracelete e brinco.



Fonte: Amarjon, (<https://loja.amarjon.com.br/pagina/biojoias.html>), (2023).

De acordo com a empresa (AMARJON, 2023), as folhas são colhidas, desidratadas, impermeabilizadas e metalizadas de modo totalmente artesanal. Depois de moldadas e preparadas, passam para a etapa final: o banho de ouro. A joalheria (AMARJON, 2023) ressalta que cada peça recebe uma alta camada de ouro a fim de assegurar a durabilidade e o alto padrão de qualidade da joia. “O nosso grande diferencial é que, através de nossa técnica, preparamos folhas, flores e sementes para que recebam o banho de ouro e transformem-se em joias com um DNA único!”, afirma a Amarjon (2023), em seu site institucional que funciona também como e-commerce. Para conhecimento dos seus públicos, a joalheria disponibiliza no site as etapas de transformação da folha do Cerrado, nessa ordem: a folha desidratada, folha esqueletizada, impermeabilização, metalização e, por último, banho de ouro 18k (**Figura 145**).

A Amarjon é associada do Precious Brazil, projeto setorial que “visa apoiar e promover as empresas brasileiras dos segmentos de pedras, bijuterias e joias brasileiras que queiram exportar seus produtos” (PRECIOUS BRAZIL, 2023). O Precious Brazil é

conduzido pelo IBGM - Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos - em parceria com a Apex-Brasil - Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos.

O Precious Brazil atende atualmente cerca de 181 empresas do setor, dentre elas, estão as joalherias Ara Vartanian, Carol Kaufmann, Carolina Neves, Fernando Jorge, Julls, Sauer e Silvia Furmanovich. Sob a gestão de um Comitê, o Precious Brazil está presente em 11 estados brasileiros e atua internacionalmente nos mercados-alvo dos Estados Unidos, China/Hong Kong, Alemanha, Chile e Colômbia (PRECIOUS BRAZIL, 2023).

Os interessados em ingressar no Precious Brazil passam por um diagnóstico de segmentação e iniciam sua trajetória a partir da sua maturidade exportadora, sendo assim o portfólio de serviços inclui desde o acesso ao Guia de Exportações até o desenvolvimento de ações customizadas de caráter promocional da marca. (PRECIOUS BRAZIL, 2023)

Entre os cases de sucesso, com grande projeção internacional, é imprescindível citar Silvia Furmanovich, comandada pela designer de joias Silvia Furmanovich (marca homônima). Apesar do trabalho de Silvia Furmanovich não estar rotulado à categoria de biojoias (sobretudo diante das suas raízes fortes na joalheria tradicional), alguns investimentos nas criações da designer paulista se aproximam da ideia de biojoia aceita nesta pesquisa. Furmanovich nasceu em uma família de ourives italianos. E foi observando o pai em seu ateliê quando criança, que afirma ter aprendido a apreciar a importância do artesanato e a beleza dos detalhes. Em 1998, estabeleceu sua empresa de joias e, em 2009, abriu sua primeira loja em São Paulo.

Os projetos ousados de Furmanovich combinam sua atenção meticulosa aos detalhes com sua paixão pelo artesanato, natureza, culturas antigas e materiais incomuns. A paixão por viagens ao longo da vida passou a influenciar muitas de suas coleções, apresentando uma interpretação inovadora de culturas diversas, do Egito ao Japão. Empregando uma alquimia única, objetos garimpados, técnicas e materiais tradicionais, naturais e preciosos, a designer é autora de uma arte atemporal e única. (SILVIA FURMANOVICH, 2023)

Suas coleções exploram a marchetaria de madeira, ébano, laca, conchas, bambu, tecidos antigos e *netsukes* (pequenos adornos esculturais usados em quimonos) combinados ao cobre oxidado, ouro amarelo, ouro rosa, diamantes e as gemas coloridas (SILVIA FURMANOVICH, 2023). As cores vivas são, em particular, um dos principais traços do seu *modo de formar*. A coleção *Amazonia Bamboo* (2020) é uma das referências do uso de materiais naturais em suas joias. O bambu, uma subfamília da grama, surge como ornamento principal na formação das joias combinado ao ouro 18k, gemas coloridas, pérola *South Sea* e diamantes:

Único por sua resiliência, flexibilidade e durabilidade, o bambu permeia a vida cotidiana no Japão e vem sendo usado há milênios por artistas em objetos e na arquitetura (...). Com uma média de vida de 20 anos, considera-se que o bambu vive para sempre, já que seu sistema subterrâneo continua a crescer e a produzir novos bambus. Algumas espécies de bambu atingem seu tamanho total em apenas dois ou três meses, diferente das árvores tradicionais, que levam anos para crescer (SILVIA FURMANOVICH, 2023).

A *Amazonia Bamboo* (**Figura 146**) é resultado de uma parceria entre Silvia Furmanovich e o Instituto Jatobás (IJ) - Organização da Sociedade Civil fundada por Betty Feffer e Luiz Alexandre Mucerino, sediado em Pardinho (SP). O IJ surgiu com o propósito de “influir positivamente para a ampliação da consciência e para a ação, na construção de um caminho coletivo, solidário e sustentável” (INSTITUTO JATOBÁS, 2023). Através da colaboração, uma área de mais de 80 hectares foi reservada para o cultivo de bambu no Brasil, tornando a iniciativa uma das pioneiras no desenvolvimento de uma unidade industrial de produtos derivados de bambu no país. Associada ao projeto, a designer Silvia Furmanovich apoia os artesãos do Instituto ensinando técnicas de tecelagem de nós japoneses, colaborando, assim, com a criação de joias e objetos de design.

Figura 146 – *Amazonia Bamboo* (2020), por Silvia Furmanovich.



Fonte: Silvia Furmanovich, (<https://silviafurmanovich.com/por/colecoes/amazonia-bamboo/a-historia/>), (2023).

É possível afirmar que esforços como estes apresentados nesse recorte vêm colaborando, de algum modo, para as tentativas de concepção de uma joalheria responsável, atenta às novas demandas comportamentais do contemporâneo. Em particular, diante do cenário atual que exige atitudes afirmativas concretas para a gestão sustentável de recursos naturais viesadas às pautas sociais, culturais e econômicas.

Em acordo com o 12º Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS), é urgente fomentar e assegurar padrões ambientais, econômicos e sociais sob a ótica de um desenvolvimento equilibrado, tendo como foco a Agenda 2030. Entre as metas que compõem a proposta das Nações Unidas estão: a diminuição substancial da geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso; e o manejo ambientalmente saudável dos produtos químicos e todos os resíduos para minimizar seus impactos negativos sobre a saúde humana e o meio ambiente (PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDADES PARA O DESENVOLVIMENTO - UNDP, 2023).

Em *A Joia do Brasil* (2020), Eliana Gola enfatiza a relação entre ética e conduta que precisa ser um alicerce para o segmento de joias como uma manifestação de alteração moral de toda a cadeia. Essa preocupação deve vir interligada ao contínuo acréscimo de pesquisa, inovação, qualidade, preços competitivos e estabelecimento de posições transparentes para a criação e projeção de um produto ético.

Com muita criatividade e seriedade, encontrei joias confeccionadas com 100% de prata reciclada de raio x e mamografia, pedras lapidadas de vidros reciclados e fundidos. Estas empresas acreditam estar colaborando com um mundo melhor. Outras empresas utilizam metais de reuso com certificado do órgão LBMA, garantindo a procedência, que não venham de lavagem de dinheiro, terrorismo ou agressão aos direitos humanos, e gemas que são descartadas pelo comércio tradicional por causa de muitas inclusões, tornam-se a personalidade da marca. (GOLA, 2020, p. 286)

Nas suas contemplações, Gola (2020) registra outro ponto a se atentar: o descarte de gemas impulsionado pelas exigências comerciais tradicionais. Sobre essas implicações, a pesquisadora, designer de joias e gemóloga Andressa Borotti, em *A arte de gravar em gemas como elemento principal na criação de joias* (2022, p. 127), apresenta consideráveis proposições às diversas maneiras de se relacionar com esses materiais preciosos e finitos.

Por envolver suas práticas artesanais criativas, as vivências de Borotti (2022) estimularam sua reflexão sobre os caminhos possíveis para a desaceleração do consumo desses materiais finitos e conseqüente redução do impacto ambiental. Borotti (2022) lança alguns questionamentos para o setor da joalheria no que diz respeito ao destino das gemas avariadas por processos de beneficiamento de pedras preciosas e produção da joia; e do mesmo modo, das gemas avariadas retiradas das joias submetidas à reciclagem e/ou reaproveitamento de metal. “Como ‘repreciosar’ artesanalmente essas gemas para que não sejam descartadas e se tornem resíduos (lixo)?”, sublinha Borotti (2022, p. 128) ao

apresentar o termo *repreciosar* diante da necessidade de conceituar novas formas de ação na utilização infinita desses materiais naturais findáveis.

Diante disso, são propostas para o campo da joalheria novas ações e relações com esses bens preciosos para que, de alguma maneira, se possa remodelar, reconfigurar, retrabalhar, reparar, refazer, recriar, renovar, reusar, reciclar, recuperar, reaproveitar, ressignificar, reencatar, repensar etc., ou seja, “repreciosar”. De modo geral, trata-se de repensar a valorização, utilização e reutilização desses bens raros que são parte fundamental da Terra. Trata-se de oferecer ao campo um novo sentido para o que seria jogado fora ou inutilizado. (BOROTTI, 2022, p. 128)

Borotti (2022, p. 129) apresenta, assim, aplicações criativas para materiais naturais finitos avariados e/ou rejeitados inseridos no conceito de *repreciosar*. A partir de uma ametista doada pela joalheira Claudia Fantinati, Borotti faz um relato das suas investidas através de técnicas de gravação da glíptica utilizando equipamentos básicos da mesa de joalheria. A ametista era uma das três gemas que quebraram durante um processo de cravação. “Logo, foram gerados três resíduos sólidos para a confecção de uma peça, sem considerar o prejuízo financeiro, pois a joalheira [Claudia Fantinati] investiu em uma gema o equivalente a quatro, que segundo ela, é um gasto irrecuperável”, conta Borotti (2022, p. 131). A reconfiguração da gema por Borotti (2022) foi possível através de equipamentos básicos da mesa de joalheria, e a finalização da joia se deu com a aplicação da gema em um pingente em prata 925 foi feito pela doadora da gema avariada, Claudia Fantinati, dando novos sentidos ao seu adorno corporal.

Figura 147 – Investidas criativas apresentadas por Borotti (2022) em ametista avariada.



Fonte: Borotti e Marques (2022).

Entende-se que iniciativas referenciais como essas aqui expostas ainda caminham a passos lentos no que tange a complexa engrenagem que envolve o setor joalheiro,

sobretudo quando se trata de garantir lisura e confiança nos processos com base em regras e valores compartilhados em sociedade. Afinal, quando se fala em uma atuação íntegra, reta é imperativo pensar no senso de responsabilidade ética de forma abrangente, desde a seleção dos fornecedores de materiais até as relações estabelecidas com todos os seus públicos-alvo.

Ao se considerar escolhas conscientes no ramo da joalheria, deve-se compreender que para o alcance sincero desses objetivos são primordiais o apoio e a dedicação de toda a cadeia, assim como do poder público e sua capacidade de fiscalização e regulamentação. Conformando, pois, uma rede de ações afirmativas acessível tanto para os pequenos e/ou grandes agentes do setor. São esses compromissos transversais que devem efetivamente orientar os acordos firmados entre cidadãos, organizações e instituições públicas e privadas.

### **9.3 O caso HStern: um rasgo crítico e permanente na imagem da empresa**

Em 17 de novembro de 2016, a operação policial brasileira “Calicute”, deflagrada pela Polícia Federal, que representou a 37ª fase da Operação Lava Jato, teve como alvo principal o ex-governador do Rio de Janeiro, Sérgio Cabral, e sua esposa, Adriana Ancelmo. A descoberta da organização criminosa culminou em um dos maiores escândalos de corrupção e lavagem de dinheiro do Brasil associado ao segmento de joias e produtos de luxo, que envolvia diretamente as joalherias HStern e Antonio Bernardo<sup>346</sup>, ganhando grande repercussão mundial. A reportagem: *HStern na rota da corrupção: Ministério Público investiga como a famosa joalheria pôde ter se transformado em lavanderia de propinas*, veiculada por Alinne no site da revista *Isto é*, em 09 de dezembro de 2016, acentuava em seu título a HStern, considerada uma das mais relevantes marcas do país, cuja credibilidade sempre se mostrava como prioridade entre os valores da empresa familiar.

---

<sup>346</sup> Criada por Antonio Bernardo, carioca filho Rudolf Herrmann, comerciante de ferramentas e artigos para a confecção de joias e relógios. Antonio Bernardo interrompeu sua graduação em Engenharia, na Pontifícia Universidade Católica - PUC (RJ), para se dedicar às pesquisas em ourivesaria e no design de joias. Atuou por quase uma década em seu atelier residencial. Sua primeira loja foi inaugurada em 1981, no Shopping da Gávea, Rio de Janeiro, quando efetivou a criação da marca que leva seu nome. Em 1983, abriu seu atelier no Jardim Botânico. A partir de um trabalho engenhoso de formas, o designer assegura uma assinatura própria bastante evidente e consolida-se com um dos designers mais representativos no design de joias brasileiro. Várias premiações nacionais e internacionais compõem a trajetória do designer de joias, dentre elas, estão: 2004 Anel Ciclos e Anel Expand, IF Product Design Award (Hanover, Alemanha, 2004) e Anel Puzzle Curvo, Red Hot Design (Esse, Alemanha, 2010); e Anel Oxigênio, Brinco Impulso e Anel Íntimo, IDEA Brasil (Brasil, 2008) (ANTONIO BERNARDO, 2023).

Investigadores da Operação Calicute, um braço da Lava Jato no estado fluminense, sustentam que a grife de luxo se prestou à lavagem de dinheiro público desviado pelo casal ao vender joias caríssimas sem nota fiscal e os devidos recolhimentos de impostos, com pagamentos feitos em dinheiro vivo, o que tipifica a existência de Caixa 2. No total, foram comprados neste esquema de lavagem de recursos ilegais R\$ 6,5 milhões em anéis, colares e brincos. Além de joias da HStern, também foram feitas operações com a joalheria Antonio Bernardo. Somente por um conjunto de brincos e um anel, em ouro e rubi, o ex-governador pagou R\$ 1 milhão à HStern, sem deixar vestígios de compra. “Sérgio Cabral gastou a espantosa quantia com dinheiro oriundo de corrupção e outros ilícitos para presentear a esposa Adriana Ancelmo (...) quando completaram 10 anos de matrimônio”, registra o relatório da Procuradoria Geral da República, sem esconder a perplexidade. Após a divulgação do esquema, a joalheria correu para enviar as devidas notas fiscais e regularizar a situação com o Fisco, mas não vai escapar de uma ampla investigação nos negócios, conforme disse o procurador regional José Augusto Vagos. (ISTO É, 2023)

O caso afetou não somente as joalherias cariocas HStern e Antonio Bernardo, mas todo o setor joalheiro e, de modo particular, as grandes marcas brasileiras. Em reportagem *Joalherias tentam recuperar imagem abalada pela Lava-Jato*, assinada por Daniela Pessoa para o site da Veja Rio, em 03 de novembro de 2017, sublinha-se os efeitos da operação no mercado, principalmente para o Estado do Rio de Janeiro. Abaixo, trechos da reportagem:

**Pouca gente se lembra do vaso sanitário ultratecnológico polonês, com assento térmico, que havia no apartamento do ex-governador Sérgio Cabral e de sua mulher, Adriana Ancelmo, no Leblon, exibido ao público pela Operação Calicute. Os vinte ternos Ermenegildo Zegna que custavam entre 18.000 e 140.000 reais cada um e que estavam no closet também caíram no esquecimento. Mas das joias do casal todo mundo se recorda.** Compondo um tesouro digno de Ali Babá, peças de ouro, diamantes e outras pedras preciosas, avaliadas em mais de 10 milhões de reais, foram adquiridas para ocultar dinheiro de propina (...). “As joalherias enfrentam uma grave crise de credibilidade”, afirma Carla Pinheiro, presidente da Associação dos Joalheiros e Relojoeiros do Estado do Rio (Ajourio), entidade que luta para restabelecer a confiança dos consumidores e promover o crescimento do ramo. “Joia não é coisa só de rico, muito menos de ladrão”, defende (...). Em meio aos estragos no mercado carioca de acessórios de ouro, prata, pedrarias e afins, amigos da designer Luisa Schroder, 27 anos, filha de Carlos Henrique Schroder, presidente da Globo, propiciaram um retrato be-m-humorado da situação. **“Comprar joias, agora, só no ateliê da Luisa Schroder, que é honesta e faz acessórios lindos”, publicou um colega na internet. O recado divertido chamou atenção para um setor com faturamento em torno de 1,6 bilhão de reais por ano, o que representa 15% do total nacional.** (VEJA RIO, 2023, grifos nossos)

Segundo a reportagem (VEJA RIO, 2023), em conversa com Carla Pinheiro, presidente da Associação dos Joalheiros e Relojoeiros do Estado do Rio (Ajourio), foi necessário que a entidade empreendesse uma série de esforços à renovação e ampliação do setor após o envolvimento das marcas icônicas de joias nacionais. Dentre as iniciativas, foram firmadas parcerias com o Sebrae, proporcionando aos profissionais da área o acesso

a aulas, seminários e serviços como boletins de tendências e de inteligência do mercado, além do estímulo para a participação das novas joalherias em feiras que atraem um público jovem e engajado, a exemplo, a Babilônia Feira Hype (RJ).

“O e-commerce é uma das grandes apostas para conquistar os clientes mais jovens e se adequar ao futuro do consumo”, avalia Fabiana Pereira Leite, coordenadora de moda do Sebrae. Em outubro, foi lançado o site de compras É do Rio, no qual é possível conhecer e comprar peças de oito marcas cariocas (todas chanceladas, diga-se). O endereço virtual integra um projeto maior, homônimo, que engloba ainda um guia impresso bilíngue, em português e inglês, distribuído em hotéis e albergues, com a lista dos setenta ateliês mais descolados da cidade. **“Chega desse conceito de joalheria em aeroporto e saguão de hotel, com vendedoras de terninho. Precisamos apresentar novidades aos turistas”, afirma Carla, da Ajorio.** (VEJA RIO, 2023, grifos nossos)

As referências às lojas em aeroportos e às vendedoras de terninho feitas por Carla Pinheiro, presidente da Ajorio são uma crítica sem rodeios ao modelo de negócio empreendido pela multinacional HStern que serviu por muitas décadas como espelho para o segmento no país. Durante toda sua trajetória de posicionamento de marca, a HStern priorizou investimentos em uma gestão totalmente verticalizada, tendo como parâmetro a operação das grandes joalherias mundiais. Logo, essa estrutura vertical avalizava aos públicos da grife toda segurança exigida quando se pensa em produtos e serviços de alto luxo comprometidos socialmente e culturalmente.

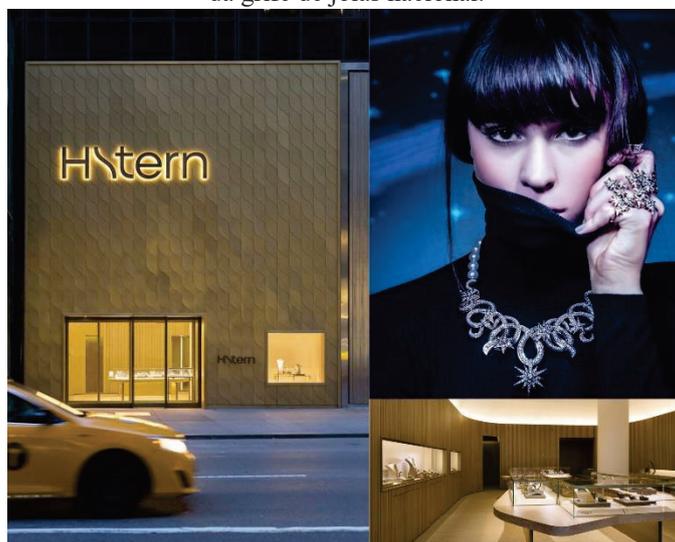
A verticalização perpassa todos os setores da empresa. As vitrines são decoradas pelos seus vitrinistas; a confecção dos móveis fica a cargo dos seus marceneiros; a parte elétrica, dos seus eletricitistas. Até a limpeza e a segurança são feitas com funcionários próprios. A publicidade e o marketing também são desenvolvidos internamente. As campanhas publicitárias, por exemplo, são definidas e feitas pela empresa. Roberto, como diretor de criação, junto com a jovem diretora de marketing, a engenheira Alix Ligne (...). Para o comando da H.Stern, a verticalização é importante não só pelo controle da operação, mas também para manter a qualidade de tudo que é feito ali (...). **Em uma época em que todo mundo questiona as origens da matéria-prima, a H.Stern não precisa se preocupar porque tem o controle de tudo o que é produzido e de como é produzido** (DIEGUEZ, 2015, p. 261, grifos nossos).

Ao contar a história da marca e seu legado no livro *H Stern: A história do homem e da empresa*, lançado em 04 de dezembro de 2015, como parte das comemorações pelos 70 anos da grife de Alta Joalheria, acredita-se que a jornalista Consuelo Dieguez não imaginava que, praticamente um ano depois, a empresa iria ser réu em uma operação policial. Como observado na citação acima, disponível no último capítulo da obra, intitulado *Gênesis* (coleção comemorativa de setenta décadas da marca), supõe-se que a preocupação com o domínio das operações verticalizadas não deu conta de um aspecto primordial à imagem organizacional: o compromisso com padrões e valores para além da

gestão física, ou melhor, a responsabilidade e o engajamento com a integridade das suas relações públicas comerciais, que envolve o patrimônio subjetivo e intangível de uma organização e/ou instituição.

Quando se pensa no propósito de uma marca, organização ou instituição, a construção e manutenção da sua imagem deve ter como base a habilidade de agregar valores a partir de diferenciais no imaginário dos públicos. Porém, toda esse desenvolvimento e projeção de imagem devem vir acompanhados de uma coerência entre o comportamento moral organizacional/institucional que diz respeito, decerto, a uma comunicação integrada às ações mercadológicas e administrativas.

Figura 148 – Fachada da loja HStern na 5ª Avenida, em Nova Iorque, reformada em 2015 e campanha publicitária da coleção *Gênesis*, lançada também em 2015 como parte das comemorações pelos 70 anos da grife de joias nacional.



Fonte: Archdaily, (<https://www.archdaily.com.br/br/913505/hstern-ny-studio-arthur-casas>), (2023); Vogue Brasil (<https://vogue.globo.com/moda/joias/noticia/2015/09/hstern-comemora-70-anos-com-jantar-para-poucos-na-abertura-da-artrio.ghtml>), (2023).

Pode-se, inclusive, pressupor que a escolha do nome *Gênesis* - primeiro livro do Antigo Testamento, do grego origem, criação, geração (CUNHA, 1982, p. 383) - por Roberto Stern para a coleção que homenageou os 70 anos da joalheria teria o peso simbólico de uma profecia do que aguardaria a HStern nos próximos capítulos da sua história. Uma coleção certamente icônica inspirada nas constelações, na essência do sobrenome da família “Stern”, nos mistérios da astronomia (estrelas, cometas, eclipses, plêiades) e na mitologia (Draco, Hidra, Pégaso) (DIEGUEZ, 2015, p. 264-265), mas que, ao mesmo tempo, prenunciava um novo início para a grife, que vem sendo trilhado desde então.

Com os desdobramentos da Operação Lava Jato, a Justiça homologou, em abril de 2017, acordos de delação premiada com Roberto Stern (presidente da joalheria), Ronaldo Stern (vice-presidente), Oscar Luiz Goldemberg (diretor financeiro) e Maria Luiza Trotta (diretora comercial). Foi determinado que a HStern deveria devolver aos cofres públicos mais de R\$ 18 milhões (G1 GLOBO.COM, 2023).

Os depoimentos da HStern contribuíram com as investigações do Ministério Público Federal (MPF) para desvendar parte do esquema mantido por Sérgio Cabral. O ex-governador do Rio de Janeiro foi condenado a 13 anos e quatro meses de prisão<sup>347</sup>, em março de 2018, por lavagem de dinheiro por meio da compra das joias. Ainda como parte da delação, a HStern, além do pagamento da multa, se comprometeu a prestar serviços comunitários para impedir prosseguimento de ação de lavagem de dinheiro. Os empresários passaram a dar aulas de capacitação para jovens entre 16 e 20 anos de comunidades carentes do Rio de Janeiro.

Figura 149 – O ex-governador do Rio de Janeiro, Sérgio Cabral; algumas joias HStern apreendidas, assim como imagens de lotes de peças apreendidos pela Polícia Federal durante a operação; e ainda registros de O Globo, em 2017, dos donos da HStern, Roberto Stern e Ronaldo Stern, em sala de aula nas comunidades carentes da capital carioca.



Fonte: Brasil 247, (<https://www.brasil247.com/regionais/sudeste/esquema-cabral-envolve-h-stern-em-lavagem>), (2023); O Globo, (<https://oglobo.globo.com/politica/donos-da-hstern-dao-aulas-de-etica-como-parte-de-delacao-na-lava-jato-22006488>), (2023); Fashion Network, (<https://br.fashionnetwork.com/news/Apos-operacao-calicute-joalherias-entram-na-mira-da-lava-jato,758481.html#fashion-week-paris-haute-couture-aelis>), (2023).

<sup>347</sup> Sérgio Cabral soma 436 anos e nove meses de condenação. Porém, o ex-governador vem recorrendo em todos os processos e, aos poucos, derrubou cada mandado de prisão contra ele. Em 19 de dezembro de 2022, após cumprir apenas seis anos de cadeia, ele deixou o sistema prisional, seguindo atualmente em prisão domiciliar, monitorado por uma tornozeleira eletrônica (EXTRA, 2023).

Na reportagem exclusiva para o jornal O Globo, *Donos da H.Stern dão aulas de ética como parte da delação na Lava-Jato*, em 29 de outubro de 2017, Roberto Stern e Ronaldo Stern falaram pela primeira vez sobre o escândalo de corrupção, assim como os efeitos sociais morais envolvendo a multinacional:

Para esses alunos, os Stern são apenas “professor Roberto” e “professor Ronaldo”. Os dois falaram ao Globo sobre a “nova função”. – A gente é visto como professor. É o professor Ronaldo, professor Roberto. Até nos chamam de tio. Eles não sabem porque estamos fazendo isso. Cria-se um clima de respeito para que as aulas funcionem mesmo – diz Roberto Stern, na primeira entrevista que concede desde o escândalo. – A primeira aula que eu dei, quase morri de nervoso. Os alunos não têm hábito de perguntar sobre a rotina ou profissão verdadeira dos “professores”. Ronaldo, que ajuda o irmão no gerenciamento de mais de 120 lojas mundo afora, inclusive em cidades como Paris, Nova York e Moscou, lembra de questões inocentes que já respondeu aos alunos: - Já perguntaram se eu já tinha viajado para fora do país, se eu falava inglês. Eles não têm noção de quem somos (...). O curso de capacitação para jovens que querem ingressar no mercado de trabalho foi desenvolvido pelos irmãos Stern, com o auxílio de departamentos da joalheria, como o de Treinamento e o de Recursos Humanos. **No curso, eles e os dois diretores ministram disciplinas como português, matemática, apresentação e comportamento em ambientes profissionais**, atendimento em geral e vendas, informática, vitrinismo (como criar uma vitrine de loja), **além de ética, valores e virtudes.** – **Valores e virtudes são algo que trabalhamos na empresa normalmente. Pode soar como algo antagônico com o que nos ocorreu.** São coisas que a gente pratica por mais que pareça, no caso Cabral, uma coisa meio controversa. **Mas também não queremos ser rotulados por esse incidente – afirma o presidente da HStern [Roberto Stern] (...).** – **Se arrependimento matasse, a gente estava morto (...).** Essa parte foi uma escorregada feia – diz Roberto. (O GLOBO, 2023)

Como visto nos trechos destacados acima da entrevista para O Globo, a grife, desde então, vem tentando superar os impactos negativos a sua imagem com o grande público nacional e internacional. Em 2019, a HStern adotou um Código de Conduta, como parte de uma política de *compliance* – um guia de condutas empresariais que orienta como as organizações e instituições devem se comportar em diversas situações, englobando também políticas e controles internos para assegurar uma integridade corporativa.

O código trata de honestidade pessoal e nos negócios, perpassada por uma atenção aos conflitos de interesses, corrupção, fraude, entretenimento, disponibilidade de presentes e brindes, mídias sociais e relacionamento com a imprensa; respeito ao ambiente de trabalho e direitos humanos, abordando segurança, igualdade e diversidade, assédios, retaliações, meio ambiente; participação política social através de doações e patrocínios; proteção de informações e registros financeiros; boas práticas comerciais, que estão relacionadas diretamente ao comércio lícito, respeito a concorrência e, em particular, na prevenção à lavagem de dinheiro.

Um canal de denúncia<sup>348</sup> também foi ativado com a recomendação de que a gestão seja feita por uma empresa independente para garantir confiabilidade e anonimato das denúncias. O canal se destina a clientes, colaboradores, parceiros de negócios, terceiros e fornecedores, funcionando como um meio para esclarecimento de dúvidas sobre atuação, relato de fatos ou situações em que possam configurar violação às leis, ao Código de Conduta ou as demais políticas assumidas pela HStern. Na mensagem do presidente Roberto Stern disponibilizada no documento, acentua-se:

(...) a HSTERN estabelece mais uma etapa importante de sua história: a consolidação de seus valores e condutas para seus colaboradores e parceiros neste Código de Conduta. HSTERN ancorou suas bases para o sucesso da empresa na honestidade e na ética, valores que sempre nos nortearam. Nós da HSTERN queremos deixar claro para o mercado, que nossa forma de agir é íntegra e busca preservar a reputação da marca, algo tão valioso quanto nossos produtos. (HSCOMPLIANCE, 2019)

E mais, apresenta um manifesto (HSCOMPLIANCE, 2019):

Em que acreditamos: Manifesto HSTERN. O que é valor? O que tem valor? Valor pode significar merecimento, talento, qualidade e excelência. Valor é o que realmente importa. É o sentimento que você imprime em cada gesto, em cada atitude do seu dia a dia. É um detalhe que tem o poder de mudar tudo, que faz a diferença e que permanece para sempre. Essa é a essência dos nossos processos, serviços e produtos. Buscando sempre o novo, criamos experiências capazes de capturar o valor de um momento e guardá-lo para sempre. É o olhar, o toque, a cooperação de cada colaborador que torna tudo que criamos especial.

Por outro lado, observou-se que, após a Operação Calicute (desencadeada entre os anos de 2016 e 2017), a comunicação da HStern se voltou essencialmente para os lançamentos das suas coleções. Durante todo o período de desenvolvimento dessa pesquisa, iniciada em pleno início das denúncias à marca, testemunhou-se a adoção de uma postura um pouco mais reservada quanto à disponibilidade para a imprensa, no que diz respeito, ao seu modelo de empreender, até então, tido como um dos principais exemplos de gestão de marca. Inclusive, no código de conduta da marca (HSCOMPLIANCE, 2019), entre os valores elencados está a descrição - compromisso, ao que tudo indica, que tem sido empreendido não somente nas relações com seus clientes, mas também como uma postura da própria marca frente a concorrência e todos os seus públicos.

Ao contrário do que ocorria até dois anos antes, por exemplo: entre 2015 e 2016, a estratégia de comunicação da HStern foi notadamente proativa, com um trabalho intensivo de assessoria de comunicação, marketing, publicidade, a fim de alcançar o

---

<sup>348</sup> Os canais de atendimento são: via telefone 0800 838 0010; e-mail: [canaldecompliance.hstern@iaudit.com.br](mailto:canaldecompliance.hstern@iaudit.com.br); ou portal: <https://denuncia.iaudit.com.br/sistema/hstern>

máximo de espaços na mídia que dessem visibilidade à trajetória da HStern que celebrava 70 anos de Brasil. A empresa ganhou evidência em sites e revistas em editorias de negócios, design, comportamento no Brasil e no exterior, como pode ser visto em algumas reportagens da época: *H.Stern Unveils the Striking Redesign of Its New York Flagship: H.Stern celebrates 70 years with a new look for its Manhattan flagship*, no *Architectural Digest*, em 31 de maio de 2015; *Trajetória da joalheria H.Stern e seu dono é contada em livro*, no *Folha de São Paulo*, em 09 de janeiro de 2016, *As lições de empreendedorismo da HStern*, na revista *Época Negócios*, em 31 de maio de 2016.

Seguramente, o episódio não descredita toda a trajetória da empresa, porém, causou um rasgo crítico e permanente na sua imagem que seguirá exigindo dos donos e de toda a equipe que compõe a direção da empresa um longo período para a recuperação de sua posição de credibilidade no universo mundial e nacional da joalheria. Vale ressaltar, nessa ocasião, que durante todo o período de pesquisa foi solicitada inúmeras vezes pela autora desta tese uma entrevista com algum porta-voz da HStern para o encaminhamento da pesquisa, destacando sempre nas solicitações a importância do posicionamento da marca para a promoção do segmento de joias brasileiro, para além das questões morais que atravessam a história da joalheria.

Embora tenha sido salientado o cunho acadêmico do estudo focado nos processos formativo e comercial da HStern, após um período de consultas internas ao departamento de imprensa da marca, as solicitações foram negadas, mesmo após o encaminhamento de ofício com pedido formal de concessão de entrevista feito pela pesquisadora e sua orientadora, Profa. Dra. Renata Pitombo Cidreira, integrante do Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, da UFBA - Universidade Federal da Bahia.

## 10. NOVOS CONTORNOS À MATERIALIDADE: UMA JOALHERIA AMPLIFICADA

### 10.1 Persistência valorativa dos metais preciosos no consumo ostentatório das joias folheadas

Como anunciado previamente, a latência da materialidade compõe a natureza da joia e, para tanto, pode-se incorporar que a presença dos metais e pedras preciosos são, evidentemente, a base para a concepção da joalheria, mesmo diante dos diversos exercícios formativos que envolvem a dinâmica dos designers de joias na contemporaneidade. Não se pretende aqui, de modo algum, chegar a uma análise definitiva. No entanto, são inegáveis os caminhos que a joia percorreu ao longo da história humana com adorno, cujo fundamento é eternizar relações intersubjetivas dos sujeitos por meio do arrebatamento proporcionado pela concretude do brilho, da imagem e da raridade desses materiais finitos, resistentes e persistentes no imaginário de diversas culturas e civilizações.

Para Daniel Miller, em *Trecos, troços e coisas: Estudos antropológicos sobre a cultura material* (2013b, p. 105), “o problema com a materialidade é que, por alguma razão, não parecemos estar muito interessados nela”. A materialidade se apresenta de forma paradoxal, tendo na imaterialidade o outro lado da moeda, como reitera o Miller (2013b, p. 110). Enquanto os sujeitos buscam a transcendência do que é aparentemente óbvio, a percepção dos mesmos impõe, de alguma forma, que isso é mera ilusão, observa Miller (2013b, p. 105). O autor recorre à religião para demonstrar essa posição e cita, pois, o vestuário no hinduísmo: “o sári da mulher idosa contrasta com o sári brilhante e sensual da noiva” (MILLER, 2013b, p. 106). Pode-se acrescentar, nesse momento, o próprio uso das joias em abundância pela noiva indiana e, por outro lado, no uso negado desses adornos às viúvas como formas de expressão religiosa, ou ainda na opulência das joias egípcias que jaziam e ainda jazem sobre os corpos mumificados.

Afinal, como afirma Miller (2013b, p. 110), na religião, o principal propósito do material é expressar o imaterial e, por isso, a maioria das pessoas prefere uma gradação entre os dois, em lugar de um rígido dualismo. O mesmo pensamento é perceptível entre as civilizações egípcias:

É difícil não se deixar arrebatado pelos egípcios antigos, em grande parte porque a materialidade é algo em que eles eram espetacularmente bons (...). Os antigos egípcios acreditavam, por exemplo, que era possível ajudar a dar vida aos deuses criando a estátua apropriada (...). Materialidade pura, expressa como uma das grandes pirâmides, dava à própria percepção ou ao sentido de "ser"

um contorno e uma forma precisos. Assim, ficamos impressionados com o legado de seus trecos. Contudo, assim como o hinduísmo ou o cristianismo, essa cosmologia repousava na crença da superioridade inerente do mundo imaterial. Por isso, os egípcios antigos expressam nosso paradoxo com particular clareza (...). Continuamos a nos ver arrebatados por estátuas, múmias e pirâmides exatamente pela fé exuberante que os egípcios investiam no processo de materialização como meio de assegurar sua transubstanciação imortal. (MILLER, 2013b, p. 108)

Ao recorrer a Simmel, Miller (2013b, p. 96) enfatiza precisamente essa condição trágica da cultura que substancia esse diálogo intransponível entre sujeito e objeto, apreendendo essa condição não como algo intrinsecamente bom ou ruim, mas como particularmente contraditório. Vale acionar diretamente Simmel, em *O conceito e a tragédia da cultura* (2005), para assinalar o conhecimento da cultura como valor próprio especial que passa por relações entre o sujeito (os atores sociais) e formações espirituais objetivas (a arte, a moral, a ciência, a religião, o direito, as técnicas e as normas sociais).

Não há nenhum valor de cultura que seja apenas valor de cultura; cada um precisa antes, para alcançar esta significação, ser também valor em uma série objetiva (...). Nas criações culturais, o espírito alcançou uma objetividade, que o tornou independente de todo acaso da reprodução subjetiva e o tomou ao mesmo tempo útil à finalidade central da perfeição subjetiva. (SIMMEL, 2005, p. 11 e 27)

Sendo assim, como contemplado por meio de Miller (2013b), a consciência dessa condição antagônica - que compõe um contexto irreversível para a sociedade, como é apontado por Simmel (2005) – dá a oportunidade dos sujeitos de aprender a lidar com as diversas situações externas (objetivas), que envolvem os trecos, as mercadorias. Com uma ressalva apresentada por Miller (2013b, p. 117): “A única coisa que jamais devemos ser é materialista, pois se supõe que dar atenção ao material significa não dar atenção ao social, à pessoa”. Daí a importância, segundo Miller (2013b), de um olhar mais sensível para a cultura material apreendendo-a como parte essencial da existência.

Impossível não recorrermos, nesse momento, a Marcel Mauss, em seu “Ensaio sobre a Dádiva”, em *Sociologia e antropologia* (2003). Na reconhecida obra (publicada entre 1923 e 1924), Mauss (2003, p. 202) realça a mistura de vínculos espirituais entre as coisas, que também são alma – como posto nesta pesquisa, ademais, através de Agostini (2011) e Appadurai (2008) – além dos próprios indivíduos e grupos que se tratam por vezes como coisas. Tudo (alimentos, filhos, talismãs, trabalho, etc.) envolve constantemente uma troca com a matéria espiritual que compreende coisas e homens, ressalta Mauss (2003).

O sistema da dádiva - a obrigação de dar, receber e retribuir - delineado pelo antropólogo francês Mauss (2003) ressalta a virtude da coisa dada, sendo ela própria a garantia. Segundo Mauss (2003, p. 306), “foi preciso a vitória do racionalismo e do mercantilismo para que entrassem em vigor e fossem elevadas à altura de princípios, as noções de lucro e de indivíduo”. Portanto, as trocas que compõem o sistema da dádiva ultrapassam a esfera econômica/financeira, pois são enérgicas em expor a moral da materialização da vida social em suas diversas dimensões, sejam elas, ritualísticas, festivas, cordiais e, evidentemente, por intermédio de bens e objetos valiosos.

As pontuais reflexões de Mauss (2003), Miller (2013b) e Simmel (2005) lançadas ajudam a acentuar a materialidade para além do utilitarismo, sendo atributo para as relações intersubjetivas, a exemplo, a capacidade incessante das joias de fixar vivências, emoções, sensações, aspirações espirituais. As ponderações estão em acordo com a sugestão de pensar-se, na contemporaneidade, o conceito de joia a partir de uma concepção de *joalheria amplificada*, melhor dizendo: uma joalheria que se afeiçoa a esse sentir contemporâneo em sintonia com uma perspectiva de tempo flutuante, que acaba por tornar os elos entre os sujeitos, as coisas e o mundo ao redor um acontecimento; uma joalheria em que afetividade e comunicabilidade seguem esculpindo o contemporâneo; e, mais, uma joalheria persistentemente tecida pelos traços inseparáveis da raridade, perenidade, brilho, visualidade e *inutilidade útil*.

Incorporar a noção de *joalheria amplificada* comprova a *inutilidade útil* como condicionante para os sujeitos experienciarem o êxito na desejosa projeção da sua aparência por meio das joias no seu dia a dia e não apenas em situações extraordinárias (CIDREIRA, 2013), preservando, todavia, a eficiência e o sentidos da materialidade. Assim, a *inutilidade útil*, defendida nesta tese como uma das propriedades prestigiosas das joias de acrescer ao máximo a presença e a comunicação dos sujeitos, se corporifica como vital às tendências, paixões, desejos, inquietudes e jogos morais partilhadas em uma sociedade de *prosumers*, dentre eles, os conhecedores, idealizadores, produtores, consumidores e apreciadores desses adornos corporais.

Isto porque é precisamente nos hábitos rotineiros, que envolvem o adorar-se - intensificado hoje com a exposição às redes sociais digitais - que se reconstrói uma ambiência favorável ao crescimento e fortalecimento de novas maneiras de ser e de pensar, recuperando nesse ponto as meditações de Maffesoli (2014, p. 23). Isso pode ser representado, de forma exponencial, através do consumo ostentatório viabilizado e

popularizado pela ampliação criativa e produtiva das joias folheadas, sob o prenúncio do que se denomina nessas reflexões como uma *perenidade mundana*.

As joias folheadas são adornos atrelados ao comércio e às engrenagens da moda, mas, principalmente, a uma sensibilidade dominante. Esses adornos permitem, como visto outrora, a religação imaginária social, emocional, afetiva com o *gosto pelo autêntico* (SIMMEL, 2008), que não desfaz, de forma alguma, seus vínculos com a materialidade. São perceptíveis os esforços em ampliar a vida útil dessas peças, incorporando nas ligas metálicas percentuais consideráveis de metais nobres, assim como investimentos em pedras naturais, pedras compostas e sintéticas, a exemplo da zircônia cúbica – muito presente nas cravações das empresas produtoras de joias folheadas pelo alcance do seu brilho, visualidade e resistência.

Figura 150 – *Borboletas: a arte de transformar!* (2023), Rommanel.



Fonte: Instagram (IG) Rommanel, (10, 09, 08 e 01 de fevereiro); Site Institucional Rommanel, (<https://www.rommanel.com.br/maxi-gargantilha-borboleta-folheada-a-ouro-com-zirconias-branco-53243006/p>), (2023), sentido horário da esquerda para a direita.

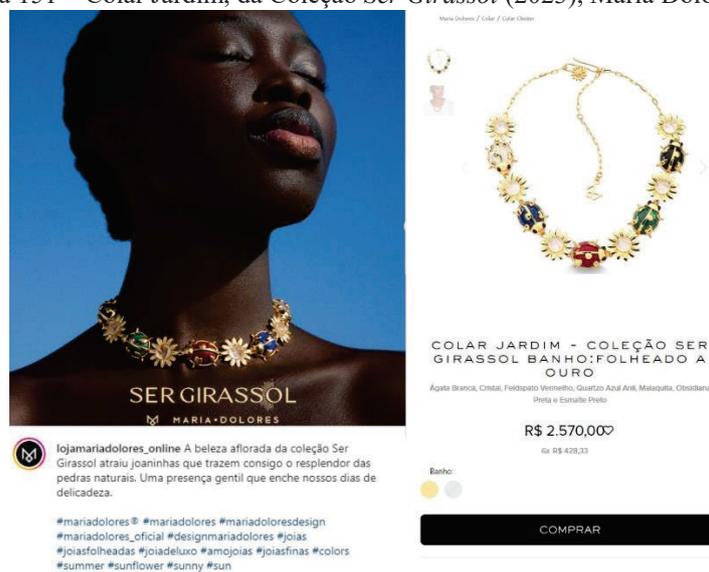
Na Rommanel, esse gosto pelo autêntico é perpassado pelo sentimento de confiabilidade e se torna preceito para as criações e, conseqüentemente, comunicações da marca. A joalheria possui um portfólio de produtos que exhibe com eficiência o jogo entre acessibilidade e exclusividade, imitação e diferenciação, associando peças com valor comercial competitivo e aquelas que se aproximam do valor comercial de joalherias que atuam unicamente com metais e pedras preciosos. Para exemplificar, apresenta-se a coleção anual *Borboletas: a arte de transformar!* (Figura 150) lançada em 08 de fevereiro de 2023:

**Borboletas: a arte de transformar!** é a coleção anual de 2023 que carrega o DNA Rommanel. 7 linhas repletas de **influências do mundo da moda** exploram diferentes estilos com beleza, harmonia e versatilidade. **Peças**

**folheadas a Ouro 18K e Platina atemporais**, feitas com muito carinho **para que você brilhe o ano todo**. Conheça a coleção e encante-se! **Para garantir a autenticidade, toda joia Rommanel tem uma identificação exclusiva** em formato de Borboleta. (CATÁLOGO ROMMANEL BORBOLETAS, 2023, grifos nossos)

São inúmeras as marcas que atendem os anseios por uma joalheria mais viável para satisfazer o adornar-se em uma contemporaneidade em que a aparência precisa ser movente, espontânea, descomplicada. Mas, simultaneamente, nota-se que as mesmas grifes que atuam com joias folheadas e banhadas perseveram nas tentativas de se agrupar a uma joalheria tradicional, que usa pedras naturais, compostas e sintéticas e metais nobres puros - em especial, o ouro - na confecção de peças.

Figura 151 – Colar Jardim, da Coleção *Ser Girassol* (2023), Maria Dolores.



Fonte: Instagram (IG) Loja Maria Dolores Online, (18 de janeiro de 2023); E-commerce Maria Dolores, (<https://shop.designmariadolores.com.br/colar-jardim-agata-branca-cristal-feldspato-vermelho-quartzo-azul-anil-malaquita-obsidiana-preta-e-esmalte-preto/p>), (2023).

Além da Rommanel, tal vontade é reconhecível, a exemplo, na Maria Dolores, da designer e empresária Maria Dolores Gasparin, com lojas em Goiás, Mato Grosso do Sul, Paraná, Santa Catarina e São Paulo, além de atuar com revenda. Em suas comunicações (**Figura 151**), são constantemente salientadas a presença de pedras naturais, ouro 18k, a exuberância, o luxo, a sofisticação e a autenticidade das peças.

Na Herreira Joias, grife de Goiânia (GO) com lojas em São Paulo (SP) e Flórida (EUA), evidencia-se o propósito da marca de satisfazer os desejos femininos mais profundos, através de “suas lindas peças, envolventes e apaixonantes” (HERREIRA JOIAS, 2023). Nas comunicações da Herreira Joias, também ganham destaque os investimentos em pedras preciosas, ouro 18k e legitimidade (**Figura 152**):

Nesta nova proposta, trouxemos um colar envolvido por pérolas de tamanho médio com o detalhe abstrato dos metais finalizados em pérolas menores. Ainda há o toque único das pedras preciosas que finalizam este desenho, tornando esta peça uma verdadeira joia rara! Ainda adicionamos duas ideias de banho para que você escolha o seu preferido: banho de ouro 18K ou de ródio. (INSTAGRAM HERREIRA JOIAS, 2023)

Figura 152 – Coleção *Graciosidade*, Herreira Joias (2023).



Fonte: Instagram (IG) Herreira Joias, (09 de janeiro de 2023).

Os casos apresentados, até então, colaboram para se pensar em propostas para uma circularidade comercial, cultural e social no setor de joias, que dê conta de uma ambiência em movimento incessante enviada ao consumo e à moda. Que exige, entretanto, das marcas, colaboradores diretos e indiretos, consumidores, instituições e organizações, uma conscientização sobre os *modos de formar* e os modos de consumir. Supõe-se que outro caminho viável, que abrace essa ansiedade por novidade e, simultaneamente, a exigência de pôr em prática o senso de responsabilidade ético-ambiental, esteja na capacidade dos sujeitos de ampliar o tempo de vida dessas coisas em seus porta-joias pessoais.

Logicamente, tratando-se, em particular, dos consumidores finais, essa decisão é perpassada pela consciência na escolha desses adornos no momento do consumo, priorizando marcas, empresas que se dediquem em seus transursos à produção e comercialização de peças duradouras, atemporais e empáticas às pautas da sustentabilidade ambiental, social, cultural e econômica. E, sinceramente, passem a valorizar e dar novos sentidos a esses adornos, explorando por completo a potencialidade desses objetos à *composição da aparência*.

## 10.2 Bijuterias e joias: algumas proposições reflexivas

Com o auxílio das meditações instigadas pela noção de joalheria responsável afiliada à materialidade, propõe-se, além do mais, algumas considerações a respeito de uma certa imposição progressiva aos cidadãos de repensar seus relacionamentos com as coisas. É exatamente a partir dessa preocupação que se pretende tecer alguns argumentos que assinalam para um provável distanciamento entre a noção de joia e a ideia de bijuteria, sejam elas vistas como bijuterias de arte, bijuterias de luxo, bijuterias de moda, etc. - melhor dizendo, as múltiplas subcategorias que o mercado e a comunicação concebem e se apoiam para conquistar a atenção e despertar o interesse dos seus públicos).

É de referir, entretanto, que a intenção está bem distante de ser concludente, principalmente porque tais meditações requerem uma investigação específica dedicada às bijuterias para além das áreas do design. Uma análise que contemple uma perspectiva interdisciplinar com a proposta de ampliar a assimilação sobre esses objetos corporais. Além de tudo, reforça-se, nesse ponto, que o olhar desta pesquisa está voltado essencialmente para as joias. Contudo, no decorrer dos estudos, sentiu-se a necessidade de elencar algumas observações.

Como visto primeiramente no *Radical Jewelry Makeover*, principalmente em falas de Susie Ganch e Kathleen Kennedy, durante o *II Simpósio Internacional de Ourivesaria, Joalheria e Design* (2021), os membros joalheiros do projeto afirmam conseguir reciclar totalmente as peças feitas com metais e pedras preciosos. No entanto, as bijuterias entregues na “mineração urbana” somente podem ser utilizadas novamente em outras propostas projetuais ou, em determinados contextos, são realmente descartadas.

Isto porque - diferentemente das joias feitas com metais preciosos e das próprias joias folheadas ou banhadas a metais nobres que agregam pedras naturais, compostas e sintéticas - as bijuterias são geralmente executadas com materiais de baixo valor de mercado, como metais e ligas não nobres, vidros e materiais poliméricos e, geralmente comercializados em larga escala.

Concorda-se que, em muitas situações, a bijuteria alcança um apelo visual de joia. Afinal, não é gratuitamente que são objetos que exploram na sua poética o universo das réplicas e imitações. Todavia, levanta-se uma possível e sutil diferença entre as joias e as bijuterias. É preciso atentar que as bijuterias se afastam de algo que é fundamental para o conceito de joia através dos tempos: o ser adorno.

Conforme exposto, essa pesquisa segue apoiada na concepção de joia entrelaçada à noção de adorno proposta pelos pensamentos de Simmel (2008). O sentido do adorno,

como visto, está enviesado ao inevitável realce estético da personalidade e ao alargamento sociológico do sujeito, que ganham sua potência máxima quando associam metais e pedras preciosos à *composição da aparência*. Como visto no decorrer das observações alinhavadas até então, as joias são autônomas, têm livre-arbítrio e portam sentidos que entrelaçam material, imaterial, transcendental.

Na etimologia da palavra *bijuteria* (CUNHA, 1982, p. 109), o termo é apresentado como “objeto de adorno feminino”, “ramo da ourivesaria que trabalha o metal sem valor”. Enquanto *joia* (CUNHA, 1982, p. 456) surge como “artefato de matéria preciosa usado em geral como ornamento”. As dimensões etimológicas da palavra joia já foram cuidadosamente mencionadas nesta tese e, por isso, não será necessário expandir essa explanação. Mas são consideráveis algumas distinções: ao passo que a bijuteria é “objeto” “sem valor”, a joia é “artefato” “preciosa”. Poder-se-ia questionar, ainda assim, a presença da palavra “adorno” no verbete; porém, importa observar que, nesse caso, toma-se o verbo “adornar” como uma expressão de ação, estado, movimento: “ornar, enfeitar” (CUNHA, 1982, p. 16).

Nessas tentativas exploratórias, é imprescindível frisar, aliás, que as bijuterias têm sim um papel relevante na apresentação desses mesmos sujeitos diante do “império do efêmero” (LIPOVETSKY, 1989). Em contrapartida, as bijuterias não têm no seu íntimo a habilidade de serem autossuficientes, soberanas e enviesadas a uma teia fluida de sentidos como as joias. Tal entendimento insinua, desse modo, compreendê-las como complementares (suplementares, secundárias) a esses corpos em presença, visto que são restritamente acessórias; isto é, estão ali para “assessorar”, “apoiar” a projeção daquele sujeito no mundo. Sozinhas, elas não conseguem dar conta dessa projeção em êxtase da presença dos sujeitos.

Ora, assim como a tatuagem, o vestuário e o penteado, as bijuterias também “adornam”. Porém, à semelhança do vestuário habitual, essas peças não afloram na consciência das pessoas como distinção, elevação individual, conforme chama a atenção Simmel (2008, p. 61-62). Assim como o vestir-se rotineiramente, as bijuterias se ajustam, harmonizam-se aos sujeitos. A partir dessa percepção, presume-se, logo, que essas peças corporais funcionam como *acessório/acessórios* - palavras cujas origens etimológicas vêm de “acesso” (chegada, ingresso), do latim, *accessus*, *accessio* (acessibilidade); também do latim, *accessibilitas* (acessível) e *accessibilis* (acessório) (CUNHA, 1982, p. 9). E se cruzam também com a evolução etimológica da palavra “assessor” (adjunto, auxiliar, assistente), do latim, *assessor*, *assessorius* (CUNHA, 1982, p. 76).

Tendo como casos para colaborar com as ponderações relatadas, menciona-se a Swarovski, marca familiar fundada por Daniel Swarovski em 1895 na cidade de Wattens (Áustria), reconhecida mundialmente por seus processos de fabricação de peças revestidas por ligas metálicas e cristais sintéticos incrustados de forma artesanal; pertencente ao grupo Swarovski<sup>349</sup>. Estaria na lapidação exclusiva um dos grandes diferenciais da grife, como aponta reportagem da Elle Brasil, *Swarovski de A Z*, veiculada em 21 de dezembro de 2021:

Na data da fundação da marca, ele [Daniel Swarovski] inventou uma máquina de corte elétrica que, finalmente, pôde transformar em realidade o sonho da etiqueta: criar um diamante “para todos”. Hoje, o cristal da marca está presente em pequenas esculturas, miniaturas, joias, lustres e tantos outros objetos de bárbaro apelo visual. (ELLE BRASIL, 2023)

Referenciada pelas lapidações inovadoras em seus cristais sintéticos, a Swarovski ilustra essa condição, por vezes, complexa entre joias e bijuterias. Apesar de reforçar a alta qualidade dos seus produtos e a utilização da técnica de galvanização em algumas coleções, garantindo uma resistência maior para as peças banhadas por metais nobres, a marca se autodeclara como produtora de bijuterias (SWAROVSKI, 2023).

Ao que parece, a auto segmentação é estimulada pelo entendimento de que suas peças são resultado de um *modo de formar* que aciona “outras possibilidades na criação das suas peças, utilizando-se também do processo de revestimento PVD (Deposição Física de Vapores)”. Segundo a Swarovski (2023), os metais revestidos com a técnica de PVD também são resistentes à abrasão e oferecem alta durabilidade. Mas, ao que aparenta e assume-se pela própria marca, esses revestimentos metálicos se afastam da materialidade exigida à percepção de joia.

No site Swarovski (2023), que funciona também como e-commerce, entre as perguntas frequentes feitas pelos seus diversos públicos está: “Swarovski é joia?”. Uma questão extremamente pertinente e instigante, uma vez que suas coleções estão vinculadas à temporalidade da moda, ao universo do luxo e ao desejo por uma exibição de si alcançável, assim como as marcas de joias folheadas.

De acordo com a jornalista Alice Ferraz, em *Com mudança, Swarovski ganha novos públicos e cresce em faturamento*, publicada em 30 de abril de 2022, no portal de notícias

---

<sup>349</sup> O grupo Swarovski é formado pelas empresas: Tyrolit (produtora de abrasivos e máquinas de corte); Swareflex (refletores e sinais luminosos para estradas); Signity (pedras preciosas sintéticas – a empresa apresenta a descrição desta maneira); e Swarovski Optik (instrumentos óticos). Gerencia também um parque temático sobre cristais chamado Mundo dos Cristais ou, no idioma original, Swarovski Kristallwelten, situado em Wattens, na Áustria (WIKIPEDIA, 2023).

Terra (2023), as modificações empreendidas, nos últimos anos, tiveram um impacto positivo no faturamento da Swarovski:

"Em 2022, no mercado brasileiro, nosso crescimento vem sendo de dois dígitos em relação ao período pré-pandêmico. Algo que está muito atrelado a este novo momento", comenta Carla Assumpção, managing director da Swarovski Crystal Business no Brasil. "Globalmente, nosso país foi o que absorveu mais rapidamente essas mudanças. O Brasil está entre os cinco mercados que tiveram maior adesão à nova linguagem do design da marca", complementa.

A reportagem (TERRA, 2023) sublinha o crescimento da Swarovski no mercado brasileiro e o alcance de um público amante de moda, principalmente através de parcerias com nomes do cenário fashion local. Dentre elas, colaboração com a estilista criadora da plataforma de moda F\*Hits, Andrea Bogosian, para uma coleção cápsula em edição limitada, compondo o desfile de outono/inverno 2022 da brasileira.

A Swarovski assumiu nos últimos anos sua dificuldade em fazer distinções internas quanto à fragmentação do negócio, como Swarovski Consumer, Atelier Swarovski, Swarovski Elements e Daniel Swarovski. Em maio de 2020, a nomeação da designer de moda Giovanna Engelbert<sup>350</sup> como Diretora Criativa apresentou um novo rumo para a grife, a partir de uma oferta unificada de produtos sob o nome "Swarovski".

Outro ponto importante nesse novo posicionamento é a ampliação da conexão com seus públicos através de um produto mais franqueável comercialmente: "De fato, pretendemos reposicionar a Swarovski no campo do luxo alcançável"<sup>351</sup>, afirma Robert Buchbauer (FORBES, 2023, tradução nossa), membro da quinta geração da família Swarovski e CEO da grife, em entrevista para a Forbes, em *Swarovski Strategy Pivot Debut: Q&A With Creative Director Giovanna Engelbert And CEO Robert Buchbauer*, realizada por Roxanne Robinson, em 15 de fevereiro de 2023.

Voltando à pergunta feita no canal Perguntas e Respostas da grife austríaca - "Swarovski é joia?". A resposta oficial da marca é a seguinte:

Apesar de parecerem verdadeiras joias devido o trabalho artístico de design e o uso das técnicas joalheiras, as coleções Swarovski jewelry são bijuterias fabricadas através de um processo de produção de alta qualidade, com metais revestidos com tripla camada de metais nobres, e cristais incrustados artesanalmente que são produzidos em fábrica. Portanto, não podem ser classificados como joias. (SWAROVSKI, 2023)

<sup>350</sup> A designer de moda tem expertise no setor de moda. Atuou como editora em títulos como a revista W e a Vogue - em sua versão italiana e japonesa - e também assinou como *stylist* para campanhas e editoriais de marcas, entre elas para Carolina Herrera e Dolce & Gabbana, conforme destaca a jornalista Alice Ferraz, em Com mudança, Swarovski ganha novos públicos e cresce em faturamento, publicada em 30 de abril de 2022, no portal de notícias Terra (2023).

<sup>351</sup> "Indeed, we are aiming to reposition Swarovski in the field of attainable luxury" (FORBES, 2023).

Apesar de sinalizarem a utilização de metais nobres em sua produção - dentre eles, o ródio - é notável no e-commerce da grife a falta de uma transparência com relação a composição das ligas metálicas que conformam as peças. Para ilustrar, na **Figura 153**, são disponibilizadas imagens das coleções *Orbita* (anel) e *Harmonia* (gargantilha) Swarovski, cujas descrições dos banhos metálicos surgem sem informações específicas sobre a constituição das peças, mas apenas como “banhado a dourado”, “acabado com um revestimento dourado”. Na mesma **Figura 153**, na parte inferior, um menu direciona o consumidor a conhecer os produtos por categoria no site da Swarovski, e os objetos corporais são sempre sinalizados como bijuterias.

Essa falta de clareza acaba por enfatizar ainda mais a posição assumida pela Swarovski quanto a sua condição de empresa que fabrica bijuterias. Afinal, como vem sendo acentuado nesta pesquisa, na joia, essa consciência da materialidade precisa ser coerente com a criação e projeção dessas peças para todos seus públicos. Principalmente sob a prerrogativa de uma *inutilidade útil*, que transcende a esfera física.

Figura 153 – Imagens das coleções *Orbita* (anel) e *Harmonia* (gargantilha) Swarovski; abaixo, menu por categoria de produtos no site da Swarovski.



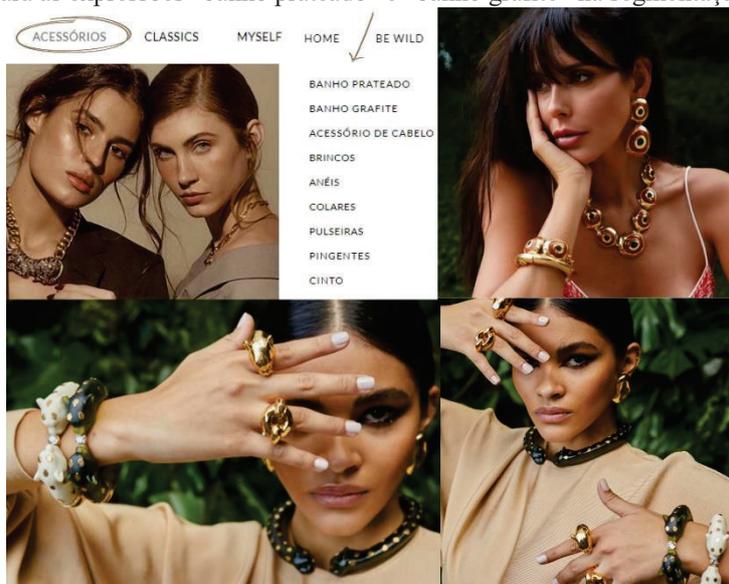
Fonte: Swarovski, (<https://www.swarovski.com.br/anel-orbita-lapidacao-octogonal-multicor-banhado-a-dourado-swa5640248/p>; <https://www.swarovski.com.br/gargantilha-harmonia-grandes-cristais-flutuantes-castanha-banhado-a-dourado-swa5646683/p>; <https://www.swarovski.com.br/>), (2023).

Paralelamente, vale fazer uma referência ademais a Nádía Gimenes, marca nacional homônima da designer e empresária paulista Nádía Gimenes. Suas coleções são vendidas por diversos revendedores no Brasil e exterior, além de loja própria em São Paulo (SP). Assim como a Swarovski, a Nádía Gimenes (2023) declara que suas peças recebem banho de ouro e prata (banho dourado e prateado), mas as classifica como acessórios e,

igualmente, *fashion jewellery* - cuja tradução pode ser entendida como joias de moda ou bijuteria. Fica, então, evidente a segmentação objetiva da marca como “acessórios”, aproximando-a da sua condição de produtora de bijuteria.

Foi em 2008 que **Nádia Gimenes** deixou de lado sua carreira na área financeira, na qual vinha atuando desde sua formação em administração de empresas pela fundação Getúlio Vargas para se dedicar à realização de um sonho de infância. Apaixonada por trabalhos manuais desde menina **decidiu criar sua própria marca de acessórios**. (NÁDIA GIMENES, 2023, grifos nossos)

Figura 154 – Print do menu da página principal do site Nádia Gimenes, com categoria de produtos. Destaque ainda para as expressões “banho prateado” e “banho grafite” na segmentação de busca do site.



Fonte: Nádia Gimenes, (<https://www.nadiagimenes.com.br/>), (2023).

Talvez, declarar-se como empresas que fazem bijuterias e/ou acessórios tenham sido caminhos que tanto a gigante austríaca Swarovski quanto a brasileira Nádia Gimenes encontraram para ampliar seus públicos admirador e consumidor antenados, desprendendo-se da imperativa condição material característica das joias. E, simultaneamente, conquistarem, então, de forma estratégica um lugar de destaque no nicho de mercado atrelado, sobretudo, às movências fashionistas. São acessórios que cumprem com suas funções de visualidade complementar à apresentação de si.

Para a Swarovski, particularmente, suspeita-se que foi também uma decisão estratégica a fim de equilibrar sua tradição na produção de cristais sintéticos com o sistema da moda na contemporaneidade. Sem o compromisso, no entanto, com a condição gradativa entre materialidade e imaterialidade tão inerente às joias – sejam elas feitas essencialmente de ligas de metais preciosos ou folheadas e banhadas por metais preciosos.

Por outro prisma, lança-se um olhar atento para as dimensões características das joias de permanência, vivacidade, poder e excepcionalidade por intermédio da joalheria

Sauer. Nela, essas propriedades são declaratórias e seguem entrelaçadas a sua condição de adorno corporal que transcende o material. Essa assimilação é reconhecível ao atentar-se, por exemplo, à apresentação da pulseira *Love Wins*, em publicações feitas no perfil oficial da marca no Instagram (IG), entre 05 e 09 de outubro de 2021:

As joias servem como uma extensão e amplificação das diferentes partes do físico humano. Na verdade, a melhor definição de joalheria pode muito bem ser aqueles objetos feitos especialmente para o corpo, um cenário único para a exibição de arte (...). A essência da eternidade da joia emite seu traço permanente no corpo impermanente (...). (INSTAGRAM SAUER, 2023)

Na publicação, exibe-se a composição da *Love Wins* feita com pedras preciosas em cores e formatos únicos, que se tornou uma marca registrada da Sauer desde a década de 1950. A joia traz uma sequência eloquente de safira, esmeralda, opala de fogo, berilo, turmalina, topázio azul, rubelita, citrino, ametista e granada, tanzanita e quartzo *greengold* em ródio negro (**Figura 155**). Com a proposta de ser um hipnótico arco-íris de gemas, “um mix poderoso do que há de mais excepcional na natureza” (INSTAGRAM SAUER, 2023), a formação ganhou uma nova interpretação pelas mãos da diretora criativa Stephanie Wenk. “Todo o trabalho no ateliê, do sonho à realização, passa por mentes e mãos curiosas que acreditam no poder físico, emocional e espiritual das gemas”, afirma Wenk (HAPER’S BAZAAR, 2023).

Figura 155 – Pulseira *Love Wins* da Sauer com composição de pedras preciosas em cores e formatos únicos, uma marca registrada da joalheria desde a década de 1950.



sauer A essência de eternidade da joia emite seu traço permanente no corpo impermanente. Composição de pedras únicas, em cores e formatos, a riviera Rainbow ganha nova vida na pulseira Love Wins. Marca registrada da #SAUER desde os anos 1950, a composição traz safira, esmeralda, opala de fogo, berilo, turmalina, topázio azul, rubelita, citrino, ametista e granada, tanzanita e quartzo greengold em ródio negro. Um mix poderoso do que há de mais excepcional na natureza.

sauer As joias servem como uma extensão e amplificação das diferentes partes do físico humano. Na verdade, a melhor definição de joalheria pode muito bem ser aqueles objetos preciosos feitos especialmente para o corpo, um cenário único para a exibição de arte.

Fonte: Instagram (IG) Sauer, em 05, 06, 07 e 09 de outubro de 2021.

Aviva-se a mesma postura na HStern, em que os detalhes que conformam suas joias são evocados com o objetivo de garantir a potência material solicitada à joia. No colar Alumbramento (**Figura 156**), apresentado em 2022 para marcar a comemoração pelo

centenário de Hans Stern, a presença de ouro branco 18k, 649 diamantes cravejados em lapidações variadas e gemas coloridas - turmalinas (35,28cts total) e água marinha (50,72cts total) - ganham protagonismo. A criação de Alta Joalheria, segundo a HStern (INSTAGRAM, 2023), “é capaz de eternizar o ‘quadro fantástico’” memorizado por Hans Stern quando viu pela primeira vez a costa do Rio de Janeiro, na sua chegada ao Brasil.

Figura 156 – Colar Alumbramento, joia comemorativa pelos 100 anos de Hans Stern (2022).



Fonte: Instagram (IG) HStern, (12, 13 e 14 de dezembro de 2022).

A joia cumpre, como reforçado pela própria HStern, seu papel afetivo e de comunicabilidade que conecta material com a imaterialidade. A peça exclusiva envolve emoções, sensações, recordações e aspirações, cumprindo assim a vocação de corporificar ausências. Um trecho dessa cuidadosa descrição pode ser visto no Instagram (IG) HStern, em publicação do dia 14 de dezembro de 2022:

Os delicados arabescos totalmente cravejados por centenas de diamantes em lapidações baguette, brilhante e navette abraçam as pedras preciosas preferidas de Hans (turmalinas verdes e águas-marinhas), cuidadosamente lapidadas em formas geométricas. O visual retrô da joia faz alusão à transição entre os estilos art nouveau e art déco justamente nos anos de 1920, quando Hans vinha ao mundo trazendo seu interesse nato pela arte e pelas cores.

Ao contrário da, porventura, proposital falta de transparência descritiva da Swarovski, as exposições criteriosas da Sauer e HStern sobre a constituição dos seus adornos ajudam a compreender a vocação das joias em proporcionar aos sujeitos que as concebem, as comercializam, as admiram e as portam uma experiência única à aparição de si. Isso porque as joias como adornos corporais carregam em si a responsabilidade de proporcionar aos sujeitos uma expressão desmedida, para além do trivial, cotidiano, ordinário e, até mesmo, da eloquente manifestação fashionista.

### 10.3 Joia como adorno à experimentação da arte

Apreender os sentidos das joias hoje é admitir esse objeto sociocultural como sendo inegavelmente ágil, arrojado, ativo ligado a um corpo que é mundo em si mesmo, impregnado de sensações, histórias, valores, identificações socioculturais e políticas. Como observado até então, a joia tem uma função múltipla e bastante complexa. Importa enfatizar mais uma vez, a partir de Besten (2011, p. 9), a própria crise identitária desse adorno movente e autônomo que tem atravessado o setor como um todo, gerando uma constante busca por associar-se a diversas categorias. Dentre elas, Besten (2011, p. 9) aponta: joalheria folheada/comercial/ industrial, alta joalheria, joalheria de moda, joalheria autoral, joalheria de design, joalheria de pesquisa, joalheria artística (ou contemporânea, ou de estúdio, dentre outras denominações associadas).

Nesse momento, é importante dedicar algumas reflexões para uma discussão específica que está significativamente vinculada a esse conflito de identificação na joalheria atual. A proposta é lançar um olhar para a joalheria artística tendo como apoio o entendimento de que o sentido desse adorno potente está alicerçado em uma materialidade que não abre mão das propriedades de raridade, perenidade, visualidade, brilho e *inutilidade útil* – atribuídos e defendidos neste estudo. Parte-se do conhecimento de que uma das vertentes que tem ganhado força nos últimos anos é a da joalheria artística, em que se acredita e defende a joia como possível objeto artístico competente para ser exibido como verdadeira obra de arte.

Como afirma Besten (2011, p. 9, tradução nossa)<sup>352</sup>, “a joalheria artística indica que a arte e a joalheria são semelhantes ou que a joalheria é uma forma de arte”. Por outro lado, a própria Besten (2011, p. 9, tradução nossa)<sup>353</sup> pondera: “no entanto, esta visão não é compartilhada fora do mundo da joalheria. Para ser mais precisa, museus, universidades e academias não veem a joalheria como parte integrante das artes visuais”. A historiadora de arte (BESTEN, 2011, p. 9) inclusive sinaliza que não há uma unanimidade sobre a validação das joias como forma de arte por parte dos museus e seus acervos, e completa:

Para aqueles cuja definição de uma obra de arte inclui a implicação de que o objeto criado não deve ter função, a capacidade das joias de fazer essa transição é simplificada porque as joias são, em essência, objetos não funcionais (...). A joalheria artística conceitual é muitas vezes usada de forma política, como uma tentativa de levar as joias a um nível supostamente superior. Na minha opinião divergente, essa luta pela legitimação da joalheria como arte não é significativa como tal, e também é confusa: a joalheria artística não tem mais a ver com arte do que com joalheria, como argumenta Susan Grant Lewin; joalheria artística é

<sup>352</sup> Art jewellery indicates that either art and jewellery are similar or that jewellery is an art form.

<sup>353</sup> (...); however, this view is not shared outside the world of jewellery. To be more precise, museums, universities and academies do not view jewellery as an integral part of the visual arts.

exatamente sobre joias e não sobre arte. (BESTEN, 2011, p. 10, tradução nossa)<sup>354</sup>

Ana Paula de Campos (informação verbal), em curso *Arte, Design, Artesanato: Encontros e desencontros na joalheria*, promovido pelo Atelier Mourão, entre 12 de abril e 3 de maio de 2022<sup>355</sup>, reconhece e acentua as intercessões frequentes entre a arte, o design e o artesanato para reforçar o consequente embaralhamento das coisas na contemporaneidade. A pesquisadora (CAMPOS, 2022, informação verbal) compreende a joia como uma plataforma discursiva sobre o sujeito e seu tempo em termos sociais, econômicos, culturais, estéticos e tecnológicos. Campos (2022, informação verbal) enfatiza, ademais, que o trânsito entre a arte, o design e o artesanato permite que a joalheria multiplique suas possibilidades de criação, produção e circulação. Cabendo, no que lhe concerne, às marcas, aos designers, aos joalheiros exercitarem o autoconhecimento para uma aproximação mais íntima ou distante entre as esferas, tendo sempre uma perspectiva crítica que dê conta justamente dessa equação: criação, produção e circulação (CAMPOS, 2022, informação verbal).

Em seu artigo *Pensando a joalheria contemporânea com Deleuze e Guatari* (2011, p. 173), Campos ressalta a influência das artes na joalheria a partir do século XX, que motivou uma reflexão sobre seus sentidos, “tanto no que concerne à noção de preciosidade quanto no das relações engendradas a partir do contexto social”. Para Campos (2011, p.175), a atenção deve estar voltada para a necessária compreensão dos mecanismos que possibilitaram o surgimento de tamanha diversidade na joalheria, não se tratando, por sua vez, de um esforço por classificar, categorizar, valorizar ou validar as possibilidades de cada campo.

Nesse sentido, podemos pensar o conceito contemporâneo de joia dentro de um modelo rizomático, pois este é resultado de um conjunto de variáveis cujos diferentes arranjos abarcam as múltiplas formas da joalheria. Desse modo, não se promove uma ruptura com a ideia tradicional de joia, mas se contempla a convivência/coexistência de um amplo espectro de possibilidades desse objeto. (CAMPOS, 2011, 176)

---

<sup>354</sup> For those whose definition, of a work of art includes the implication that the object created must have no practical function, the ability of jewelry to make this transition is simplified because jewels are, in essence, non-functional objects." (...).The concept art jewellery is often used in a political way, as the manifestation of an attempt to bring jewellery to a supposedly higher level. In my dissenting view, this fight for legitimising jewellery as art is not significant as such, and it is also confusing: art jewellery is not more about art than about jewellery, as Susan Grant Lewin argues; art jewellery is exactly about jewellery not about art.

<sup>355</sup> A autora dessa tese participou como ouvinte do curso.

Campos (2011, p. 177) associa ainda a esse conjunto de variáveis as transformações do universo feminino, a moda e o design, tornando o adorno joia mais efêmero ao experimentar novos arranjos e materiais para criar novidades, sobretudo do ponto de vista formal. “Nesse cenário, acelera-se a produção joalheira, muitas vezes incorporando elementos trabalhados no campo da arte, mas sempre os vinculando à função decorativa da joia”, afirma (CAMPOS, p. 177). Por outro lado, Campos (2011, p. 177) defende que “é possível também compreender o surgimento da joia como produto da arte, tencionando e rompendo com alguns dos valores e significados seculares”. A pesquisadora sugere (CAMPOS, 177-178), logo, pensar o conceito de joia no contexto atual com base nas relações moventes que permitem a constante ressignificação desses objetos:

Sob essa circunstância, as relações se tornam mais significantes que as características do objeto em si. Um rizoma é feito de dimensões e direções moveáveis, é circulação de estados e, por isso, é capaz de contemplar a condição da produção joalheira na contemporaneidade, permitindo compreender as múltiplas relações aí engendradas. (CAMPOS, 2011, p. 178)

Sem dúvida, são inegáveis e estimulantes as conexões cada vez mais próximas entre as joias e as artes, conforme aponta Campos (2011). Mas, segue-se acreditando, como dito por Besten (2011), que a joalheria artística precisa ser acima de tudo joalheria. A superficialidade redundante da joia está enraizada à condição de expressividade e sensibilidade que tais adornos atendem à configuração e exibição das pessoas, despertando seus interesses sensorial, emocional e transcendental. Por essa razão, parte-se da consciência de que as rupturas nas dimensões tangíveis e intangíveis da joalheria, que marcaram, de modo singular o século XX e são reforçados no século XXI, não devem ser confundidas com a liberdade das artes visuais, como inclusive ressalta Besten (2011, p. 15, tradução nossa)<sup>356</sup>.

Sobretudo, há algo fundamental que Besten reforça para se pensar as aproximações entre as joias e as artes: “A joalheria é categorizada dentro do reino de objetos que embelezam, decoram, significam e têm função prática” (BESTEN, 2011, p. 11, tradução nossa)<sup>357</sup>. As joias como adornos altruístas precisam ser portados e exibidos pelos sujeitos a partir do elo preciso com o corpo. Diferentemente das obras ligadas às artes plásticas e visuais, as joias como acontecimento requerem o uso. Elas necessitam ser incorporadas

---

<sup>356</sup> In my view, this new freedom in jewellery should not be confused with the freedom in the visual arts.

<sup>357</sup> Jewellery is categorised within the realm of objects that beautify, decorate, signify and have a practical function.

como adornos culturais supérfluos, eficientes em ostentar ao clímax uma síntese do ter e do ser das pessoas no mundo. Daí sua condição de *inutilidade útil*, ideia defendida nesta tese como um dos atributos mais eloquentes da noção de joia.

Acredita-se ainda que os designers de joias - autorais, pesquisadores, autônomos, comerciais, da Alta Joalheria, etc. – e as pequenas, médias e grandes joalherias consigam conformar uma rota viável particularizada, ou melhor, uma poética que contemple suas afinidades, inspirações, valores sociais, culturais, econômicos e políticos. Sem, no entanto, se desprender da materialidade entrelaçada aos aspectos conceituais, comunicacionais e mercadológicos.

Decerto, existe um aspecto que carece de ser levado em consideração quando se considera os elos entre as joias e a arte: a noção de artisticidade apresentada por Cidreira (2013), com apoio na concepção de arte como atividade formativa de Pareyson (1993). Cidreira (2013, p. 95, grifos da autora) observa “que tanto o design quanto o estilo dizem respeito a uma *forma de expressão*, a um *modo de formar*”. A pesquisadora (CIDREIRA, 2013, p. 96) reconhece a arte como “formatividade pura”, todavia, realça que essa constatação não pode vir acompanhada de uma desconsideração de uma dimensão de artisticidade, de *formatividade*, ou melhor, de uma qualidade artística em toda ou qualquer atividade humana. Apesar dos esforços empreendidos entre pesquisadores e agentes do setor, debate similar se mantém aceso quando se fala nos elos entre a moda, a arte e o design.

Se as coisas são assim, podemos facilmente reconhecer uma certa dimensão de artisticidade em muitos empreendimentos tanto na Alta Costura como do prêt-à-porter, sem falar das customizações feitas pelo próprio usuário, ainda que elas respondam, também, a imperativos funcionais. (CIDREIRA, 2013, p. 96)

A mesma dimensão de artisticidade é reconhecível na joia inscrita no contemporâneo. Diversos empenhos para a criação de joias relacionados à experimentação artística poderiam ser enumerados nesta tese. Dentre tantos, é considerável mencionar a importância de Miriam Korolkovas - designer de joias e artista visual, corporal e musical, curadora de exposições nacionais e internacionais - uma das pioneiras no desenvolvimento de uma joalheria autoral em confluência com as artes. Na década de 1980, Korolkovas foi uma das fundadoras das primeiras escolas de joalheria artesanal do país – a Escola Oficina de Miriam Korolkovas (DAYÉ; CORNEJO; COSTA, 2017, p. 244). Em entrevista para o *Art Jewelry Forum*, realizada pela pesquisadora e designer de joias Ana Passos e publicada

em 18 de julho de 2022, Korolkovas fala sobre sua relação com as joias e o corpo como meios de expressão:

Minhas joias têm cor, movimento e som. Minha relação com o corpo determina minha abordagem. As joias são usadas por nós. Seu suporte é o corpo em movimento. Colares, brincos, pulseiras e tornozeleiras se beneficiam do movimento. Há outro aspecto nesta questão. Como imigrante de origem europeia, na infância me sentia desconfortável, diferente. Tive que construir uma forma de estar no mundo, de me integrar. Talvez por isso sempre me interessei por vários aspectos da cultura brasileira. Há tantas influências. Todos eles têm uma relação especial com o corpo. Por exemplo, os adornos dos índios [sic] costumam fazer barulho quando o corpo se move. Um colorido incomparável é outra característica. Minhas joias são o resultado de tudo isso. (ART JEWELRY FORUM, 2022)

Korolkovas (*apud* ART JEWELRY FORUM, 2022) sempre investiu na diversidade de materiais, ainda assim, ao que parece os metais seguem predominantes nas suas criações. “Comecei com cera perdida. Trabalhei com prata, cobre, latão e ouro. Trabalhei muito tempo com gravura em metal, escultura e tudo relacionado a metais”, conta Korolkovas (*apud* ART JEWELRY FORUM, 2022). Posteriormente, a designer de joias e multiartista se especializou em criações com metais refratários: titânio anodizado<sup>358</sup>, além dos metais nióbio e tântalo, reforçando na sua trajetória um estilo singular, um *modo de formar* próprio.

Figura 157 – Colar “Cocar”, broche “Pena”, anel “SP 23°32'S 46°37'W” de Miriam Korolkovas.



Fonte: GIA, (<https://4cs.gia.edu/en-us/blog/geometric-jewelry-design/>), (2023); Miriam Korolkovas, (<http://www.mmkorolkovas.com.br/refractory-metals.html>), (2023).

Para demonstrar os investimentos de Korolkovas com esses materiais, escolhem-se algumas criações (**Figura 157**) que sublinham o estilo colorido, as formas geométricas arrojadas, sem abrir mão do diálogo com seu tempo e a natureza: o colar “Cocar”, da coleção Museu GIA (EUA), que aparenta mesclar influências tradicionais indígenas e, ao

<sup>358</sup> Criação de uma camada de óxido que protege e dá cor à joia.

mesmo tempo, futuristas, feito de nióbio anodizado e titânio a partir de retângulos pendurados a um aro oval (GIA, 2023); o anel “SP 23°32'S 46°37'W” feito em ouro e titânio; e o broche “Pena” em nióbio e prata 925 (MIRIAM KOROLKOVAS, 2023).

As criações de Korolkovas refletem os entrelaçamentos da joia com a arte e o design e, mesmo explorando as possibilidades materiais disponíveis que marcam o estilo da designer, nota-se que os laços com a materialidade se mostram relevantes e persistentes. Principalmente, na prevalente escolha por metais com alta durabilidade, a fim de perenizar e alcançar a visualidade, o brilho e a raridade. São, essencialmente, adornos e são joias, meios eficientes de experimentação e expressão da formatividade, em que o aspecto da artisticidade é evidente em sintonia com a proposta criadora da designer e multiartista brasileira Miriam Korolkovas.

Figura 158 – Máscara Defesa – Espinho (2020), de Miriam Korolkovas.



Fonte: Catálogo Joias e Objetos de Proteção para o Século XXI (2020).

Importa salientar ainda que Korolkovas está sempre engajada nos movimentos artísticos atuais empreendidos no Brasil e no mundo. Desse comprometimento, surgem diversas obras, que são reconhecidas por sua relevância reflexiva por se associarem a uma perspectiva crítica de obras de arte, mas que, simultaneamente, se afastam da compreensão de joia aqui defendida. A exemplo, a obra “Defesa-Espinho” (2020), uma máscara de proteção para a face em fibra vegetal de sisal, espinho da casca da árvore Paineira, plástico isopor e tinta acrílica exposta na mostra online “Joias e objetos de proteção para o século XXI” - promovida pela PIN – Associação Portuguesa de Joalheria Contemporânea, no ano de 2020 (ápice da pandemia do coronavírus), no MUDE (Museu do Design e da Moda), em Lisboa:

A PIN convidou 30 autores a criarem peças durante o período de confinamento apenas com os materiais e os recursos que cada um tinha à sua disposição. Desta

proposta resultaram 34 peças das quais algumas reinterpretem as máscaras sanitárias, as luvas descartáveis e os materiais de proteção que adquiriram centralidade no nosso dia a dia, outras têm como elemento referencial a habitação, lugar de abrigo e confinamento, mas a grande maioria nasce de um mapa de referências pessoais e de um território de afetos e de questionamento sobre a atualidade e o futuro.

No catálogo da exposição, *Jóias e objetos de proteção para o século XXI* (2020), Korolkovas conta sobre a feitura do adorno corporal que – tomando as palavras de Pareyson (1993) – pode ser incorporada como “formatividade pura”: “Mediante a grande tragédia da pandemia da covid-19 que atingiu o Planeta Terra nos últimos meses, desenvolvi a peça durante o período de reclusão em meu ateliê na cidade de São Paulo, Brasil” (KOROLKOVAS, 2020, p. 32).

#### **10.4 Joia e composição da aparência: gesto e performatividade**

A contemporaneidade convoca o corpo a constantes mudanças, como dito por Le Breton, em *Adeus ao corpo: Antropologia e sociedade* (2003, p. 22): “artefato da presença, implicado em uma encenação de si que alimenta uma vontade de se reapropriar de sua existência, de criar uma identidade provisória mais favorável”. Evidencia-se nesse corpo inacabado uma poética de presença que se submete “a um design às vezes radical que nada deixa inculto (*body building*, marca corporal, cirurgia estética, transexualismo etc.)” (LE BRETON, 2003, p. 22).

Nas sociedades atuais, o corpo assume um desafio político importante como analista fundamental em busca frequente por uma encarnação provisória para garantir um vestígio significativo de si (LE BRETON, 2003, p. 29). Segundo Breton (2003, p. 29), multiplicam-se as encenações por meio desse corpo, que é prótese de um eu eternamente em busca. “O corpo torna-se emblema do *self*. A interioridade do sujeito é um constante esforço de exterioridade, reduz-se à sua superfície. É preciso se colocar fora de si para se tornar si mesmo”, afirma o pensador (LE BRETON, 2003, p. 29).

Esse sentimento de maleabilidade do corpo, ressaltado por Le Breton (2003), ganha novos contornos com as possibilidades estimuladas a partir, sobretudo, das redes sociais digitais. Ao que tudo indica, as redes sociais digitais representam com maestria a “virtualidade de inúmeros outros corpos que o indivíduo pode revelar tornando-se o arranjador da sua aparência e de seus afetos” (LE BRETON, 2003, p. 32). Entre essas comunidades virtuais, destaca-se em especial o Instagram e seus filtros bastante utilizados nas postagens realizadas através do recurso *stories*.

Filtros<sup>359</sup> são efeitos de câmera desenvolvidos a partir de tecnologia de realidade aumentada para realizar interferências e/ou alterações na imagem vista a olho nu, como mudanças na cor dos olhos e no formato de partes da face, máscaras, luzes, brilhos, frases, jogos, objetos flutuantes, maquiagens, cílios postiços, sobrancelhas desenhadas e até mesmo joias. Imagens essas que costumam funcionar como porta-retratos de si mesmo, através das conhecidas *selfies*. Vale destacar, no entanto, que uma *selfie* pode ser tirada com apenas uma pessoa ou grupos de pessoas. Em 2013, os responsáveis pelos dicionários da Oxford escolheram *selfie* como a palavra do ano.

Através de conexões entre real, imaginário e digital, as sequências inumeráveis de *selfies* que exibem o uso intenso de filtros das redes sociais, em particular, do Instagram, concretizam a necessidade e uma busca narcísica do sujeito; que, por sua vez, renova-se, remodela-se a todo instante, acompanhando sua condição cultural mutante. Relacionando-se à era digital que configura a sociedade atual, a contemplação e admiração de si são acentuadas e ganham traços próprios com o uso das redes sociais. Essas comunidades virtuais passam a ser vitrinas dinâmicas à espetacularização da vida cotidiana, e mais, funcionam como janelas influentes à afirmação da relevante diversidade por meio das aparências – afinal, é por meio das aparências que as pessoas são percebidas e também julgadas. Vive-se o tempo do narcisismo digital.

É interessante, no entanto, considerar que a ideia de narcisismo é entendida por muitos a partir de um viés exclusivamente negativo, excessivo e até mesmo patológico, conforme destacam Betina Lejderman e Jussara Dal Zot, em artigo *Narcisismo e Redes Sociais* (2020, p. 55-67), publicado na Revista Brasileira de Psicoterapia. Para as autoras, o mito apreendido como o excesso de amor próprio poderia ser melhor absorvido como uma dificuldade de reconhecimento de si. Elas acentuam ainda, a partir de Freud, o narcisismo como um aspecto normal do desenvolvimento do indivíduo, assim como uma noção que está em constante evolução.

Pensar, desse modo, a exibição de si intensificada pelas redes sociais e *selfies* possibilita revelar o narcisismo como resultado dos enlaces entre os indivíduos e suas experiências intersubjetivas que envolvem os meios social e cultural. Esses ambientes

---

<sup>359</sup> O recurso não é uma exclusividade do Instagram, sendo explorado em diversas redes sociais, como o extinto Snapchat e o atual TikTok.

interconectados são hábeis, sem dúvida, em atrair narcisistas<sup>360</sup>, funcionando, como reforçam Lejderman e Dal Zot, como verdadeiros palcos com plateia garantida.

O aumento de indivíduos narcisistas nas Redes Sociais pode levar a um aumento do comportamento narcisista entre os usuários, e este pode passar a ser visto como aceitável em uma sociedade contemporânea já impregnada deste comportamento (LEJDERMAN, DAL ZOT, 2020, p.64).

Esse comportamento narcisista tão típico na atualidade pode ser compreendido ainda com a ajuda das meditações de Erving Goffman, em *A representação do eu na vida cotidiana* (1985), que colocam em relevo a intensa capacidade expressiva dos indivíduos através do corpo. O sociólogo, antropólogo e cientista social (GOFFMAN, 1985) atenta para as interações entre os sujeitos com vistas à conformação de impressões que são empreendidas de maneira conscientemente calculada e, em outras circunstâncias, com pouca consciência dessa intencionalidade. Ambas as situações ressaltam “o ponto de vista popular de que o indivíduo faz sua representação de si e dá seu espetáculo ‘para benefício dos outros’” (GOFFMAN, 1985, p. 25).

Ao falar em representação, o pensador (GOFFMAN, 1985, p. 29) está se referindo a toda a atividade de um indivíduo diante de um grupo de observadores, que são, por sua vez, influenciados por essa presença contínua. Essa troca de impressões configura os modos de comunicação que teatralizam o papel social no cotidiano. O autor (GOFFMAN, 1985) amplia seus pensamentos a partir da noção de *fachada*: “equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo para a representação” (GOFFMAN, 1985, p. 29). Entre as partes padronizadas da *fachada* estão: o *cenário*, que tende a permanecer fixo compondo a parte cênica da representação; e a *fachada pessoal*, relacionada à *aparência e maneira*, itens mais íntimos do equipamento expressivo, como características raciais, idade, sexo, aparência, padrões de linguagem, gestos corporais, expressões faciais, vestuário e - pode-se incluir aqui os adornos - entre eles, as joias.

A aparência seria o estímulo que funciona no momento para revelar a posição social do ator, responsável ainda por informar o estado ritual temporário do indivíduo, ou melhor, se ele está em uma atividade formal de trabalho ou em um momento informal de

---

<sup>360</sup> As ponderações sobre os efeitos psicossociais e culturais do uso de redes sociais não serão exploradas nesta pesquisa. No entanto, é importante destacar, a partir da perspectiva de Lejderman e Dal Zot (2020), que a manifestação narcisista pode se apresentar nos indivíduos do normal ao excessivo. À vista disso, nas redes sociais, o narcisismo também pode exibir uma variação entre o saudável e o patológico. As autoras destacam, logo, a importância de se manter alerta para o uso excessivo. Porém, reconhecem a inegável a contribuição das redes sociais à contemporaneidade, tanto como atividade de lazer como uma ferramenta profissional.

interação social. Já a maneira são os estímulos que comunicam sobre o papel de interação que o sujeito espera desempenhar, a exemplo, uma maneira agressiva ou afável.

Goffman (1985, p. 32) salienta que, apesar de se esperar uma coerência entre aparência e maneira, as duas também podem se contradizer. Essa contradição entre aparência e maneira pode ser atestada inclusive pelo uso de réplicas de joias assinadas por tradicionais joalherias nacionais e internacionais. A depender do cenário, da aparência e maneira que a pessoa apresenta essas peças, a crença será da originalidade na encenação proposta. Não é à toa que um dos segmentos que mais cresce no universo das joalherias é da joia imitação ou fantasia. Afinal, como posto por Goffman (1985, p.36) a *fachada social* pode ser única e específica de um tipo de prática expressiva, mas, ao mesmo tempo, tal representação também pode se mostrar como exceção no jogo da teatralidade cotidiana. Determinadas fachadas, sobretudo, tendem a se tornar institucionalizadas e estereotipadas (GOFFMAN,1985, p. 36).

Para Cidreira (2013, p. 148), ao acionar as ideias de Goffman, há uma clara compreensão de que as primeiras impressões são importantes na vida cotidiana. O que implica um esforço dos sujeitos no cuidado e atenção para a impressão que se deseja causar no outro. A pesquisadora (CIDREIRA, 2013, p. 148) destaca a noção de *interação* apontada por Goffman como sendo o traço determinante por se tratar do corpo a corpo, “necessidade enraizada em certas precondições universais da vida social, além da noção de performance que trata da ação explícita que implica a intenção, o movimento corporal e o fato de que ela seja uma ação interpessoal realizada, valorizando a aparência”.

Ao pensar sobre essa dinâmica entre vida social com o jogo e o teatro, a pesquisadora (CIDREIRA, 2013) mira em particular a exibição corporal cada vez mais frequente pelos indivíduos no seu dia a dia. É na exibição corporal que o universo da moda se fortalece, associando-se a todas as esferas que auxiliam na *composição da aparência* – em especial, a potência reconhecível das joias - permitindo uma aparição espetacular (CIDREIRA, 2013, p. 153). Concorde-se ainda com a autora que toda essa acentuação da aparência depende fundamentalmente da atuação corporal:

Assim podemos dizer que o teatro e a cena é a exacerbação dessa capacidade vital do ser humano e por isso mesmo, a metáfora goffmaniana da representação do eu na vida cotidiana e a noção de performance são tão pertinentes, pois como muito bem salientou Paul Zumthor (2009) “o termo e a ideia de performance tendem (...) a cobrir toda uma espécie de teatralidade: está aí um sinal” (p. 18). Também Georg Simmel (2008) nos chama a atenção para o fato de que o adorno, o adereço nos envolve e amplia o nosso eu, antecipando aqui essa disposição performática, ou melhor, performativa, do ser humano. Além da analogia também já observada por Merleau-Ponty (2006)

que afirmava: “A expressão de si na vida é semelhante ao comportamento de um papel desempenhado” (p.565). (CIDREIRA, 2013, p. 154)

Essas observações realçam a competência das joias para o autoconhecimento, o amor próprio e a performatividade dos sujeitos em sociedade. Com apoio das ideias de André Helbo, ao apresentar possíveis graus de performatividade através da distinção entre performatividade integrada e performatividade pura, a autora (CIDREIRA, 2013, p. 154) considera: um corpo performático como sendo a performatividade integrada (a representação); e um corpo performativo como performatividade pura, em que a intencionalidade não está presente. A performatividade pura ampara o indivíduo comum no seu dia a dia, “enquanto a performatividade integrada acolheria, no caso da moda, a modelo no desfile ou nas fotos para revistas numa cena teatral”, afirma (CIDREIRA, 2013, p. 154).

Figura 159 – Desfile Bvlgari *Barocko* (2020), Roma (Itália).



Fonte: Getty Images (2023).

Essa perspectiva da performatividade integrada pode ser apreciada, em certa medida, no desfile da coleção *Barocko* de Alta Joalheria Bvlgari (**Figura 159**), no Palazzo Colonna, em Roma (Itália), realizado em 14 de setembro de 2020, quando a tradicional casa de joias italiana investiu na extravagância cênica para a realização do evento de apresentação das suas joias majestosas e únicas. Vinte modelos desfilaram os adornos corporais icônicos da coleção tendo como cenário os jardins do prédio histórico acompanhados da orquestra da Accademia Nazionale di Santa Cecilia de Roma, reconhecida como uma das mais antigas instituições musicais do mundo. Para o grande final, um jantar foi servido para os convidados com menu inspirado na surpreendente e inquietante atmosfera barroca, elaborado pelo premiado chef italiano Emanuele Scarello.

Figura 160 – Imagens da coleção *Grupo Corpo por HStern* (2008/2017).



Fonte: Adoro Joias, (<https://adorojoiias.com.br/conheca-as-novas-joias-inspiradas-nos-bales-do-grupo-corpo/>), (2023), HStern, (<https://www.hstern.com.br/colecoes/grupo-corpo?O=OrderByScoreASC>), (2023), HStern Tumblr, (<https://hstern.tumblr.com/post/100244980647/cole%C3%A7%C3%A3o-grupo-corpo-por-hstern-colar-21>), (2023).

Ou, ademais, ao se contemplar a dança do corpo com as joias na coleção *Grupo Corpo por HStern* (2008) que se aproxima em grande medida da concepção de uma performatividade integrada, perceptível no ritmo, no brilho, na visualidade e excepcionalidade da cena que eterniza os gestos. Uma coleção de joias inspirada na dança universal da companhia brasileira de origem mineira, o Grupo Corpo, que transpira elementos da cultura nacional. Como bem colocado pela pesquisadora, reconhecida por sua teoria *corpomídia*, Helena Katz (GRUPO CORPO, 2023):

Quando se vê o Grupo Corpo dançando, é como se as questões do trânsito entre a natureza e a cultura estivessem sendo bem respondidas. São os diversos Brasis, o passado e o futuro, o erudito e o popular, a herança estrangeira e a cor local, o urbano e o suburbano, tudo ao mesmo tempo sendo resolvido como arte. Arte brasileira. Arte do mundo.

Para Roberto Stern (HSTERN, 2015, tradução nossa)<sup>361</sup>, a coleção *Grupo Corpo por HStern* (**Figura 160**) representa um *pas de deux* perfeito com a própria história de HStern. O desafio para a joalheria foi transformar a encenação, os movimentos e os gestos dos dançarinos e dançarinas saltitantes e mutáveis em joias tridimensionais. A equipe HStern mergulhou na vida do Grupo Corpo por meses a fim de absorver a atmosfera, as ações, a gestualidade dos dançarinos, coreógrafos, designers e figurinistas para, então, conseguir “esculpir balés em forma de joias” – uma coleção composta por 63 peças “irradiando suor e movimento”, que equilibram em sua formatividade rigidez e

<sup>361</sup> Grupo Corpo, a fascinating group with DNA from Minas Gerais, Brazil, uses elements of the country's culture to create a universal dance-a perfect pas de deux with HStern's own history.

flexibilidade, leveza e sensualidade (HSTERN, 2015)<sup>362</sup>. Em 2017, a coleção Grupo Corpo por HStern ganhou quatro novas linhas de joias, inspiradas em diferentes balés da companhia mineira de dança.

Pensando, em especial, no universo das joias, ainda com apoio de Cidreira (2013, p. 155), reforça-se, por outro ângulo, a existência de uma performatividade relativa às condições de expressão e de percepção no cotidiano dos sujeitos. Quem arriscaria afirmar que a joia usada na importante premiação da indústria musical, o Grammy Awards 2023, pela cantora pop brasileira Anitta – indicada como cantora revelação - não era de fato uma Tiffany & Co? Sabe-se que a joia exibida pela cantora é efetivamente uma peça da joalheria americana, contudo, se o mesmo adorno fosse desfilado pelas ruas de Salvador (BA) por uma pessoa trivial, talvez essa originalidade fosse colocada em cheque.

Em contrapartida, as joias quando associadas à destreza das redes sociais digitais vivificam as manifestações de si sob o olhar dos demais como típicas armaduras performativas. Admite-se a latência performativa desses adornos, cuja essência estaria em uma possível gradação que sinaliza, por suposição, para a concepção de performatividade pura apresentada por Cidreira (2013, p. 154). As presenças física, emocional, social, cultural e política ganham contornos particulares nesse ambiente dinâmico, tridimensional e, principalmente, trivial mediado por telas que articulam o real, o imaginário, o simbólico e o digital, o material e imaterial, integrando assim os processos dinâmicos de identificação das pessoas. Seria, sem dúvida, esse um dos contextos mais influentes de uma performatividade na contemporaneidade.

As percepções sobre a resiliência do corpo nesse jogo social de aparição investido pelos sujeitos na vida cotidiana real, digital, imaginária e simbólica incentivaram a autora desta tese a experienciar esses novos elos com a joia a partir de alguns filtros disponibilizados pelo Instagram. O primeiro deles foi o filtro *Stars*, desenvolvido pela joalheria HStern para seu perfil oficial, cuja inspiração foi a coleção homônima *Stars*, criada em 2003, que se tornou um dos símbolos internacionais da marca. Segundo o Adoro Joias (2021), as joias “com estrelas” estão, desde a criação das mesmas, entre as mais procuradas nas lojas do Brasil e do mundo. As peças foram idealizadas e desenvolvidas a fim de homenagear o nome da HStern – “Stern” significa estrela, em alemão – e teve como principal inspiração uma tiara datada dos anos 1900, período Vitoriano.

---

<sup>362</sup> HStern's team immersed themselves in the life of Grupo Corpo for months at a time, absorbing the actions of dancers, choreographers, designers, and costumers to sculpt ballets in the form of jewels. The movement was reworked until the final result was attained: sixty-three pieces radiating sweat and motion.

Ao design da coleção, buscou-se associar traços do romantismo, que caracterizaram aquele momento histórico da Inglaterra e, ao mesmo tempo, mantendo a conexão com o contemporâneo. As peças são feitas na liga Ouro Nobre, patenteada pela HStern, que resulta em uma cor champanhe. Os anéis, pingentes e brincos têm acabamento escurecido a fim de conferir ao design das joias “um aspecto *vintage*<sup>363</sup>” (ADORO JOIAS, 2021).

Figura 161 – Filtro *Stars* HStern da rede social Instagram.



Fonte: IG HStern, em 23 de setembro de 2021.

Figura 162 – Filtro *Borboleta Rommanel*; e *Yes to Life* Vivara pelo perfil da rede social Instagram.



Fonte: IG @rommanelriokogut e IG @lifebyVivara, da esquerda para a direita, em 05 de janeiro de 2022.

Nas imagens (**Figura 161**), é possível visualizar a performatividade empregada pela autora desta pesquisa na produção das *selfies* utilizando o filtro com brincos *Stars*. A experiência da pesquisadora ao ver sua imagem refletida na tela com as joias exclusivas da grife é perpassada por sentimentos de arrebatamento e satisfação que são revelados através do seu corpo, da projeção e angulação da face ao sorriso e movimento da boca.

<sup>363</sup> A expressão *vintage* é bastante utilizada no universo da moda na contemporaneidade a fim de caracterizar produtos que apresentam em seu design traços que remetem aos estilos de vida da primeira metade do século XX.

Na **Figura 162**, foram experienciados mais dois filtros que trabalham com elementos que constituem a identidade das marcas Rommanel e Vivara – “borboletas estilizadas” da grife de joias folheadas voando sobre a cabeça; e uma espécie de tatuagem digital que assinala para a personalização das peças que conformam a proposta criativa da coleção *Life by Vivara*, respectivamente. Mais uma vez, a pesquisadora empreende uma postura a fim de alcançar uma aparência que sugere, através do olhar, sorriso constante, da posição da cabeça uma expansão da sua presença naquele universo tridimensional – real, imaginário, simbólico e digital – em caráter performativo.

Ao visualizar a sequência de imagens, vale ainda fazer referência às pesquisas de Marcel Mauss, em *Sociologia e antropologia* (2003, p. 401), sobre *técnicas do corpo* – “as maneiras pelas quais os homens, de sociedade a sociedade, de uma forma tradicional, sabem servir-se do seu corpo”. De acordo com Mauss (2003, p. 403), cada sociedade tem seus hábitos próprios que se dividem e variam por idades, sexos, rendimento (espécie de instrução humana associada às ideias de destreza, presença de espírito e hábito) e transmissão (ensino das técnicas de instrução, imitação que envolvem contextos fisiológicos, históricos e psicossociais), compreendidos no “que podemos chamar o modo de vida, o *modus*, a ‘matéria’, as ‘maneiras’, a ‘feição’ (2003, p. 411, grifos do autor). À vista disso, as dinâmicas socioculturais impõem constantemente um remodelamento das técnicas apresentadas a partir do corpo, este visto, por sua vez, como o primeiro e mais natural instrumento da pessoa à apresentação de si.

Os pensamentos de Mauss, datados de 1934, serviram como uma janela essencial aos estudos relacionados à corporeidade, conforme destaca Le Breton (2007, p. 39). Apesar dos investimentos ordenados que caracterizam as ideias de Mauss, apreende-se a partir dos seus estudos que a memória de uma comunidade se constrói não somente a partir das tradições orais e escritas, mas também na esfera dos gestos eficazes que incluem significância e valor, como pontuado por Le Breton (2007, p. 44): “(...) mesmo sendo o corpo uma ferramenta, ele continua sendo ‘fato do homem’ e depende da dimensão simbólica. O corpo não é nunca um simples objeto técnico”. Logo, a gestualidade é, em essência, um fato da sociedade e da cultura, que impõe certas etiquetas corporais que dependem muito pouco da educação formal, como sublinha Le Breton (2007, p. 51):

O mimetismo do ator e as identificações feitas em relação ao entorno imediato têm aqui papel preponderante. A extensão corporal da interação está impregnada de um simbolismo específico para cada grupo social e depende sobremaneira da educação informal, tênue demais para ser percebida e cuja eficácia pode, sobretudo, ser determinada.

Em sua tese de doutorado, *Tão óbvio que cega: das dinâmicas gestuais entre o material, o atitudinal e a presença em Arthur Bispo do Rosário* (2020, p. 94), o pesquisador Etevaldo Cruz investe em uma criteriosa reflexão conceitual sobre o gesto, compreendendo-o como uma expressão carregada de sentidos, símbolos, significações, intenções que envolvem uma tensão entre o hábito e a experiência do desvio. Entre as reflexões sublinhadas por Cruz (2020) está o aspecto decisivo do gesto como meio astucioso de afirmação de si, capaz de confessar a condição histórica humana movente. Segundo Cruz (2020, p. 96, grifos do autor), “o gesto está na esfera da presença ‘que torna visível um meio como tal’, inelutável espetacularidade do corpo suportado numa condição inter-relacional em seu modo de habitar o mundo”.

A gestualidade está, logo, nas entranhas das ações do corpo que envolvem as relações de sociabilidade. Ações estas que podem ser vistas nos rituais de saudação ou despedida, nas maneiras de consentir ou negar, nas maneiras de tocar e deixar-se tocar. São estas manifestações que Cruz (2020, p. 96) chama de hábitos da vida ou repetição não-redundante das pequenas expressões. “Em outras palavras, é a performatividade latente que reside nos gestos”, afirma o autor (CRUZ, 2020, p, 96).

Pensando, em particular, na joia como acontecimento, entende-se que a performatividade latente habita o íntimo desse adorno. E, aqui, em particular, os sentidos dessa atuação corporal performativa podem ser reconhecidos na sequência de imagens empreendidas pela pesquisadora ao experienciar os filtros do Instagram das joalherias. Os gestos acionados da autora são perpassados pelo que se defende nesta tese como uma *inutilidade útil*, capaz de enovelar qualquer tentativa de regimentar os elos entre as pessoas, as coisas e o mundo. As maneiras de fazer-se fotografar através de uma *selfie* - intermediada sempre por telas dos aparelhos móveis e filtros digitais - funcionam como vitrinas pessoais, amplificadas por adornos tridimensionais e/ou elementos associados ao universo de estilo dessas marcas.

Os filtros e suas imagens aproximam a pesquisadora dos sentidos que constituem as grifes de joias, dentre eles, desejo de posse, status, poder, feminilidade, prazer, alegria, conhecimento. Porém, vale pontuar, como observado por Le Breton (2007, p, 55) ao fazer referência às pesquisas sociológicas sobre percepções sensoriais realizadas por Simmel, que o universo de sentido é moldado a partir de repertórios distintos entre as comunidades. Assim sendo, “cada ator apropria-se do uso desse repertório de acordo com a sensibilidade e os acontecimentos que marcaram sua história pessoal” (LE BRETON, 2007, p. 55).

Ao final do experimento, ficam evidentes algumas dimensões para se pensar sobre a atuação corporal através desses filtros: a primeira diz respeito à vivência da autora, que ao usar o filtro incorpora por aquele instante as emoções e as sensações de portar joias tão desejadas; a segunda se refere a experiência de exibir-se que é partilhada e reconhecida com curiosidade pelo olhar do outro que tem acesso àquele momento, através dessas plataformas acessíveis e com fluxo intenso de espectadores; e a terceira e última seria a imagem em si, que é capaz de perenizar aquela experiência, cumprindo o propósito de ser joia, adorno que transcende a esfera visível.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS - PRESSÁGIOS PARA A JOALHERIA PÓS-PANDEMIA

E por que, dentre os sentidos, o olhar é o primeiro a ser chamado à ordem? - questiona Aducci Novaes, em *De olhos vendados*, em *O Olhar* (1988). A relação dos olhos e do coração, do pensado e do sentido, posta pelo filósofo, teólogo e poeta Giordano Bruno, é revisitada por Novaes (2023) para acentuar um duplo movimento: os olhos apreendem as aparências e as propõem ao coração. As aparências, então, se tornam para o coração, objeto de desejo. E esse desejo é transmitido aos olhos; “estes concebem a luz, irradiam-na e, nela, inflamam o coração; este, abrasado, espalha sobre os olhos seu humor” (NOVAES, 1988, p. 18).

O olhar pelo canto do olho, mesmo que de forma desprezível, fugaz, quando alcança uma joia reflete, de modo eficiente, esse desejo abrasador infinito “(...) que trabalha o interior das paixões e da razão” (NOVAES, 1988, p. 18). As joias são hábeis em avivar esse objeto do desejo que é a aparência; mais ainda, são potentes em despertar, no olhar do outro, afeição, deferência, alegria, sedução, distinção, proteção, experiências belas e sublimes ligadas às emoções, memórias, afetividades capazes de comover o espírito dos sujeitos. Durante todo o percurso dessa tese, resultado de uma pesquisa ousada e instigante, aviva-se, a partir de um ponto de vista interdisciplinar, a significância desse adorno à ampliação do “eu” em sua potência máxima, acolhendo suas dimensões tangíveis e intangíveis através da compreensão dos sentidos desse adorno de *ser-para-si* e do *ser-para-outros* - direções aparentemente antagônicas, mas que surgem como meio e fim (SIMMEL, 2008).

Reconhecer a capacidade dualista que a joia alcança contribui à exibição dos elos desse adorno movente com as engrenagens de uma sociedade guiada pelo caráter feérico e transitório da moda. Todavia, sem renunciar a sua natureza material entrelaçada às cinco particularidades insuperáveis demonstradas no decorrer deste estudo: *raridade*, *perenidade*, *visualidade*, *brilho* e *inutilidade útil*. Esta última, em especial, surge como uma proposição desta autora, no decorrer das meditações da pesquisa, por seu virtuosismo em conduzir, a partir da sua inerente superficialidade, os vínculos entre o sujeito, o outro, os objetos e o mundo a sua volta. À vista disso, estudar sob uma perspectiva compreensiva empática (CIDREIRA, 2016) a concepção de joia na contemporaneidade é admitir, acima de tudo, os tensos e múltiplos encadeamentos que envolvem a criação e a aparência, a partir do tripé *visualidade*, *forma* e *consumo*.

Diz Merleau-Ponty (2014, p. 19): “homem é espelho para o homem. Quanto ao espelho, ele é o instrumento de uma universal magia que transforma as coisas em espetáculos, os espetáculos em coisas, eu em outrem e outrem em mim”. Em um cenário contemporâneo ainda mais eloquente diante das conexões digitais, a frivolidade estética envolve os ingredientes associados à leveza (estilo, glamour, sedução lúdica e passageira), e também a volatilidade e mobilidade do consumidor em uma economia do consumo disponível a todos.

Nessas linhas finais, imprecisas e abertas a futuras proposições, esse movimento requisita uma conversa sobre a ideia de luxo, ponto chave aos sentidos da joia ao longo do tempo, atendendo, principalmente, a uma visão ocidental. As afinidades entre o luxo e as joias são perceptíveis por implicarem prazer, desejo, raridade, sofisticação, abundância e dispêndio. A própria evolução etimológica da palavra “luxo” está enviesada àquilo que sobra, ao excesso e se associa, em alguns momentos da história, à própria concepção de luxúria. Por ora, prevalecem os sentidos da ostentação ou magnificência e seu efeito ornamental (CUNHA, 1982, p. 484).

Não há, logo, como não mencionar a relevância do luxo perpassada pela noção de joia diante de uma proposta revolucionária da leveza, sinalizada por Lipovetsky (2016), em que alguns optam por trilhar o caminho consumista do sempre mais para esquecer ou aliviar seu presente, enquanto outros se opõem a essa “leveza mercantil” valendo-se de uma “leveza verdadeira”. “Nesse caso, ‘mudar de vida’ significa se livrar dos fardos excessivos”, aponta Lipovetsky (2016, p. 23). Vive-se hoje, de acordo com o pensador (LIPOVETSKY, 2016), o combate da leveza opressiva do consumo desenfreado por influência das tecnologias da leveza interior, ou melhor, o momento do *detox*, das técnicas de meditação e relaxamento disponíveis a um *touch* (um toque) nos aparelhos celulares, da ioga, do bem-estar, “(...) em suma, de tudo aquilo que permite ‘sentir-se bem com o corpo e a cabeça’ (...). Bem-vindos à era das utopias do menos, das utopias *light*” (LIPOVETSKY, 2016, p. 23).

Em contrapartida, para Lipovetsky (2016, p. 223), ao se pensar sobre as interfaces entre a moda, o design e a leveza na sociedade do hiperespetáculo, a base da nova arquitetura de formas livres e fluidas está na vertente digital, desempenhando um papel de capital capaz de gerar novas e imprevisíveis formas e suas conexões. Nessa ambiência, as dinâmicas de hibridação estão no princípio da elaboração formal digital. O objeto, desse modo, passa a ser visto a partir de combinações de características de outros objetos hibridizados entre eles, sob atuação contínua dos algoritmos que permitem a realização

de formas complexas, orgânicas e espontâneas. “Dessa maneira, mesmo quando o edifício final não é esteticamente leve, ele ainda é ‘filho’ da revolução digital do leve”, exemplifica Lipovetsky (2016, p. 223).

Ora, a joia na contemporaneidade assume com talento, ademais, essa condição de “filha” da revolução simbólica da leveza. Ampliando através de Merleau-Ponty (2014), a hibridação desses objetos culturais funciona como o espelho que transforma as coisas em acontecimentos e os acontecimentos em coisas. Como realçado nessas meditações, as interfaces entre corpo (este, visto como sede das joias), aparência, criação e consumo não abandonam e não podem abandonar os elos com a materialidade encarnada. Porém, na “civilização da leveza”, o grande desafio é produzir evento e imagem, seduzir imediatamente através de uma arquitetura-espetáculo, “(...) em razão do papel crucial dos *softwares* e também pelo impacto das lógicas de comunicação, de *marketing* e de divertimento, impulsionadas pelo capitalismo da sedução” (LIPOVETSKY, 2016, p. 223).

Segundo Giovanni Cutolo, em *Luxo & Design: ética, estética e mercado do gosto* (2014), a cultura do projeto trouxe aos objetos uma elegância nova, em que o tempo, a atenção, o espaço, o silêncio, o ambiente, a segurança seriam os seis bens mais raros para um mercado de luxo do futuro. Não mais aquela elegância que funciona como conceito social, apontada por Simmel (2008). Mas, uma elegância nova que se apoia na depuração de formas. Simultaneamente, Cutolo considera tal compreensão sobre o luxo atravessada por um verdadeiro impasse:

(...) quem possui tudo parece estar mais longe do prazer, dado que, exatamente por isso, o prazer não deriva da posse da coisa em si, mas antes no momento da aquisição, gesto que oferece um prazer efêmero, e com o qual se satisfaz o desejo da posse antes e talvez mais do que com o gozo oferecido pela verdadeira posse. (CUTOLO, 2014, p. 33)

Se por um lado, a retórica da sedução na *composição da aparência* passa a ser constituída, sobretudo, pela leveza, por outro pensamento, o novo luxo, apesar de liberado da ideia e da necessidade de posse e aparentemente desatado de critérios objetivos - atrelados ao que Cutolo (2014) considera velho luxo (fetiche das mercadorias) - se vê atravessado pela persistência valorativa da posse, da ostentação, da superabundância através da visualidade, raridade, maestria e eternidade.

Esse impasse pode ser supostamente considerado como uma repercussão da convergência entre o luxo, a indústria e os aparatos digitais, sob a cena do design, que tem impulsionado uma relevante transformação. A resistência valorativa dos objetos raros

e duradouros reconhecidos por uma materialidade enérgica e dedicada surge acompanhada por novos prazeres, desejos, emoções - critérios cada vez mais intersubjetivos ligados à imaterialidade.

É reconhecível que a convergência entre luxo, indústria, design e a cena digital tem proporcionado experiências exitosas e libertadoras “a partir do momento em que os produtos de luxo começaram a subordinar suas tradições e valores materiais tangíveis aos novos valores imateriais e culturais, expressos justamente pelo design” (CUTOLO, 2014, p. 126). Como apresentado na terceira parte desse estudo, esse aspecto pode ser contemplado em investimentos que algumas marcas da cadeia produtiva das joias têm realizado a fim de alcançar uma imagem sólida no que diz respeito à responsabilidade social, ética-ambiental.

Na Rommanel, em particular, ficam em evidência as tentativas de fortalecimento de uma cultura organizacional atenta às demandas de governança social e ambiental que envolvem seus colaboradores e colaboradoras diretos e indiretos. Como visto, os projetos de sustentabilidade e meio ambiente vêm recebendo uma atenção da marca, assim como os empenhos ligados à valorização social dos seus públicos interno e externo, sobretudo, no que diz respeito a seus revendedores e revendedoras diretas.

Nesse quesito, menciona-se, especialmente, a campanha idealizada para apresentar a *Coleção Reencontro/Estrelas Rommanel* (2022), após o período crítico da pandemia do coronavírus, que impactou seguramente a vida dos distribuidores e revendedores Rommanel - em grande maioria, mulheres - que têm na joalheria uma fonte de renda principal ou secundária. A campanha joga o holofote nesses consultores e consultoras, valorizando suas trajetórias com a joalheria. Para o posicionamento de marca, é dado um lugar de destaque a esses colaboradores e colaboradoras nos principais meios de comunicação Rommanel. São eles que apresentam e exibem as joias: “Conheça a coleção *Reencontro*, que traz os consultores Rommanel como as grandes estrelas da campanha”, anuncia a marca (YOUTUBE ROMMANEL).

Os rostos, as histórias e as conquistas dessas revendedoras são contados a partir dos elos estabelecidos com a grife. Dentre tantas mulheres, o vídeo *Rommanel | Coleção Reencontro | Ediane*, de 15 de fevereiro de 2022 (YOUTUBE ROMMANEL, 2023), apresenta Ediane, consultora Rommanel com um depoimento que, em princípio, expõe os vínculos ainda mais sólidos entre a marca e seus públicos após a crise mundial de saúde pública:

Olá, sou Ediane Souza, sou consultora Rommanel do Estado de Alagoas. Eu estou na Rommanel vai fazer exatamente 10 anos. Fiz uma primeira compra, e aí foi uma paixão à primeira vista. E de lá para cá, realmente é uma parceria de sucesso. Hoje a gente não sabe o dia de amanhã, sempre foi assim. Mas com a pandemia, esse vínculo ficou mais estreito e poder reencontrar as meninas que a gente via a 2, 3 anos atrás, isso é muito satisfatório. É um abraço que realmente a gente estava precisando. Por ser mulher e ter essa independência, e comprar aquilo que eu quero, ir para o lugar que eu tiver vontade, comprar o objeto que eu desejar. Então, assim, essa independência financeira, você olhar para seu financeiro e dizer assim: hoje eu estou satisfeita é realmente a minha maior lucratividade que eu tenho pra vida foi através da Rommanel. E atualmente eu não sei fazer outra coisa. Estou até pensando em tatuar a Borboleta Rommanel. (EDIANE, CONSULTORA ROMMANEL)<sup>364</sup>

Figura 163 – Campanha Coleção *Reencontro Rommanel* (2022) com consultoras e consultores. Ediane no topo e extrema esquerda da imagem.



Fonte: Instagram (IG) Rommanel, (12, 14, 15, 20, 23 e 26 de fevereiro de 2022).

Sobre a HStern, apesar dos atuais e persistentes rasgos na sua imagem, a joalheria tem dado sinais para uma reconfiguração de toda sua conduta organizacional com o propósito de assumir efetivamente uma responsabilidade ética e transparente na sua gestão e, conseqüentemente, nos seus processos formativos. Dentre um dos principais desafios, aponta-se ainda a rastreabilidade dos materiais de extração e mineração adquiridos entre seus fornecedores e, posteriormente, utilizados na constituição das suas joias diante das graves crises escancaradas com a exploração de garimpos ilegais, principalmente nas terras indígenas brasileiras. Infelizmente, no decorrer da pesquisa, não foi disponibilizada uma oportunidade de diálogo direto com um porta-voz da empresa que garantisse uma análise mais apurada relacionada às condutas assumidas nos últimos anos, principalmente, no que diz respeito ao aspecto de sua atuação social com seus públicos interno e externo.

<sup>364</sup> O depoimento da consultora Ediane foi transcrito na íntegra pela autora desta pesquisa.

À frente de um cenário que se mostra favorável ao encontro convergente entre o luxo, design, digital, indústria e, acrescenta-se, o consumo e a responsabilidade social, ético-ambiental à *composição da aparência*, retoma-se às ideias de Cutolo (2014, p. 126) que lança algumas hipóteses classificatórias a partir da existência de três níveis de luxo: o luxo aristocrático (busca e gozo de privilégios absolutamente imateriais – espaço, silêncio, segurança, etc.); o luxo democrático (tendência de dar importância crescente aos valores materiais dos produtos que se inspiram na cultura do design); e o luxo popular (aquele que permanece devoto a uma preferência por valores tangíveis, representado pela riqueza material com a qual são feitos os objetos – nesse, persistem o protagonismo dos metais e pedras preciosos e seus efeitos decorativos e ornamentais).

A proposta é provocativa, porém, importa destacar que, para além do luxo aristocrático, democrático e/ou popular, acredita-se que o luxo hoje se afilia, substancialmente, aos imaginários social, cultural, econômico e político em um processo constante de gradação, cambiante por essência, justamente por admitir um convívio entre todas essas três possíveis classificações reveladas por Cutolo (2014). O próprio autor (CUTOLO, 2014, p. 127) reconhece que a esfera do luxo é coabitada por paixões aristocráticas, democráticas, populares, inovações e tradições.

Figura 164 – *Tourmaline Gardens* HStern (2020); joias em esmeraldas brasileiras Carla Amorim; e joias folheadas Rommanel Dia dos Pais (2022).



Fonte: Instagram (IG) HStern, (01 de dezembro de 2020) e Site HStern; Instagram (IG) Rommanel, (05, 08 e 17 de agosto de 2022); Instagram Carla Amorim (16 de janeiro de 2023).

O mesmo sujeito aristocrata pode experienciar o luxo do silêncio e ainda assim desejar o gozo de exibir as peças de Alta Joalheria que compõem a coleção *Tourmaline Gardens* (2020), elaborada com pedras únicas, do acervo da HStern: “Cada joia tem tons de verde incomparáveis e formas que, não por acaso, remetem ao coração”

(INSTAGRAM HSTERN, 2020). Ou também investir na temporalidade da moda aliada a um design criterioso que envolve as joias folheadas da Rommanel e, mesmo assim, ceder ao gozo de adquirir e portar, nesse mesmo corpo, uma joia em ouro puro com gemas brasileiras certificadas assinadas por Carla Amorim<sup>365</sup>, cujas criações são transversais às movências fashionistas (**Figura 164**).

De acordo com Lipovetsky e Roux, em *O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas* (2005, p. 54), o consumidor de luxo típico ideal é multifacetado, justamente porque tira seus modelos e se associa a diferentes grupos, misturando diferentes categorias de objetos com preços e estilos diferentes. O luxo não seria mais uma entidade ao status social. O luxo estaria, logo, à serviço dos sujeitos para uma promoção de sua imagem pessoal, para falar de si, através de uma incessante hibridação entre tradição e a moda – esta acolhida como essencial ao entendimento do contemporâneo. A arte de viver que acompanha o luxo não pode ser mais absorvida a partir da noção de classe, é teatro para melhor provar os prazeres dos sentidos (LIPOVESTKY, ROUX, 2005). Por isso, Lipovetsky e Roux (2005) destacam a afirmação de um tipo inédito de luxo: o luxo emocional, experiencial, psicologizado em que se valorizam as sensações íntimas.

Vale, todavia, sublinhar que essa substituição de uma teatralidade social por uma teatralidade pessoal, apontada por Lipovetsky e Roux (2005, p. 55), não subtrai de modo algum a lógica da aparência na sociedade contemporânea. A aparência ganha consistência e força, sobretudo, por intermédio da comunicação, em especial, do marketing, à exibição de si. Isso vale para as marcas e seus públicos que passam, por sua vez, a ter que articular na construção e projeção das imagens organizacional, institucional e/ou pessoal valores de ordem objetiva (tais como qualidade formativa e material) e de ordem subjetiva (como elementos do imaginário e cultural).

Em fevereiro de 2021, o rapper americano Lil Uzi Vert (**Figura 165**) implantou um diamante rosa avaliado em R\$ 128 milhões na sua testa. Em setembro de 2021, o um fã tenta arrancar o diamante da testa do músico durante um show. A gema foi recuperada e reimplantada pelo artista. A atitude do artista sobressai a aspiração de uma presença perene e potente que clama para ser materializada no mundo, reafirmada aqui pelo clímax

---

<sup>365</sup> A designer de joias brasileira começou a desenhar joias em 1993 e, desde então, investe em joias a partir de um tripé: a natureza em todas as suas formas, a arquitetura de Brasília (sua cidade natal) e sua religiosidade. A marca demonstra preocupação com a rastreabilidade das suas gemas. As esmeraldas são também provenientes da mina Belmont Emeralds (CARLA AMORIM, 2023).

das joias. Na matéria: *Rapper Lil Uzi Vert implanta diamante rosa de R\$ 128 milhões na testa*, veiculada no TV e Famosos Uol, em 03 de fevereiro de 2021, Lil Uzi Vert destaca:

Há anos venho pagando por um diamante rosa natural de Elliot. Esta pedra custou tanto que estou pagando por ela desde 2017. Foi a primeira vez que vi um diamante rosa natural de verdade. Estou com muitos milhões na minha cara.

Nas aparições públicas de Lil Uzi Vert, ainda no mesmo ano de 2021, atenta-se que o diamante materialmente já não está mais ligado ao seu corpo. Todavia, no local da implantação, como é possível perceber em imagem do Grammy Awards 2023 (**Figura 165**), a joia persiste no corpo do músico, deixando marcas – uma cicatriz sutil que passou a compor a pele, essa que é, seguramente, o mais perfeito dos ornamentos.

Figura 165 – Lil Uzi Vert ao implantar o diamante rosa; e à esquerda, no Grammy Awards 2023, já sem o diamante na testa.



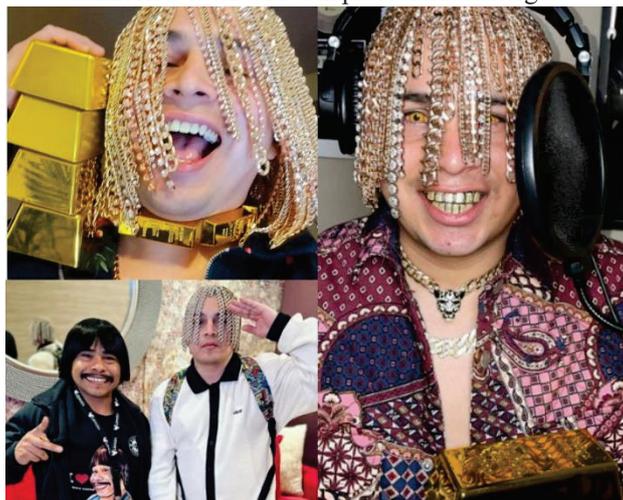
Fonte: Instagram (IG) Lil Uzi Vert, (20 de julho de 2021); Getty Imagens (2023).

Notadamente, no mesmo período, em abril de 2021, o rapper mexicano Dan Sur implantou cirurgicamente vários encaixes em ouro amarelo, onde são fixadas correntes de ouro em seu couro cabeludo, além das capas com o mesmo metal precioso que há tempos já cobrem praticamente todos os seus dentes. Dan Sur afirma que essa modificação corporal ostentatória o diferencia dos outros rappers: “o primeiro rapper com cabelos dourados da história” (GLAMURAMA UOL, 2021); “não me copiem” (INSTAGRAM DANSURIG, 2021).

Dan Sur mantém atualmente no seu couro cabeludo os encaixes e as correntes e costuma jogar com sua aparência fazendo mudanças frequentes através das joias. Em post veiculado em 26 de janeiro de 2023, no seu Instagram (IG) oficial (@dansurig), o rapper lança um desafio aos seguidores, juntamente com o músico e humorista também

mexicano Chaparro Chuacheneger<sup>366</sup>, cuja aparência é marcada pelo corte de cabelo definido com fios extremamente lisos. “Qual cabelo vale mais, o meu ou o dele de ouro [Dan Sur]?”, pergunta Chaparro. “Diga no comentário, queremos saber”, lança Dan Sur. As respostas nos comentários são variadas, irreverentes e se dividem entre o cabelo de ouro de Dan Sur e o cabelo natural de Chaparro – ambos, constantes, permanentes em sua materialidade.

Figura 166 – Dan Sur no seu Instagram (IG): “No me copie”; e abaixo, o rapper com o músico e humorista mexicano Chaparro Chuacheneger.



Fonte: Instagram (IG) Dan Sur, (10 de abril de 2021, 16 de outubro de 2021 e 24 de janeiro de 2023), respectivamente em sentido horário.

Vale frisar, nesse ponto, a condição egoística do adorno por fazer sobressair quem os portam, intensificando o sentimento de si por meio da apreciação do outro. Ao mesmo tempo, os adornos, particularmente, as joias são altruísticas por também oferecerem o seu deleite, “(...) enquanto o próprio portador pode dele fruir só no instante do auto-espelhamento – e só com o reflexo deste dar ganha valor o adorno” (SIMMEL, 2008, p. 60).

Contempla-se que as investidas de atuação corporal performativas de Lil Uzi Vert e Dan Sur são idealizadas, realizadas e ganham a mídia em um momento de retorno gradativo das atividades em todas as esferas sociais após o período mais crítico da pandemia. É considerável reconhecer essa necessidade de irradiação pessoal dilatada como uma reação desses sujeitos de resistirem à finitude, referenciada por esse atributo eterno das joias, diante de um cenário de incertezas na luta entre a vida e a morte, que atingiu todas e todos para além de crenças, classes, raças, gêneros...

<sup>366</sup> Personagem viral que surgiu na internet por volta de 2018 com vídeos engraçados. O mexicano se dedica à criação de conteúdo em plataformas como a rede social TikTok, postando paródias e colaborações com outros influenciadores (UNIVISION, 2023).

Figura 167 – Autora desta tese experienciando o filtro Diamante Uzi Vert, disponibilizado pelo Instagram (IG); e abaixo, imagem do rapper sangrando diante da tentativa do fã de tomar posse da gema.



Fonte: Instagram (IG) Filtro Diamante Uzi Vert, (23 de setembro de 2021); e Today Online, (<https://www.todayonline.com/world/american-rapper-lil-uzi-vert-has-forehead-pink-diamond-implant-ripped-out-fans>), (2021).

Nessa ambiência, a relação íntima entre o corpo e a joia potencializa o desafio constante humano de alcançar uma presença no mundo com intenções infundáveis. Essa intimidade põe em relevo o poder da joia à exibição dos sujeitos, tendo o corpo, para além de seu caráter físico, como uma metáfora leal de si mesmo. E o luxo como prazer dos sentidos tão transversal à joia passa a ser uma estratégia de vida e, por isso mesmo, não pode estar fechado no objeto, como apontam Lipovetsky e Roux (2005, p. 131): “O luxo nasce de um encontro entre o objeto e a intimidade profunda daquele que o reconhece (...) deve ser profundamente des-hierarquizado (...) é prazer a ser partilhado”.

Daí a imposição de um trabalho simbólico de todos os agentes do universo do luxo, cujos valores se referem, em especial, à singularidade, raridade, autenticidade, tradição, eternidade, como igualmente aponta Renato Ortiz, em *O universo do luxo* (2019). “Considerar que sua ‘eternidade’ [de um objeto], ou seja, sua durabilidade, contrasta com o efêmero do mundo contemporâneo, significa atribuir-lhe uma virtude que somente os produtos de luxo podem compartilhar”, afirma (ORTIZ, 2019, p. 234).

O pesquisador (ORTIZ, 2019, p. 247) vai além e toca em um ponto de interesse: ele reconhece que a relação entre útil e inútil se transformou nas sociedades contemporâneas, tornando-se o centro do debate sobre a estetização do mundo, que incluem a expansão da dimensão estética para além das fronteiras previamente estabelecidas pela tradição artística. Para ele (ORTIZ, 2019, p. 248), “o valor simbólico dos objetos não coincide necessariamente com a utilidade (...). Rompe-se assim a equivalência entre utilidade e função”.

Pensando na joia estreitamente relacionada ao luxo, reforça-se, nesse momento, o atributo da *inutilidade útil* desses adornos por seu talento em estabelecer vínculos materiais, simbólicos, afetivos e comunicativos. Deyan Sudjic, em *A linguagem das coisas* (2010, p. 216) salienta, sobretudo, que se vive uma época em que o elo com as coisas está passando por uma transformação radical. Sudjic (2010, p. 167) começa sua consideração apontando a tendência paradoxal de dar-se mais valor ao que pode ser chamado de inútil do que ao útil e acrescenta:

Em outras palavras, o mais inútil do útil é o mais valioso (...). Esse debate entre ideologia e utilidade é, em parte, um reflexo da tendência que os profissionais criativos procuram a fim de aumentar o prestígio. A inutilidade é, ao que parece, a qualidade mais valorizada. Assim os designers aspiram ser artistas. (SUDJIC, 2010, p. 204 e 211)

Na pandemia da covid-19, mesmo em um momento crítico social, político e econômico, as joias se mostraram fortalecidas como agenciadoras moventes de aspirações, proporcionando ao sujeito uma experiência de completude ao reconhecimento de si, em um tempo de reencontro com o outro. Lançando um olhar particular para o Brasil, apesar de uma diminuição da venda de joias no país, devido ao bloqueio rigoroso e imprescindível das atividades e a atenção das pessoas ao acesso a bens de extrema necessidade, ampliou-se no mercado nacional uma demanda por joias feitas sob medida e com valor afetivo. É o que mostra o relatório *Brazil Jewelry Market Industry*, publicado em janeiro de 2023, pela consultoria empresarial Mordror Intelligence. O estudo prevê inclusive crescimento anual de 1,79% para o setor entre os anos de 2022 e 2027 (MORDOR INTELLIGENCE, 2023).

Outro aspecto do relatório que merece atenção é a evidente significância da materialidade das joias para os públicos consumidores em condições sociais tão atípicas. Há uma inclinação dos consumidores brasileiros em adquirir joias em metais e pedras preciosos. Conjuntamente à restrição de compra a bens essenciais, houve um fluxo de consumo, impulsionado pelo e-commerce, que priorizou a aquisição de joias em substituição às bijuterias (acessórios estes ligados ao consumo passageiro, não durável), conforme pode ser registrado em trecho retirado na íntegra do relatório da Mordror Intelligence (2023):

Devido ao bloqueio rigoroso, as pessoas também não puderam sair de casa, por sua vez, comprando menos bijuterias, que são compradas principalmente em vez de tendências da moda. Considerando que, durante o segundo trimestre da pandemia, os consumidores se adaptaram ao modo de compra online e passaram a comprar mais por meio de redes de varejo online, aumentando a demanda pelo produto e o crescimento geral do mercado. A demanda do consumidor por novas variedades e designs de joias, especificamente as de

marca, aumenta o crescimento do mercado. A demanda pelo segmento de joias de luxo está impulsionando uma grande parte do mercado, devido à crescente preferência por joias feitas de pedras preciosas e minerais. O mercado estudado é altamente influenciado pelas mudanças nas tendências da moda, principalmente devido à contínua adaptação nas ofertas. Ao contrário, um segmento de consumidores sensíveis ao preço demanda por bijuterias (joias feitas de metais não preciosos ou prata), somando-se à crescente demanda do mercado. Os principais players estão investindo no desenvolvimento de uma forte rede de distribuição em todo o país. Marcas mais caras estão abrindo lojas tradicionais em aeroportos e novos shopping centers, principalmente nas maiores cidades do país. Isso provavelmente impulsionará o crescimento do mercado no futuro próximo.

Entre os principais *players*, ou seja, marcas que dominam o mercado nacional estão: as brasileiras Vivara e HStern, a dinamarquesa Pandora (uma das maiores fabricantes de joias do mundo), a *holding* francesa Louis Vuitton (especializada em produtos de luxo) e a também brasileira Manoel Bernardes, nessa ordem respectivamente. As preferências dos compradores se mostraram por joias com gemas coloridas, ouro branco e ouro rosé, ouro amarelo e prata, também nessa ordem. A previsão de ampliação do mercado de joias do Brasil é de 2,01% nos próximos cinco anos, segundo o *Brazil Jewelry Market Industry* (2023).

Além das joias, a pandemia despertou as pessoas para a compra do ouro amarelo em barras, como um investimento seguro, sobretudo para os pequenos investidores. No auge da crise de saúde pública mundial, o metal alcançou cotações históricas, segundo a reportagem *Barras de ouro: pandemia faz disparar demanda também pelo metal físico*, assinada por Júlia Lewgoy, em 14 de agosto de 2020, para o Valor Investe (Internacional e Commodities):

A crise do novo coronavírus reacendeu a demanda de pequenos investidores por barras de ouro físico, e não apenas pelo investimento "virtual" no metal. É isso mesmo, em pleno 2020, há cada vez mais brasileiros comprando ouro para guardar em casa. No pano de fundo, estão a busca por um investimento seguro ou o desejo de ganhar com as cotações, que têm alcançado novos patamares históricos. A cotação do metal precioso negociado em Nova York superou os US\$ 2 mil por onça-troy pela primeira vez na última semana e soma alta de mais de 30% em 2020.

Para mais, em conformidade com a ideia de *inutilidade útil* anunciada nesta tese, como não mencionar nesses presságios as chamadas joias digitais, que surgem alimentadas por um mercado pulsante de games e moda digital. São peças idealizadas e elaboradas com o apoio dos avanços das pesquisas em Inteligência Artificial. A marca Will (Joias em Movimento) apresentou, em fevereiro de 2023, uma campanha *teaser* (prévia bastante utilizada no marketing) que anunciava futuros lançamentos da marca

ligados ao universo digital. Abaixo, legenda do post no perfil oficial da marca no Instagram (IG) (@will.jewelry), em 07 de fevereiro de 2023:

Já imaginou usar nossas joias e *skins* em avatares nos games e plataformas metaverso?? Fique atento aos nossos lançamentos! #NFTWillWearable. Nossas NFTs são registradas em *blockchain* e comercializadas através da plataforma openseas. Can you imagine using our jewelry and skins on avatars in games and metaverse platforms?? Stay tuned for our releases! #NFTWillWearable. Our NFTs are registered on the blockchain and traded through the openseas platform. SHOP NOW at [www.willjewelry.com](http://www.willjewelry.com). #WillJewelry #FineJewelry #DigitalDNA #Jewelry #Cool

Ao que tudo indica, a Will está criando peças digitalizadas e *skins*, customizações que a pessoa pode usar em um avatar (espécie de cibercorpo inteiramente digital muito utilizado em jogos) e alterar sua aparência. As criações podem ser adquiridas por aqueles que pretendem investir em um estilo próprio no atualmente conhecido Metaverso, isto é, espaço coletivo virtual constituído por realidade aumentada. Estão disponíveis para comercialização pela grife de joias brasileira: a NFT<sup>367</sup> Will Jewelry Certificate – certificado digital da joia com arte 3D animada, numerada e registrada; e a NFT Will Wearable – joias digitais e acessórios para vestir avatares em games e plataformas Metaverso. A joalheria lançou, concomitantemente, a coleção [Un]Real e pergunta:

Qual o limite entre o Real e o Irreal? Com joias versáteis que se movimentam e se conectam à *Skins*, a coleção [Un]Real mostra que o limite entre a realidade e a imaginação é a Criação, a Conexão e a Liberdade. (WILL JEWELRY, 2023)

Figura 168 – Apresentação da *Coleção [Un]Real* (2022) pela Will.



Fonte: Instagram Will Jewelry, (24 de dezembro de 2022 e 07 de fevereiro de 2023); Site Will Jewelry, (<https://www.willjewelry.com/digital>), (2023).

<sup>367</sup> Token Não-fungível é um tipo especial de token criptográfico que representa algo único. Diferentemente das criptomoedas, como o Bitcoin e vários outros tokens utilitários, os NFTs não são mutuamente intercambiáveis. Um item fungível, como o dinheiro, pode ser trocado por outro (WIKIPEDIA, 2023).

Mas essas peças transpostas para o Metaverso seriam joias? Elas conseguem cumprir todos os compromissos que a joia requer, como visto até então nessas meditações? Quais são as dimensões prováveis para a joalheria que se projeta em um futuro próximo? São novas indagações que permitem que a pesquisa se mantenha palpitante, aberta e ainda mais desafiadora diante das imagináveis compreensões perante esse cenário que se revela ainda mais eloquente com as conexões digitais.

Do aspecto teórico, o que se pode assegurar é que as reflexões fomentadas nesta tese buscam, acima de tudo, contribuir partindo, em especial, da consciência de quatro noções que se revelaram expressivas: *inutilidade útil*, *poética hi-lo na joalheria*; *joalheria amplificada*; *perenidade mundana*. A primeira delas é a *inutilidade útil*, que é anunciada já no primeiro capítulo da tese e se consolida ao longo da pesquisa. Como uma das propriedades inerentes à joia, a *inutilidade útil* é virtuosa em assegurar a ampliação da presença e comunicabilidade das pessoas no mundo. Através desta característica, os adornos são absorvidos como extensões ativas do corpo por acrescerem a individualidade graças às atenções sensorial e emocional despertadas. A *inutilidade útil* implica, além do mais, o reconhecimento dos interesses plurais que compõem a vida dos sujeitos em sociedade, pertencentes a cenários culturais, sociais, históricos, econômicos e políticos diversos. Desse modo, a atração, o desejo e o arrebatamento proporcionados pela joia são permeados profundamente pelas circunstâncias que as envolvem – afeto, sedução, proteção, amor, memória, poder, status.

A segunda diz respeito a uma *poética hi-lo na joalheria*, em que os contornos que conformam o íntimo das joias se tornam ainda mais borrados, complexos de serem alinhavados; mas que, ao mesmo tempo, possibilita aos sujeitos que as criam, as portam ou as contemplam uma identificação viva, mutável entrelaçada às dinâmicas do contemporâneo. Tais modulações se revelam como fundamentais às incontáveis possibilidades tecnológicas e formativas para o design de joias, assim como para as diversas perspectivas do “pavonear-se”, pensando, singularmente, em uma sociedade tão híbrida e apegada a uma sensibilidade barroca como a brasileira.

A terceira está condicionada ao que se declara neste estudo como uma *joalheria amplificada*, moldável a um tempo flutuante que está à serviço dos sujeitos como marcador de um corpo aberto. A *joalheria amplificada* é uma joalheria eficiente em mediar e perenizar presenças através das ligações entre os sujeitos, as coisas e o mundo. A proposta de *joalheria amplificada* se conforma como um acontecimento partilhado por intervenção da afetividade, comunicabilidade e do arrebatamento. E, por fim, mais um

realce: uma *joalheria amplificada* tecida invariavelmente pela raridade, perenidade, brilho, visualidade e *inutilidade útil*, com uma materialidade encarnada.

Essa *joalheria amplificada*, por seu turno, está em confluência com a quarta noção, a *perenidade mundana*, apreendida a partir das movências fashionistas e seus novos modos de eternizar característicos da atualidade. A ideia dar conta de uma proposta formativa para a joia em diálogo constante com o devir histórico e efêmero da moda sem abrir mão dos elos com os sentidos da excepcionalidade, visualidade, luminosidade e da *inutilidade útil*. Reforçando, assim, nestas reflexões os vínculos com a persistência valorativa dos materiais preciosos, reconhecíveis nas tentativas de rupturas práticas e reflexivas para a constituição das joias ao longo dos séculos.

Figura 169 – Atleta e modelo Vivica Ifeoma usa colar da Stern HStern; colar e pulseiras Rommanel com zircônias cúbicas e outras pedras coloridas; pingente em ouro e madeira Julio Okubo; anel em madeira Sucupira reaproveitada, prata e pedras preciosas; a influenciadora digital Thassia Naves com joias Diamond Design.



Fonte: Instagram (IG) HStern, (16 de dezembro de 2021); Instagram (IG) Rommanel, (20 de setembro e 22 de dezembro de 2022); Site Julio Okubo, (<https://www.juliookubo.com.br/pingente-flor-em-ouro-amarelo-be0366as/p>); Instagram (IG) Catta Preta Artes, (08 de julho de 2020); Site Thassia Naves, (<https://thassianaves.com/dia-das-maes-diamond-design/>).

Em conclusão, com o apoio destas quatro noções, é lançada nesta pesquisa uma proposição de categorização à concepção de joia na contemporaneidade: as *joias inteiramente feitas em metais e pedras preciosos*, que usa exclusivamente metais nobres puros, associados a materiais naturais, compostos e sintéticos na confecção das peças, ilustrada especialmente através da marca brasileira HStern; as *joias folheadas* a metais preciosos que combinam pedras naturais, compostas e sintéticas, anunciadas também de modo particular pela marca nacional Rommanel; as *biojoias*, que se valem dos diversos materiais naturais conectados a uma necessária responsabilidade sociocultural e ambiental, mas ainda sim condicionadas às presenças dos metais preciosos e gemas naturais, compostas e sintéticas; as *joias artísticas*, que servem de meio à experimentação da arte mantendo as relações com a materialidade, arriscando-se como adornos corporais

portáteis e ostentáveis e, em alguns casos, concebidas restritamente para fins contemplativos; e por último, as *joias de moda* ou *fashion jewellery*, que se revelam como uma categoria movente por envolver todos os demais grupos, além de guiar expressamente os processos formativos das bijuterias – estas distinguidas como acessórios corporais.

O propósito não é de forma alguma oferecer uma categorização perene, contudo, representa o resultado do esforço autoral de uma articulação reflexiva e prática que indica caminhos para a idealização, desenvolvimento, comunicação e consumo do adorno joia, em face da diversidade identitária que conforma a joalheria e toda sua condição mutável no sistema das joias da atualidade.

Ao longo da pesquisa, a análise cumpriu seu intento principal ao assegurar os entrelaçamentos entre a *visualidade*, a *forma* e o *consumo* na concepção das joias na contemporaneidade. A *visualidade*, perpassada pela moral, segue requisitando a permanência distintiva dos metais reluzentes e preciosos, em especial, do ouro, exercendo fascínio, sedução, desejo, inveja, ambição.... Uma expressividade que se exhibe nas criações da joalheria, sejam elas ornamentais, decorativas, artísticas, despertando experiências sensíveis nos sujeitos.

A *forma* declara sua habilidade em arrebatar e conduzir as percepções estéticas dos sujeitos. As investigações levaram, ademais, à compreensão singular do protagonismo do ornamento na conformação do adorno. O ornamento, como tema constituinte de uma estilização formal, e o adorno, concebido a partir do ornamento e percebido como objeto sociocultural enérgico, se revelam interligados ao exercício formativo, proporcionando efeitos decorativos e ornamentais àqueles que idealizam, criam, admiram, portam e desejam as joias.

O *consumo* e seu elo com as engrenagens da moda são apreendidos como práticas culturais formantes particulares à vida em sociedade, que anunciam a joia como adorno ativo na impreterível movência à *composição da aparência*. Um consumo que se mostra conectado ao ambiente digital fluido, à acessibilidade atrelada à cultura midiática e, ao mesmo tempo, ao luxo e sua excepcionalidade e à necessária consciência social, ética e ambiental em um mundo guiado, cada vez mais, pelas experiências da Inteligência Artificial.

Essas percepções confirmam os esforços específicos realizados para o entendimento da joia em diálogo constante e inevitável com o contexto histórico e as demandas sociais contemporâneas, a partir de um olhar sensível e simbólico para a

materialidade destes adornos, através dos metais preciosos e das pedras preciosas. Tais observações são declaratórias para a proposição de perceber os deslocamentos que levaram o traço, ou melhor, o estilo das joias do peso, da ostentação para a leveza; considerando, além do mais, as interfaces híbridas que conformam a circunstância atual e suas conexões com o real, o imaginário, o simbólico e o digital.

O desenho não linear - mas, assegura-se que perseverante - traçado nos questionamentos propostos até então se exhibe como um convite a potentes observações que estão por vir instigadas por uma indispensável compreensão das joias na contemporaneidade. Tendo origem, em particular, de um olhar imerso na sociedade brasileira por encontros entre ideia, criação e recepção no desenvolvimento, na apresentação e comercialização desses objetos socioculturais tão representativos. Joias admitidas como adornos vívidos que envolvem as experiências das pessoas possibilitadas por convívios intersubjetivos que comportam os cenários, as memórias, os constantes fluxos culturais, sociais, ambientais, econômicos, políticos e éticos valorados pela humanidade.

## REFERÊNCIAS

### Bibliografia

- ADICHIE, Chimamanda Ngozi. **Sejamos todos feministas**. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2014.
- AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo? e outros ensaios**. Tradução: Vinícius de Nicastro Honesko. Chapecó: Argos, 2009.
- ANDRADE, Carlos Drummond de. **Poesia completa: conforme as disposições do autor**. Rio de Janeiro: Nova Aguilar; Bradesco Seguros, 2001. 2v. (Biblioteca Lusobrasileira. Série Brasileira).
- ANDRADE, Mário de. O artista e o artesão. In: **O baile das quatro artes**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.
- APPADURAI, Arjun. **A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Tradução: Agatha Bacelar. – Niterói: Editora da UFF, 2008.
- BAHIA, Governo do Estado. Secretaria de Cultura. IPAC. **Festa da Boa Morte**. Cadernos do IPAC. Salvador: Fundação Pedro Calmon; IPAC, 201.
- BAUDELAIRE, Charles. **As Flores do mal**. Edição bilíngüe. Tradução de Ivan Junqueira. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985: 361.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Trad. Artur Morão. Rio de Janeiro: Edições 70, 1991.
- BENISTE, José. **Òrun Àiyé: o encontro de dois mundos**. Bertrand Brasil, 2004.
- BENJANMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. In: A ideia do cinema. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1961.
- BÍBLIA CATÓLICA. **Antigo Testamento**. Disponível em: <<https://www.bibliacatolica.com.br/>>. Acesso em 26 jun. 2019.
- BÍBLIA, A. T. Gênesis. In **BÍBLIA**. Português. Sagrada Bíblia Católica: Antigo e Novo Testamentos. Trad. José Simão. São Paulo: Sociedade Bíblica de Aparecida, 2008. p. 01-20.
- BONEWITZ, Ronald Louis. **Gemas e pedras preciosas**. Trad. Lizandra Magon de Almeida. Barueri, SP: Disal, 2013.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. Introdução, organização e seleção Sergio Miceli. São Paulo: Perspectiva, 2007. – (Coleção estudos; 20/ dirigida por J. Guinsburg).
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil S.A, 1989.

- BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Trad. Daniela Kern; Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: EDUSP, Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.
- CAMUS, Albert. **O homem revoltado**. Tradução: Valerie Rumjanek. – 9ª ed. – Rio de Janeiro: Record, 2011.
- CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. 3ª ed. São Paulo: Blucher, 2008.
- CARVALHO, Flávio de. **A moda e o novo homem: dialética da moda**. Organizado por Sergio Cohn e Heyk Pimenta – Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2010.
- CHAUI, Marilena. **Brasil: mito fundador e sociedade autoritária**. São Paulo: Perseu Abramo, 2000.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. **As formas da Moda: Comportamento, estilo e artisticidade**. São Paulo: Annablume, 2013.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. **A moda numa perspectiva compreensiva**. Cruz das Almas/BA: UFRB, 2014.
- CIDREIRA, Renata Pitombo...[et al]. **As vestes da Boa Morte**. – Cruz das Almas/BA: UFRB, 2015b.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. **O belo contemporâneo: corpo, moda e arte**, aula apresentada no Seminário online do doutorado de moda da UBI (Universidade de Beira Interior - Portugal), realizado no dia 19 de maio de 2020.
- CONAN, Michel. **Bourgeois and Aristocratic Cultural Encounters in Garden Art, 1550-1850**. Washington, D.C.: Dumbarton Oaks, 2002.
- CUTOLO, Giovanni. **Luxo & Design: ética, estética e mercado do gosto**. Tradução Newton Cunha. – 1. Ed. – São Paulo: Perspectiva, 2014.
- DAYÉ, C.; CORNEJO, C.; COSTA, E. **Joalheria do Brasil: história, mercado e ofício**. Baureri: Disal, 2017.
- DELORME, Maureen. **Mourning Art & Jewelry**. Estados Unidos, Schiffer Pub., 2004.
- DEN BESTEN, Liesbeth. **On Jewellery: A Compendium of International Contemporary Art Jewellery**. Stuttgart; Woodbridge: Arnoldsche Verlagsanstalt, 2011.
- DIEGUEZ, Consuelo. **HStern: a história do homem e da empresa**. 1ª ed. – Rio de Janeiro; Record, 2015.
- DEWEY, John. **Arte como Experiência**. Trad.Vera Ribeiro. São Paulo: Martins Martins Fontes, 2010.
- DOMINGUES, Izabela. MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de ativismo**. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2018.

- DURAND, Gilbert. **A imaginação simbólica**. Trad. Eliane Fittipaldi Pereira. São Paulo: Cultrix, Editora da Universidade de São Paulo, 1998.
- DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário: introdução à arquetipologia geral**. Trad. Hélder Godinho. 4ª ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.
- ECO, Umberto. **História da beleza**. Trad. Eliana Aguiar. 4ª ed. – Rio de Janeiro: Record, 2014.
- ELIAS, Norbert. **O processo civilizador: Uma história dos costumes**. Trad. Ruy Jungmann. 2ª ed. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994.
- FIGUEIREDO, Lucas. **Boa ventura! A corrida do ouro no Brasil [1697-1810]: a cobiça que forjou um país, sustentou Portugal e inflamou o mundo**. Rio de Janeiro: Record, 2011.
- FLOOD, Kathy. **Warman's Jewelry: Identification and Price Guide**. 4ª edição, Iola, Wisconsin, EUA: Krause Publications, 2010.
- GILES, Stephen. **Millers Antiques Checklist Jewellery**. London: Octopus Publishing Group, 2000.
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Trad. Maria Célia Santos Raposo. Petrópolis: Vozes, 1985.
- GOLA, Eliana. **A joia do Brasil – Moda, tecnologia e costumes nos últimos 50 anos**. 1ª ed. Brasil, Portugal, Cabo Verde, Angola: Chiado Books, 2020.
- GOLA, Eliana. **A Joia: história e design**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.
- GOMBRICH, E. H. **O sentido da ordem: um estudo sobre a psicologia da arte decorativa**. Trad. Daniela Pinheiro Machado Kern. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- GRISERI, Angela. **Ourivesaria Barroca**. Tradução: João Luiz Gomes. 1ª ed. – Lisboa: Editorial Presença, 1989.
- HALBWASHS, Maurice. **Memória coletiva**. Tradução de Laurent Léon Schaffter. São Paulo: Edições Vértice, 1990.
- HUXLEY, Aldous. **As portas da percepção; céu e inferno**. Trad. Marcelo Brandão Cipolla; Thiago Blumenthal. 1ª ed. – São Paulo: Biblioteca Azul, 2015.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução de Susana Alexandria. Edição ampliada. São Paulo: ALEPH Editora, 2009.
- JONES, Owen. **A gramática do ornamento: uma rara coleção de mais de 2.350 padrões clássicos**. Trad. Alyne Azuma. São Paulo: Editora Senac, 2010.
- KANT, Immanuel. **Crítica da faculdade do juízo**. Trad. Valerio Rohden; Antonio Marques. 2ª ed. – Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

- KLEIN, Richard. **As joias falam: uma tese romanceada**. Tradução de Eduardo Francisco Alves. Rio de Janeiro: Rocco, 2004.
- KRENAK, Ailton. **Ideias para adiar o fim do mundo**. 2ª ed. – São Paulo: Companhia das Letras, 2020.
- LAMACHIA, Fábio. **Pedras preciosas do Brasil (Brazilian precious stones)**. Osasco: Novo Século Editora, 2011.
- LE BRETON, David. **Adeus ao corpo: Antropologia e sociedade**. Trad. Marina Appenzeller. 3ª ed. - Campinas, SP: Editora Papirus, 2003.
- LE BRETON, David. **A sociologia do corpo**. Trad. Sônia M.S. Fuhrmann. 2ª ed. – Petrópolis: Vozes, 2007.
- LIPOVETSKY, Gilles. **Da leveza: rumo a uma civilização sem peso**. Trad. Idalina Lopes. Barueri, SP: Manole, 2016.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **Luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas**. Trad. Maria Lúcia Machado. – São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- LUBISCO, Nídia Maria Lienert; VIEIRA, Sônia Chagas. **Manual de estilo acadêmico: trabalhos de conclusão de curso, dissertações e teses**. 6ª ed. rev. e ampl.- Salvador: EDUFBA, 2019.-158 p.; il.
- LODY, Raul. **Joias de axé: fios-de-contas e outros adornos do corpo: a joalheria afro-brasileira**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- LODY, Raul. **Moda e história: as indumentárias das mulheres de fé**. São Paulo: Editora Senac. São Paulo, 2015.
- MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Trad. Maria de Lourdes Menezes. 4a. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.
- MAFFESOLI, Michel. **Homus Eroticus: comunhões emocionais**. 1ª ed. – Rio de Janeiro: Editora Forense LTDA, 2014.
- MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Trad. Bertha Halpern Gurovitz. 4ª ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.
- MALLARMÉ, Stéphane. **Joias Bijoux**. La dernière mode: gazette du monde et de la famille. Paris: Editions Ramsey. Trad. Izabel Haddad e revisão de Márcia Bandeira, 1874.
- MAUSS, Marcel. **Sociologia e antropologia**. Trad. Paulo Neves. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

- MBEMBE, Achille. **Crítica da razão negra**. Trad. Sebastião Nascimento. 3ª ed. – Instituto Francês do Brasil: N-1 Edições, 2018.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **Conversas, 1948**. MÉNASÉ, Stéphanie (Org.). Tradução: Fabio Landa, Eva Landa; revisão de tradução Marina Appenzeller. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. Trad. Carlos Alberto Ribeiro de Moura. 5ª ed. – São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2018.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **O olho e o espírito**. Trad. Paulo Neves; Maria Ermantina Galvão Gomes Pereira. São Paulo: Cosac Naify, 2014.
- MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas: Estudos antropológicos sobre a cultura material**. Trad. Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Zahar, 2013b.
- MILLER, Judith. **Jewel: A celebration of earth's treasures**. Londres: Editora DK Penguin Random House, 2016a.
- MONNERYON, F.; RENARD, J.; LEGROS, P.; TACUSSEL, P. **Sociologia do imaginário**. Trad. Eduardo Portanova Barros; 2ª ed. (Coleção Imaginário Cotidiano) – Porto Alegre: Sulina, 2014.
- NADELHOFFER, Hans. **Cartier**. Estados Unidos: Chronicle Books, 2007.
- NERY, Marie Louise. **A evolução da indumentária: subsídios para a criação de figurino**. 5ª reimpr. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2013.
- NODARI, Eunice; PEDRO, Joana Maria; IOKOI, Zilda M. Gricoli (Org.). **Anais do XX Simpósio Nacional de História**. Florianópolis, 1999, V. II. Disponível em: <[https://anpuh.org.br/uploads/anaissimposios/pdf/2019-01/1547483135\\_49412d57c3a9124d654fееееcccd445d6.pdf](https://anpuh.org.br/uploads/anaissimposios/pdf/2019-01/1547483135_49412d57c3a9124d654fееееcccd445d6.pdf)>. Acesso em 11 abr. 2019.
- NOVAES, Adauto *et al.* **O Olhar**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- ORDINE, Nuccio. **A utilidade do inútil: um manifesto**. Trad. Luiz Carlos Bombassaro. 1ª ed. – Rio de Janeiro: Zahar, 2016.
- ORTIZ, Renato. **O universo do luxo**. 1ª ed. – São Paulo: Alameda, 2019.
- PAIM, Gilberto. **A beleza sob suspeita: o ornamento em Ruskin, Lloyd Wright, Loos, Le Corbusier e outros**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.
- PAIVA, Eduardo França. **Amuletos, práticas culturais e comércio internacional**. In:
- PAREYSON, Luigi. **Estética: Teoria da formatividade**. Trad. Ephraim Ferreira Alves. – Petrópolis: Vozes, 1993.
- PARRET, Herman. **A Estética da Comunicação: além da pragmática**. Trad. Roberta Pires de Oliveira. – Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1997.

- PASSOS, Ana. **Jóias na Bahia dos séculos XVIII e XIX: Itamar Musse Junior**. São Paulo: Itamar Musse Antiguidades, Capivara, 2017
- PEZZOLO, Dinah Bueno. **A pérola: história, cultura e mercado**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.
- PHILLIPS, Clare. **Jewels & Jewellery**. London: V&A Publishing, 2015.
- PIRES, Beatriz Ferreira. **Corpo como suporte da arte: piercing, implante, escarificação, tatuagem**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.
- PRANDI, Reginaldo. **Mitologia dos orixás**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências: uma história da indumentária (séculos XVII – XVIII)**. Trad. Assef Kfourí. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.
- RIBEIRO, Maria Goretti. **Imaginário da serpente de A a Z** (Livro eletrônico). Campina Grande: EDUEPB, 2017a.
- RISÉRIO, Antonio. **Caymmi: uma utopia de lugar**. São Paulo: Perspectiva, 1993.
- SACRAMENTO, Enoch; SACRAMENTO FILHO, Lamartine. **Brasil 500 anos: A arte no Ciclo do Ouro**. São Paulo: Byk Química Farmacêutica, 2000.
- SANT'ANNA, Mara Rúbia. **O Brasil por suas aparências: sociabilidades coloniais: entre o ver e o ser visto**. 1ª ed. – São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.
- SANTOS, Rita. **Jóias: fundamentos, processos e técnicas**. São Paulo: Editora Senac, 2017.
- SAUER, Jules Roger. **Brasil: Paraíso das pedras preciosas**. Rio de Janeiro: Gráfica Riex Editora S.A, 1982.
- SARTRE, Jean Paul. **O imaginário: psicologia fenomenológica da imaginação**. Tradução de Duda Machado. São Paulo: Editora Ática, 1996.
- SHUMANN, Walter. **Gemas do mundo**. Tradução: Rui Ribeiro Franco, Mario Del Rey. – 9ª Ed. ampl. e atual. – São Paulo: Disal, 2005.
- SIMMEL, Georg. **A caricatura**. In.: Bakhtiniana: Revista de Estudos do Discurso. Tradução: Tradução do italiano: Adriana Pucci Penteadó de Faria e Silva - São Paulo, v. 1, nº 2, p. 197-204, 2º sem. 2009.
- SIMMEL, Georg. **O conceito e a tragédia da cultura**. In.: Simmel e a modernidade; Jessé Souza e Berthold Öelze – Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2005, 2ª ed., 268 p.
- SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda e outros escritos**. Tradução, introdução e notas Artur Morão. Lisboa: Texto&Gráfia, 2008.
- SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais da Sociologia: indivíduo e sociedade**. Trad. Pedro Caldas. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx: roupa, memória, dor**. TADEU, Tomaz (Org.). Trad. Tomaz Tadeu. 5ª ed. Ver. – Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.

SUDJIC, Deyan. **A linguagem das coisas**. Trad. Adalgisa Campos da Silva. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

ULTRACHT, Oppi. **Traditional Jewelry of India**. Reino Unido: Thames & Hudson, 2008.

VALVERDE, Monclar. **As formas do sentido: estudos em estética da comunicação**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

VALVERDE, Monclar. **Breve fenomenologia da expressão**. Salvador: Arcádia, 2017.

VALVERDE, Monclar. **A instituição do sensível – uma hermenêutica da experiência estética**. Aracaju: J. Andrade, 2018.

VIANNA, Hildegardes. **A Bahia já foi assim: crônicas de costumes**. 3ª ed. Salvador: FG, 2000.

VIGARELLO, Georges. **O sentimento de si: História da percepção do corpo, séculos XVI-XX**. Trad. Francisco Morás. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Tradução: Lólio Lourenço de Oliveira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

### Dicionários

CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain. **Dicionário de símbolos: mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores e números**. Colaboração: André Barbault; coordenação: Carlos Sussekind; tradução: Vera da Costa e Silva. – 6ª ed. – Rio de Janeiro: José Olímpio, 1992.

CUNHA, Antônio Geraldo da. **Dicionário etimológico**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1982.

### Teses e Dissertações

BENATTI, Lia. **Inovação nas técnicas de acabamento decorativo em sementes ornamentais brasileiras: design aplicado a produtos com perfil sustentável**. Dissertação (Mestrado em Design). Universidade do Estado de Minas Gerais, 2013.

BOROTTI, Andressa Roberta. **A arte de gravar em gemas como elemento principal na criação de joias**. Dissertação (Mestrado em Ciências). São Paulo: Universidade de São Paulo, 2022.

CAMPOS, Ana Paula de. **Arte-joalheria: Uma cartografia pessoal**. 2011. 257 páginas. Tese (Doutorado - Artes). Campinas: UNICAMP, 2011.

- CRUZ, Etevaldo. **Tão óbvio que cega: das dinâmicas gestuais entre o material, o atitudinal e a presença em Arthur Bispo do Rosário**. Tese (Doutorado em Cultura e Sociedade). Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2020.
- DE MOURA, Salvador Tavares. **Serra Pelada: experiência, memórias e disputas**. Dissertação (Mestrado). São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2008.
- FACTUM, Ana Beatriz Simon. **Joalheria escrava baiana: a construção histórica do design de joias brasileiro**. 2009. 309 páginas. Tese (Doutorado – Design e Arquitetura). São Paulo: Universidade de São Paulo, 2009.
- GONÇALVES, Veruska Barreiros. **Moda afro-baiana: comunicação e identidade através da estética afro**. 2008. 125 páginas. Dissertação (Mestrado – Estudos Étnicos e Africanos). Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2008.
- GUIMARÃES, Francisco de Assis Portugal. **Relíquias e relicários em Salvador, Bahia: devoção e arte**. 2016. 519 páginas. Tese (Doutorado em Artes Visuais). Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2016.
- LAGO, Tatiana Eder da Rocha. **Caracterização e impregnação polimérica do porongo (*lagenaria siceraria*) visando aplicação no design de biojoias**. 2013. 91 páginas. Dissertação (Mestrado em Design). Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2013.
- LEAHY, Renata Costa. **Metáfora do cabide: corpo e aparição nos desfiles de moda**. Tese (Doutorado em Cultura e Sociedade). Universidade Federal da Bahia, Université Paris Nanterre, 2018.
- LLABERIA, Engracia M. Loureiro da Costa. **Design de joias: Desafios contemporâneos**. Dissertação (Mestrado – Design). São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2009.
- MERCALDI, Marlon Aparecido. **Joia contemporânea: relações entre o adorno e o corpo**. 2016. 152 páginas. Dissertação (Mestrado em Design). Bauru: Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita”, 2016.
- NADUR, Angela Vido. **A lapidação de gemas no panorama brasileiro**. 2009. Dissertação (Mestrado em Mineralogia Experimental e Aplicada). São Paulo: Universidade de São Paulo, 2009.
- SANTOS, Irina Aragão dos. **Adornos pessoais: uma reflexão sobre as relações sociais, processo de design, produção e formação acadêmica**. Dissertação (Mestrado em Design). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2003.
- SANTOS, Irina Aragão dos. **Tramas de afeto e saudade: em busca de uma biografia dos objetos e práticas vitorianos no Brasil oitocentista**. Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2014.
- SILVA, Simone Trindade. **Referencialidade e representação: um resgate do modo de construção de sentido nas pencas de balangandãs a partir da coleção Museu Carlos Costa Pinto**. 2005. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais). Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2005a.

VIEIRA, Gina R. Reis. **Um diálogo entre a cultura local e o design de moda**. 2017. 205 páginas. Dissertação (Mestrado – Cultura de Sociedade). Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2017.

### Artigos

AGOSTINI, Camila. **A vida social das coisas e o encantamento do mundo na África Central e Diáspora**. In: *Métis: história & cultura*, v. 10, n.19, 2011. Disponível em: <<http://ucs.br/etc/revistas/index.php/metis/article/view/1744>>. Acesso em 30 jul. 18.

ALBINO, J.; et all. **Internacionalização de marcas de luxo brasileiras: um estudo de caso da joalheria H. Stern**. In: *Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais*. V. 04, n. 01, 2009.

ARAÚJO, A. F.; TEIXEIRA, M.C.S. **Gilbert Durand e a pedagogia do imaginário**. In: *Letras de hoje*, v. 44, n. 4, p. 7-13, out-dez.2009.

BARBOSA, Livia. **Garimpo e meio ambiente: águas sagradas e águas profanas**. In: *Estudos históricos*, Rio de Janeiro, vol. 4, n. 8, 1991, p. 229-243.

BRENNAND, J.; VENTURA, J. **Os brechós como espaços de moda, pechincha e de reconfiguração do espaço urbano**. *Anais do XV ENECULT (Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura)*: 2019. Disponível em: <<http://www.enecult.ufba.br/modulos/submissao/Upload-484/111469.pdf>>. Acesso em 17 jul. 2020.

CAMPOS, Ana Paula de. (2012). **Pensando a joalheria contemporânea com Deleuze e Guattari**. *Revista Trama Interdisciplinar*, v. 2, n. 2. Recuperado de <https://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/tint/article/view/4429>.

CARDOSO, Rafael. **Design, cultura material e o fetichismo dos objetos**. In: *Arcos*, v. 1, nº único, 1998.

DE OLIVEIRA, Poliana Conceição. **René Lalique: a joia como simbologia**. 2015. 104 páginas. Monografia (Especialista em Moda, Cultura de Moda e Arte) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora (MG), 2015.

GOMES, O. C. **A medicina no século XVII. As descobertas científicas. Os introfísicos e os introquímicos. Thomas Sydenham e o neo-hipocratismo seiscentista**. *Revista de História*, [S. l.], v. 6, n. 13, p. 85-122, 1953. DOI: 10.11606/issn.2316-9141.v6i13p85-122. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revhistoria/article/view/35219>. Acesso em: 15 ago. 2022.

JUNQUEIRA, Clécia. **Keeping up with the Kardashians: a naturalização dos reality shows e a nova concepção de corpo feminino**. In: *O belo contemporâneo: corpo, moda e arte*. Organização: Renata Pitombo Cidreira. Aracaju: J. Andrade, 2019.

KOPYTOFF, Igor. **A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo**. In: *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Organização Arjun Appadurai. Tradução de Agatha Bacelar. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.

- LEJDERMAN, B, ZOT JD. **Narcisismo e Redes sociais**. Revista Brasileira de Psicoterapia, 2020, n22(2). P. 55-67. Disponível em: <[http://rbp.celg.org.br/detalhe\\_artigo.asp?id=344](http://rbp.celg.org.br/detalhe_artigo.asp?id=344)>. Acesso em 15. Nov. 2021.
- LOPES, M. I. V. de. **Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação**. In: Comunicação & Educação, 2003, (26), 17-34. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v0i26p17-34>>. Acesso em: 24 jul. 2023.
- MERCALDI, M. A.; MOURA, M. **Definições da joia contemporânea**. Moda Palavra E-periódico: Ano 10, n. 19, jan-jun 2017. P. 64-67.
- MORAIS, Yan Bezerra de. **A morte, o luto e a memória: possibilidade de compreensão sociocultural e histórica**. Curitiba: Cadernos de Clio, n.º 5, 2014.
- PAIVA, Eduardo França. **Amuletos, práticas culturais e comércio internacional**. In: NODARI, Eunice; PEDRO, Joana Maria; IOKOI, Zilda M. Gricoli (Org.). Anais do XX Simpósio Nacional de História. Florianópolis, 1999, V. II. Disponível em: <[https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1547483135\\_49412d57c3a9124d654fееееcccd445d6.pdf](https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1547483135_49412d57c3a9124d654fееееcccd445d6.pdf)>. Acesso em: 11 abr. 19.
- PIRES, Beatriz Ferreira. **Forget me Knot – dos anéis e de seus materiais**. In: Revista Dobras, v. 9, nº 20, 2016. Disponível em: <<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/492>>. Acesso em: 31 jul. 18.
- PIRES, Beatriz Ferreira. **Possíveis relações entre corpo, pele, gestual e adornos corporais**. Anais do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia, 2017. P. 113-121. Disponível em: <[http://lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs\\_ebooks/article/view/3084](http://lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/3084)>. Acesso em 18 abr. 2018.
- SILVA, Paulo José Carvalho da. **Lembrar para esquecer: a memória da dor no luto e na consolação**. Rev. Latinoam. Psicopat. Fund. São Paulo, v. 14, n. 4, p. 711-720, 2011b.
- SOUZA, Noemy; COSTA, Sérgio; SILVA, Mayane. **Internacionalização e impactos socioambientais do microempreendimento paraense de biojoias da Tribu**. Revista Foco, v.16, n.2 |e725| p.01-18, 2023.
- WANDERLEY, Luiz Jardim. **Ouro como moeda, ouro como commodity**. Revista de Economia Política e História Econômica, número 34, agosto de 2015.

### **Cursos e Seminários**

- CIDREIRA, Renata Pitombo. **O belo contemporâneo: corpo, moda e arte**. In: Seminário online do doutorado de moda da UBI (Universidade de Beira Interior - Portugal), 19 de maio de 2020, Brasil, Portugal (Vídeo conferência).
- CAMPOS, Ana Paula de. **Arte, Design, Artesanato: Encontros e desencontros na joalheria**. In: Curso online oferecido pelo Atelier Mourão, 12 de abril a 3 de maio de 2022, Brasil (Vídeo conferência).

CAMPOS, Ana Paula de. **Corpo e joia: Aproximações históricas**. In: Curso online oferecido pela Escola OCCO – Ornamentação Corporal Contemporânea, 09, 16, 23 e 30 de abril de 2021, Brasil (Vídeo conferência).

### **Catálogos, Newsletters e Revistas**

BVLGARI. **Bulgari Porfolio**. Skira, 2013.

HSTERN. **Catálogo O fio que costura Ouro: a arte do Brasil**. Rio de Janeiro: Estúdio Gráfico Márcia Cabral, 2015.

H. STERN. **Catálogo HSTERN**. Nova York (USA): Assouline, 2015.

MOTA, Tamyr. Carlos Rodeiro: Sucesso e legado. **Let's Go Bahia**. Salvador: V2M Editora, n. 55, p. 66-71, Ago/Set 2021.

MUDE. **Catálogo Joias e Objetos de Proteção para o Século XXI**, 2020. Disponível em: <  
<https://www.mude.pt/public/uploads/exposicoesonline/MUDE%20joias%20protecao%20expo%20catalogo%20PT.pdf>>. Acesso em 23 de fevereiro de 2023.

ROMMANEL. **Catálogo Alto Verão**, 2023.

ROMMANEL. **Catálogo Borboletas: a arte de transformar!**, 2023.

ROMMANEL. **Catálogo Raízes Simone & Simaria**, 2019.

ROMMANEL. **Catálogo Olho grego**, 2019.

ROMMANEL. **Catálogo Gio 10 anos**, 2022. Disponível: <  
<https://www.rommanel.com.br/colecoes/gio-10-anos>>. Acesso em 18 nov. 2022.

SILVA, Simone Trindade Vicente da. **Joias crioulas**. São Paulo: Instituto Victor Brecheret, 2012. (Coleção Museu Carlos Costa Pinto).

NEWSLETTER HSTERN. **Joias versáteis HStern: O poder está nas suas mãos**, 17 de setembro de 2021.

NEWSLETTER HSTERN. **Choker, colar ou pulseira? Fluid Gold é tudo isto!**, 10 de fevereiro de 2022.

### **Press releases**

ROMMANEL (Helena Augusta Assessoria). 2021, janeiro. *Rommanel celebra 35 anos de sucesso com coleção que retrata sua paixão em transformar vidas* [Release]. [recebido por e-mail].

HSTERN (Departamento de Comunicação HStern). 2019, abril. Nova coleção Flow(er) da HStern reflete um mergulho na natureza: Do fluir da água ao nascer das flores [Release]. [recebido por e-mail].

## Sites

**ADORO JOIAS (HSTERN).** Bruna Marquezine revela sua conexão com os astros durante fotos com joias HStern. Disponível em: <<https://adorojoiias.com.br/tag/bruna-marquezine/>>. Acesso em 09 jan. 2023.

**ADORO JOIAS (HSTERN).** Coleção *Stars*. Disponível em:<<https://adorojoiias.com.br/tag/colecao-stars/>>. Acesso em 04 jan. 2022.

**ADORO JOIAS (HSTERN).** Estas maravilhas estarão por pouco tempo no Brasil. Disponível em: <<https://adorojoiias.com.br/estas-maravilhas-estarao-por-pouco-tempo-no-brasil/>>. Acesso em 07 jan. 2022.

**ADORO JOIAS (HSTERN).** HSTERN no Oscar. Disponível em: <<https://adorojoiias.com.br/retrospectiva-joias-h-stern-no-oscar/>>. Acesso em 26 fev. 2020.

**ADORO JOIAS (HSTERN).** Pedras Roladas. Disponível em: <<https://adorojoiias.com.br/pedras-roladas-prata/>>. Acesso em 07 mai. 2020.

**ADORO JOIAS (HSTERN).** My Collection Sasha Meneghel. Disponível em:<<https://adorojoiias.com.br/mycollection-hstern-apresenta-collab-com-sasha-meneghel-conheca-a-sasha-collection/>>. Acesso em: 10 jul. 2020.

**ADORO JOIAS (HSTERN).** Anéis Alice Surpreendentes. Disponível em:<<https://adorojoiias.com.br/aneis-alice-surpreendentes/>>. Acesso em 11 jul. 2020.

**ADORO JOIAS (HSTERN).** Conheça as novas joias inspiradas nos balés do Grupo Corpo. Disponível em:<<https://adorojoiias.com.br/conheca-as-novas-joias-inspiradas-nos-bales-do-grupo-corpo/>>. Acesso em 24 de fev. de 2023.

**ADORO JOIAS (HSTERN).** Nova coleção Gravity by HSTERN. Disponível em:<<https://adorojoiias.com.br/nova-colecao-gravity-by-hstern-apresenta-joias-inspiradas-na-lua-e-na-gravidade/>>. Acesso em 11 jul. 2020.

**AGÊNCIA BRASIL.** Decreto que autoriza ações em área Yanomami entra em vigor. Disponível em:<<https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/saude/audio/2023-01/decreto-que-autoriza-aco-es-em-area-yanomami-entra-em-vigor>>. Acesso em 01 de fev. de 2023.

**AMARJON.** Biojoias. Disponível em: <<https://loja.amarjon.com.br/pagina/biojoias.html>>. Acesso em 11 de fev. de 2023.

**ANNA RAMALHO.** Marca lança coleção inspirada na novela Império. Disponível em: <<https://www.annaramalho.com.br/marca-lanca-colecao-inspirada-na-novela-imperio/>>. Acesso em 17 nov. 2022.

**ANORO.** Disponível em: <<https://www.anoro.com.br>>. Acesso em 02 ago. 2022.

**ANTONIO BERNARDO.** Institucional. Disponível em: <<https://www.antoniobernardo.com.br/institucional/>>. Acesso em 27 de jan. de 2023.

**ARA VARTANIAN.** Nosso compromisso. Disponível em:<<https://aravartanian.com/pt/our-commitment/>>. Acesso em: 13 de fev. de 2023.

**ARCHITECTURAL DIGEST.** H.Stern Jewelry Inspired by Architect Oscar Niemeyer. Disponível em: <[https://www.architecturaldigest.com/story/oscar-niemeyer-h-stern-jewelry?mbid=social\\_facebook\\_post1\\_blog-shopping](https://www.architecturaldigest.com/story/oscar-niemeyer-h-stern-jewelry?mbid=social_facebook_post1_blog-shopping)>. Acesso em 12 mai. 2020.

**ARCHITECTURAL DIGEST.** H.Stern Unveils the Striking Redesign of Its New York Flagship. Disponível em: <<https://www.architecturaldigest.com/story/h-stern-redesign-new-york-flagship>>. Acesso em 25 de jan. 2023.

**ARCHDAILY.** H.Stern Nova Iorque / Studio Arthur Casas. Disponível em: <<https://www.archdaily.com.br/br/913505/hstern-ny-studio-arthur-casas>>. Acesso em 27 de jan. de 2023.

**ARQUIDIOCESE DE SALVADOR.** Fiéis suplicam intercessão de São Francisco Xavier pelo fim da pandemia. Disponível em: <<https://arquiocesasalvador.org.br/fieis-suplicam-intercessao-de-sao-francisco-xavier-pelo-fim-da-pandemia/>>. Acesso em 11 mai. 2022.

**ARQUIDIOCESE DE SALVADOR.** Padroeiro de Salvador, São Francisco Xavier recebe homenagens de soteropolitanos. Disponível em: <<https://arquiocesasalvador.org.br/padroeiro-de-salvador-sao-francisco-xavier-recebe-homenagens-de-soteropolitanos/>>. Acesso em 11 mai. 2022.

**ART JEWELRY FORUM.** In conversation with Miriam Mirna Korolkovas. Disponível em: <[https://artjewelryforum.org/interviews/in-conversation-with-miriam-mirna-korolkovas\\_artist-natl-brazil\\_auth-ana-passos\\_auth-natl-brazil\\_7-18-2022/](https://artjewelryforum.org/interviews/in-conversation-with-miriam-mirna-korolkovas_artist-natl-brazil_auth-ana-passos_auth-natl-brazil_7-18-2022/)>. Acesso em 23 de fev. 2023.

**ARTNET.** Disponível em: <<http://www.artnet.com/artists/h-stern-co/a-diamond-jewellery-set-sofia-comprising-aa-GlawKeeuDv57Ffc6sPrw7Q2>>. Acesso em 07 jul. 2020.

**BAHIA SOCIAL VIP.** Vivara apresenta joias da coleção Icona. Disponível em: <<https://bahiasocialvip.com.br/2022/09/vivara-apresenta-joias-da-colecao-icona/>>. Acesso em 27 de jan. 2023.

**BBC BRASIL.** O casal real que mudou a cultura e os costumes em seu país e no exterior. Disponível em: <[https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/07/150721\\_vert\\_cul\\_vitoria\\_albert\\_art\\_es\\_ml](https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/07/150721_vert_cul_vitoria_albert_art_es_ml)>. Acesso em 4 mar. 2022.

**BBC BRASIL.** Os segredos de Notre Dame. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-52329424>>. Acesso em 18 jul. 2020.

**BBC BRASIL.** 'A pior situação humanitária que já vi': os relatos de médico que foi atender os Yanomami. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-64365655>>. Acesso em 31 de jan. 2023.

**BBC BRASIL.** Guerra Rússia-Ucrânia. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/topics/cy2xpr36z63t>>. Acesso em 18 de fev. 2023.

**BEDRA.** Disponível em: <<https://www.bedra.de/de>>. Acesso em 26 de jan. 2023.

**BIBLIOTECA NACIONAL.** Há 189 anos, D. Pedro I abdicava do trono do Brasil. Disponível em: < <https://www.bn.gov.br/acontece/noticias/2020/04/ha-189-anos-d-pedro-abdicava-trono-brasil>>. Acesso em 26 jan. 2021.

**BETONY VERNON.** About. Disponível em: <<https://www.betonyvernon.com/about/>>. Acesso em 14 dez. 2022.

**BLOG CAROLINE RIBEIRO.** Disponível em: < <http://blogcarolineribeiro.blogspot.com/2010/10/vogue-brasil-hstern-primaveraverao.html>>. Acesso em: 27 jun. 19.

**BRASILEIRAMENTE, ÁRABES.** Disponível em: < <https://brasileiramentearabe.wordpress.com/o-adorno-arabe-um-capital-feminino/>>. Acesso em 06 dez. 2020.

**BRASIL 247.** Esquema Cabral envolve H.Stern em lavagem. Disponível em: <<https://www.brasil247.com/regionais/sudeste/esquema-cabral-envolve-h-stern-em-lavagem>>. Acesso em 18 de fev. 2023

**BVLGARI.** Bvlgari Magazine Oscar 2019. Disponível em: < <https://www.bulgari.com/pt-br/magazine/oscar-2019>>. Acesso em: 28 jun. 19.

**BVLGARI.** Bulgari Heritage Icons. Disponível em: <https://www.bulgari.com/pt-br/bulgari-heritage-icons.html>>. Acesso em 26 mai.2020.

**CÂMARA MUNICIPAL DE BRAGA.** Museu do Traje Dr. Gonçalo Sampaio. Disponível em: < <https://www.cm-braga.pt/pt/1201/conhecer/historia-e-patrimonio/museus/item/item-1-674>>. Acesso em 18 jun. 2022.

**CARLA AMORIM.** Trajetória. Disponível em: < <https://carlaamorim.com.br/trajetoria/>>. Acesso em 26 de fev. 2023.

**CARLOS RODEIRO.** Sobre. Disponível em:< <https://carlosrodeirojoias.com.br/about/>>. Acesso em 19 jul. 2022.

**CHANEL.** A fundadora. Disponível em: < <https://www.chanel.com/pt/about-chanel/a-fundadora/>>. Acesso em 10 nov. 2022.

**CHANEL.** Bijoux de diamants. Disponível em: < <https://www.chanel.com/br/alta-joalheria/bijoux-de-diamants/>>. Acesso em 29 ago. 2022.

**CNN BRASIL.** Com maior número em seis anos, Brasil tem 244 mil jovens de 6 a 14 fora da escola. Disponível em:< <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/com-maior-numero-em-seis-anos-brasil-tem-244-mil-jovens-de-6-a-14-fora-da-escola/>>. Acesso em 08 de mar. 2023.

**COMMONS WIKIMEDIA.** Crocifisso 434 Maestro Della Croce 434. Disponível em: <[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Maestro\\_della\\_croce\\_434,\\_crocifisso\\_434,\\_uffizi.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Maestro_della_croce_434,_crocifisso_434,_uffizi.jpg)>. Acesso em 3 fev. 2022.

**COMMONS WIKIMEDIA.** Pedras de strass em uma tiara. Disponível em: <<https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=403402>>. Acesso em 19 ago. 2022.

**CONSUELO BLOG.** Disponível em: < <https://www.consueloblog.com/h-stern-oscar-niemeyer-que-presente-34-novas-pecas/> > Acesso em 16 jul. 2020.

**CORREIO 24 HORAS.** PF investiga esquema clandestino de venda de pedras preciosas na Bahia. Disponível em: <

<https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/pf-investiga-esquema-clandestino-devenda-de-pedras-preciosas-na-ba-ametista-custa-alto-no-exterior/> >. Acesso em 28 abr. 18

**CORREIO BRAZILIENSE.** Incêndio no Museu Nacional, no Rio de Janeiro, completa três anos. Disponível em: < <https://www.correio braziliense.com.br/brasil/2021/09/4947344-incendio-no-museu-nacional-no-rio-de-janeiro-completa-tres-anos-relembre.html> >. Acesso em 18 jan. 2022.

**CORREIO DO MINHO.** Museu do Traje dá a conhecer trajes do Baixo Minho na Póvoa de Lanhoso. Disponível em: < <https://correiodominho.pt/noticias/museu-do-traje-da-a-conhecer-trajes-do-baixo-minho-na-povoa-de-lanhoso/85273> >. Acesso em 18 jun. 2022.

**DAILY MAIL.** Disponível em : < <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-1333391/Twisted-idea-The-face-distorting-jewellery-designed-challenge-obsession-plastic-surgery.html> >. Acesso em 31 ago. 2019.

**DESIGN BOOM.** Jewelry by Gijs Bakker showcases at design Miami. Disponível em: < <https://www.designboom.com/design/jewelry-by-gijs-bakker-showcases-at-design-miami-01-04-2014/> >. Acesso em 04 ago. 2022.

**DESIGN MARIA DOLORES.** Colar Jardim. Disponível em: <<https://shop.designmariadolores.com.br/colar-jardim-agata-branca-cristal-feldspato-vermelho-quartzo-azul-anil-malaquita-obsidiana-preta-e-esmalte-preto/p>>. Acesso em 11 de fev. 2023.

**DICIONÁRIO MANUEL QUERINO DE ARTE NA BAHIA.** Mestre Abdias e o pano da costa. Org. Luiz Alberto Ribeiro Freire, Maria Hermínia Oliveira Hernandez. – Salvador: EBA-UFBA, CAHL-UFRB, 2014. Disponível em: < <http://www.dicionario.belasartes.ufba.br/wp/verbete/mestre-abdias-e-o-pano-da-costa/> >. Acesso em 07 jul. 2022.

**ECLESIA.** O incenso. Disponível em: <

[https://www.ecclesia.com.br/biblioteca/fe\\_crista\\_ortodoxa/o\\_incenso.html](https://www.ecclesia.com.br/biblioteca/fe_crista_ortodoxa/o_incenso.html) >. Acesso 11 abr. 2019.

**ED UEMG.** Centro de Estudos em Design de Gemas e Joias (CEDGEM). Disponível em: <<http://ed.uemg.br/atuacoes/centros/centro-de-estudos-em-design-de-gemas-e-joias-cedgem/>>. Acesso em 09 de nov. 2021.

**EFE.COM.** Disponível em: < <https://www.efe.com/efe/espana/cultura/caixaforum-madrid-muestra-la-vision-practica-de-los-interiores-adolf-loos/10005-3566142> >. Acesso em 14 fev. 2020.

**EINVESTIDOR ESTADÃO.** Grupo Soma e Vivara entram na lista de marcas de luxo mais vendidas do mundo. Disponível em:

<<https://investidor.estadao.com.br/ultimas/grupo-soma-vivara-varejo-marcas-luxo/>>. Acesso em 27 de jan. 2023.

**ELLE BRASIL.** Swarovski de a z. Disponível em: <<https://elle.com.br/moda/swarovski-de-a-a-z>>. Acesso em 18 fev. 2023.

**ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL.** Art nouveau. Disponível em:<<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo909/art-nouveau>>. Acesso em 14 fev. 2020.

**ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL.** Arts and crafts. Disponível em:<<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo4986/arts-and-crafts>>. Acesso em 13 fev. 2020.

**ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL.** Cubismo. Disponível em:<<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3781/cubismo>>. Acesso em 06 mai. 2020.

**ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL.** Mario Cravo Neto. Disponível em: <<https://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa2620/mario-cravo-neto>>. Acesso em 19 jun. 2022.

**ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL.** Modernismo Primeira Geração. Disponível em:<<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo12177/modernismo-primeira-geracao>>. Acesso em 08 fev. 2020.

**ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL.** Renascimento. Disponível em: <<https://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3637/renascimento>>. Acesso em 25 mai. 20.

**ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL.** Romantismo. Disponível em: <<https://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3640/romantismo>>. Acesso em 05 jan. 2022.

**ÉPOCA NEGÓCIOS.** Mercado de luxo cresce mesmo com a crise. Disponível em: <<http://www.fecomercio.com.br/noticia/mercado-de-luxo-cresce-mesmo-com-a-crise>> Acesso em 27 dez. 2016.

**ÉPOCA NEGÓCIOS.** As lições de empreendedorismo da H. Stern. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Empreendedorismo/noticia/2016/05/licoes-de-empresendedorismo-da-h-stern.html>>. Acesso em 26 dez. 2016.

**ESCOLA OCCO.** Occo Estudos. Disponível em: <<https://www.escolaocco.com.br/occo-estudos>>. Acesso em 17 jan. 2022.

**ESTAÇÃO CHRONOGRAPHICA.** Escultura Flora Brasileira HSTERN. Disponível em: <<http://estacaochronographica.blogspot.com/2013/08/ha-30-anos-flora-brasileira-em-ouro-e.html>>. Acesso em 02 jul. 2020.

**ESTÚDIO CAMPANA.** Sobre. Disponível em: <<http://estudiocampana.com.br/pt/biography/>>. Acesso em 17 nov. 2022.

**ESTÚDIO CAMPANA.** HStern. Disponível em: <<http://estudiocampana.com.br/pt/fashion/h-stern/>>. Acesso em 17 nov. 2022.

**ETHICAL METALSMITHS.** Disponível em: <<https://ethicalmetalsmiths.org/>>. Acesso em 09 de nov. 2021.

**EXAME.** 5 anos após o desabamento, o que mudou nas fábricas de Bangladesh?. Disponível em: <<https://exame.com/economia/5-anos-apos-desabamento-o-que-mudou-nas-fabricas-de-bangladesh/>>. Acesso em 22 de jan. 2023.

**EXTRA.** Cabral conseguiu derrubar todos os mandados de prisão contra ele, mas responde a 24 processos; veja os casos. Disponível em: <<https://extra.globo.com/casos-de-policia/cabral-conseguiu-derrubar-todos-os-mandados-de-prisao-contr-a-ele-mas-responde-24-processos-veja-os-casos-25630114.html>>. Acesso em 26 de jan. 2023.

**EXTRA.** MC Guimê vai ao prêmio Multishow com cordão e seis anéis de ouro, avaliados em R\$ 200 mil. Disponível em: <<https://extra.globo.com/famosos/mc-guime-vai-ao-premio-multishow-com-cordao-seis-aneis-de-ouro-avaliados-em-200-mil-21988806.html>>. Acesso em 26 de fev. 2020.

**FACEBOOK.** Carlos Rodeiro Joalheiro. Disponível em: <<https://www.facebook.com/carlosrodeirojoalheiro>>. Acesso em 19 jul. 2022.

**FACEBOOK.** Rommanel Palmas. Disponível em: <<https://www.facebook.com/palmasrommanel/>>. Acesso em 20 dez. 2022.

**FASHION NETWORK.** Após Operação 'Calicute', joalherias entram na mira da Lava Jato. Disponível em: <<https://br.fashionnetwork.com/news/Apos-operacao-calicute-joalherias-entram-na-mira-da-lava-jato,758481.html#fashion-week-paris-haute-couture-aelis>>. Acesso em 26 de jan. 2023.

**FASHION REVOLUTION.** Sobre nós. Disponível em: <<https://www.fashionrevolution.org/south-america/brazil/>>. Acesso em 22 de jan. 2023.

**FAUNA E FLORA DO RN.** Disponível em: <<http://faunaefloradorn.blogspot.com/2015/07/cobra-verde-philodryas-olfersii.html>>. Acesso em: 27 jun. 19.

**FFLCH ARTE AFRICANA: UMA PARCERIA NAP BRASIL ÁFRICAE MAE – USP.** Par de edan ogboni. Disponível em: <<https://arteafricana.ffiich.usp.br/pt-br/par-de-edan-ogboni>>. Acesso em 18 jun. 2022.

**FIOCRUZ.** Cláudio Galeno. Disponível em: <<http://www.fiocruz.br/biosseguranca/Bis/Biograf/ilustres/claudiogaleno.htm>>. Acesso em 17 jan. 2022.

**FOLHA DE SÃO PAULO.** Desenhos de Oscar Niemeyer viram jóias. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2811200821.htm>>. Acesso em 12 mai. 2020.

**FOLHA DE SÃO PAULO.** Trajetória da joalheria H.Stern e seu dono é contada em livro. Disponível em: <<https://m.folha.uol.com.br/mercado/2016/01/1727696-trajetoria-da-joalheria-hstern-e-seu-dono-e-contada-em-livro.shtml>>. Acesso em 25 jan. 2023.

**FORBES.** Swarovski Strategy Pivot Debut: Q&A With Creative Director Giovanna Engelbert And CEO Robert Buchbauer. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/roxannerobinson/2021/02/15/swarovski-strategy-pivot->

debut-qa-with-creative-director-giovanna-engelbert-and-ceo-robert-buchbauer/?sh=c83889a39a34>. Acesso em 19 de fev. 2023.

**FUTURO SOCIOAMBIENTAL.** Disponível em: <  
<https://futuro.socioambiental.org/>>. Acesso em 02 ago. 2022.

**G1 GLOBO.** Colar que pertence a Maria Antonieta vai a leilão em Londres. Disponível em: G1.globo.com <[http://g1.globo.com/Noticias/Economia\\_Negocios/0,,MUL193266-9356,00-COLAR+QUE+PERTENCEU+A+MARIA+ANTONIETA+VAI+A+LEILAO+EM+LONDRES.html](http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MUL193266-9356,00-COLAR+QUE+PERTENCEU+A+MARIA+ANTONIETA+VAI+A+LEILAO+EM+LONDRES.html)>. Acesso em 23 mai. 2017.

**G1 GLOBO.** Descoberta de jazida de ametistas atrai centenas de pessoas a cidade no norte da Bahia. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bahia/noticia/descoberta-de-jazida-de-ametistas-atrai-centenas-de-pessoas-a-cidade-no-norte-da-bahia.ghtml>>. Acesso em 28 abr. 18.

**G1 GLOBO.** Donos e 2 diretores da H.Stern fecham acordo de delação premiada. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/alto-escalao-da-h-stern-fecha-acordo-de-delacao-premiada.ghtml>>. Acesso em 26 de jan. 2023.

**G1 GLOBO.** França devolve a Nova Zelândia cabeça mumificada de guerreiro maori. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2011/05/franca-devolve-a-nova-zelandia-cabeca-mumificada-de-guerreiro-maori-1.html>>. Acesso em 04 mai. 2020.

**G1 GLOBO.** Garimpo ilegal na Terra Yanomami cresceu 54% em 2022 Disponível em: <<https://g1.globo.com/rr/roraima/noticia/2023/02/01/garimpo-ilegal-na-terra-yanomami-cresceu-54percent-em-2022-aponta-levantamento-de-associacao.ghtml>>. Acesso em 01 de fev. 2023.

**G1 GLOBO.** Terra Yanomami completa 30 anos com maior devastação da história causada pelo garimpo. Disponível em: <  
<https://g1.globo.com/rr/roraima/noticia/2022/05/25/terra-yanomami-completa-30-anos-com-maior-devastacao-da-historia-causada-pelo-garimpo.ghtml>>. Acesso em 17 jul. 2022.

**G1 GLOBO.** Um mês das mortes de Bruno e Dom: veja o que se sabe e o que falta esclarecer. Disponível em: <<https://g1.globo.com/am/amazonas/noticia/2022/07/05/um-mes-das-mortes-de-bruno-e-dom-veja-o-que-se-sabe-e-o-que-falta-esclarecer.ghtml>>. Acesso em 17 jul. 2022.

**GALLERIE DEGLI UFFIZIE.** Medusa Caravaggio. Disponível em: <  
<https://www.uffizi.it/en/events/caravaggio-and-the-17th-century>>. Acesso em 26 jun. 2019.

**GALLERIA DEGLI UFFIZI.** Adoração dos Magos. Disponível em: <  
<https://www.uffizi.it/en/artworks/adoration-of-the-magi#&gid=1&pid=1>>. Acesso em 29 jun. 2020.

**GEMS CONSULT.** Turmalina paraíba. Disponível em: <  
<http://www.gemsconsult.com.br/2019/06/04/turmalina-paraiba/>>. Acesso em 11 jul. 2020.

**GETTY IMAGES.** Cobertura editorial. Disponível em: <<https://www.gettyimages.com.br/editorial-images>>. Acesso em 24 de fev. 2023.

**GIA.** Geometric jewelry design. Disponível em: <<https://4cs.gia.edu/en-us/blog/geometric-jewelry-design/>>. Acesso em 21 de fev. 2023.

**GIJS BAKKER.** Disponível em: <<http://www.gijsbakker.com/about-gijs-bakker>>. Acesso em 28 abr. 2020.

**GLAMURAMA UOL.** Rapper mexicano Dan Sur implanta correntes de ouro no couro cabeludo. Disponível em: <<https://glamurama.uol.com.br/rapper-mexicano-dan-sur-implanta-correntes-de-ouro-no-couro-cabeludo/>>. Acesso em 24 set. 2021.

**GLOBO.COM.** Maria Clara assina linha de semi joias e fica empolgada com resultado do trabalho. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/novelas/imperio/rommanel/noticia/2014/11/maria-clara-assina-linha-de-semijoias-e-fica-empolgada-com-resultado-do-trabalho.html>>. Acesso em 17 nov. 2022.

**GLOBO.COM.** É de Casa: Giovanna Antonelli fala sobre a importância das joias Rommanel para sua personagem em Travessia. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/programas/e-de-casa/ep/rommanel/noticia/e-de-casa-giovanna-antonelli-fala-sobre-a-importancia-das-joias-rommanel-para-sua-personagem-em-travessia.ghtml>>. Acesso em 22 nov. 2022.

**GLAMOUR.** Disponível em: <<https://revistaglamour.globo.com/Beleza/Beauty-news/noticia/2020/01/joia-para-os-dentes-beyonce-aprova.html>>. Acesso em 04 jul. 2020.

**GOOGLE.** Limpar energia dos objetos. Disponível em: <[https://www.google.com/search?rlz=1C1YKST\\_pt-BRBR886BR887&sxsrf=ALeKk01dULfryInumUDHHLpDQWIRpB65Bw:1594905990091&q=limpar+energia+de+objetos&sa=X&ved=2ahUKEwiV-fTn79HqAhVBA9QKHdP2CsIQ1QIoBHoECAoQBQ&biw=1348&bih=647](https://www.google.com/search?rlz=1C1YKST_pt-BRBR886BR887&sxsrf=ALeKk01dULfryInumUDHHLpDQWIRpB65Bw:1594905990091&q=limpar+energia+de+objetos&sa=X&ved=2ahUKEwiV-fTn79HqAhVBA9QKHdP2CsIQ1QIoBHoECAoQBQ&biw=1348&bih=647)>. Acesso em 16 jul. 2020.

**GOOGLE ARTS AND CULTURE.** Body of work: Contemporary art jewelry on the body. Disponível em: <<https://artsandculture.google.com/exhibit/4wLCPmh1nbRnJw>>. Acesso em: 24 ago. 2019.

**GOOGLE ARTS & CULTURE.** Disponível em: <<https://artsandculture.google.com/asset/scarab-ring/fAHd3moB8JiDTw>>. Acesso em 29 de mai. 2020.

**GOOGLE ARTS & CULTURE.** Hellenistic snake bracelete. Disponível em: <[https://artsandculture.google.com/asset/hellenistic-snake-bracelet-unknown/GAFuA\\_4UjnJKTw](https://artsandculture.google.com/asset/hellenistic-snake-bracelet-unknown/GAFuA_4UjnJKTw)>. Acesso em 29 mai. 2020.

**GOOGLE ARTS & CULTURE.** Georg Friedrich Strass. Disponível em: <[https://artsandculture.google.com/entity/m0463\\_fm?hl=hu](https://artsandculture.google.com/entity/m0463_fm?hl=hu)>. Acesso em 19 ago. 2022.

**GOOGLE IMAGENS.** Acesso em 29 jun. 2019.

**GRINGO CARDIA.** Biografia. Disponível em: <

<https://gringocardia.com.br/text.aspx?p=biography&id=47>>. Acesso em 19 jun. 2022.

**GRUPO BELMONT.** Belmont Emeralds. Disponível em: <  
<https://www.grupobelmont.com.br/belmont-emeralds>>. Acesso em 12 de março de 2023.

**GRUPO CORPO.** Grupo Corpo. Disponível em:< <https://grupocorpo.com.br/>>. Acesso em 24 de fev. 2023.

**HAPER´S BAZAAR BRASIL.** Alan Crocetti aposta em joias carregadas de sensualidade. Disponível em: <<https://harpersbazaar.uol.com.br/moda/alan-crocetti-aposta-em-joias-carregadas-de-sensualidade/>> Acesso em 17 nov. 2021.

**HAPER´S BAZAAR BRASIL.** Stephanie Wenk celebra oito anos como diretora-criativa da Sauer. Disponível em: < <https://harpersbazaar.uol.com.br/moda/stephanie-wenk-celebra-oito-anos-como-diretora-criativa-da-sauer/>>. Acesso em 08 de fevereiro de 2023.

**HAUTTE JOALLERIE.** Disponível em:  
<https://hautejoallerie.skyrock.com/2112746793-Collier-Paon-Boucheron.html>>. Acesso em: 29 mai. 2020.

**HERPETOFAUNA.** Disponível em: <  
[http://www.herpetofauna.com.br/Curiosidades\\_sobre\\_as\\_cobras.htm](http://www.herpetofauna.com.br/Curiosidades_sobre_as_cobras.htm)>. Acesso em 27 jun. 19.

**HSCOMPLIANCE.** Código de Conduta HStern. Disponível em: <  
[https://imagens.hstern.com.br/transparencia/CODIGO\\_DE\\_CONDUTA\\_HS.pdf](https://imagens.hstern.com.br/transparencia/CODIGO_DE_CONDUTA_HS.pdf)>. Acesso em 12 de mar. 2023.

**HSCOMPLIANCE.** Normas de Conduta HStern. Disponível em:  
<[https://imagens.hstern.com.br/transparencia/NORMAS\\_DE\\_CONDUTA\\_HSTERN.pdf](https://imagens.hstern.com.br/transparencia/NORMAS_DE_CONDUTA_HSTERN.pdf)>. Acesso em 12 de mar. 2023.

**HSTERN.** Coleções Ancient America. Disponível em: <  
<https://www.hstern.com.br/colecoes/ancient-america> >. Acesso em: 27 jun. 2019.

**HSTERN.** Coleções Grupo Corpo. Disponível em:<  
<https://www.hstern.com.br/colecoes/grupo-corpo?O=OrderByScoreASC>>. Acesso em 24 de fev. 2023.

**HSTERN.** Coleção Pedras Roladas. Disponível em:  
<<https://www.hstern.com.br/colecoes/pedras-roladas?O=OrderByScoreASC>>. Acesso em 07 mai. 2020.

**HSTERN.** Coleção Gravity. Disponível em: <<https://www.hstern.com.br/anel-de-ouro-nobre-18k-com-diamantes-cognac-e-negros-maior-colecao-gravity-a1b216210/p>>. Acesso em 11 jul. 2020.

**HSTERN.** Institucional. Disponível em: <  
[http://www.hstern.com.br/institucional/hs\\_timeline.aspx](http://www.hstern.com.br/institucional/hs_timeline.aspx)>. Acesso em: 28 jun.2017.

**HSTERN.** Sobre HStern. Disponível em: <  
<https://www.hstern.com.br/institucional/sobre-hstern#:~:text=Empresa%20familiar%20e%20independente%2C%20fundada,lan%C3%>>

A7amento%20das%20cole%C3%A7%C3%B5es%20em%20suas>. Acesso em 21 jul. 2020.

**HSTERN.** Sustentabilidade. Disponível em:<  
<https://www.hstern.com.br/sustentabilidade>>. Acesso em 12 de março de 2023.

**HSTERN STORIES.** Carlinhos Brown, anything but mainstream (Roberto Stern). Disponível em: <<https://hsternstories.wordpress.com/2012/10/30/roberto-on-the-carlinhos-brown-collection/>>. Acesso em 19 jun. 2022.

**HSTERN TUMBLR.** Coleção Grupo Corpo. Disponível em:  
<<https://hstern.tumblr.com/post/100244980647/cole%C3%A7%C3%A3o-grupo-corpo-por-hstern-colar-21>>. Acesso em 24 de fev. 2023.

**IBEVAR.** Ranking IBEVAR-FIA 2022 destaca as maiores marcas do varejo. Disponível: < <https://www.ibevar.org.br/blog/ranking-ibevar-fia-2022-destaca-as-maiores-marcas-do-varejo/>>. Acesso em 09 set. 2022.

**INCRÍVEL HISTÓRIA.** Sebastião Salgado e a sua Serra Pelada. Disponível em:<  
<https://incrivelhistoria.com.br/sebastiao-salgado-serra-pelada/>>. Acesso em 17 jul. 2022.

**INSTAGRAM.** Catta Preta Artes. Disponível em:<  
<https://www.instagram.com/p/CCYsQ50DBdZ/>>. Acesso em 08 de jul. 2020.

**INSTAGRAM.** Carla Amorim. Disponível em:<  
[https://www.instagram.com/carlaamorim\\_joias/](https://www.instagram.com/carlaamorim_joias/)>. Acesso em 04 de mar. 2023.

**INSTAGRAM.** Dan Sur. Disponível em: < <https://www.instagram.com/dansurig/>>. Acesso em 21 de set. 2021.

**INSTAGRAM.** Eleva Joalheria. Disponível em:<  
<https://www.instagram.com/p/BwkMVwiAR1D/>>. Acesso em 22 de abr. 2019.

**INSTAGRAM.** Fashion Revolution Brasil. Disponível em:  
<<https://www.instagram.com/p/Cds1bBPOQ4j/>>. Acesso em 18 de maio de 2022.

**INSTAGRAM.** HStern. Disponível em: < <https://www.instagram.com/hsternofficial/>>. Acesso em 21 jun. 2021.

**INSTAGRAM.** Hstern Tourmaline Garden. Disponível em: <  
<https://www.instagram.com/p/CITL0znjgir/>>. Acesso em 26 de fev. 2023.

**INSTAGRAM.** Joia de leite. Disponível em:<  
<https://www.instagram.com/joiadeleite/>>. Acesso em 15 jul. 2022.

**INSTAGRAM.** Lackto Leite Materno. Disponível em:<  
<https://www.instagram.com/lacktoleitematerno/>>. Acesso em 15 jul. 2022.

**INSTAGRAM.** Loja Maria Dolores Online. Disponível em: <  
[https://www.instagram.com/lojamariadolores\\_online/](https://www.instagram.com/lojamariadolores_online/)>. Acesso em 11 de fev. 2023.

**INSTAGRAM.** Lil Uzi Vert. Disponível em: < <https://www.instagram.com/liluzivert/>>. Acesso em 02 de mar. 2023.

**INSTAGRAM.** Lucia's World Emporium. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CjqmpVzsuaC/>>. Acesso em 13 de out. 2022.

**INSTAGRAM.** Museu Carlos Costa Pinto. Disponível em: <<https://www.instagram.com/museucostapinto/>>. Acesso em 26 fev. 2022.

**INSTAGRAM.** RJM Brasil. Disponível em: <<http://ed.uemg.br/rjm-brasil-projeto-de-extensao-da-escola-de-design-recolhe-doacao-de-joias-usadas/>>. Acesso em 24 de jan. 2023.

**INSTAGRAM.** Rommannel. Disponível em: <<https://www.instagram.com/rommannel/>>. Acesso em 19 jul. 2022.

**INSTAGRAM.** Sauer. Disponível em: <<https://www.instagram.com/sauer/>>. Acesso em 08 de fev. 2023.

**INSTAGRAM.** Stories. Disponível em: <<https://about.instagram.com/pt-br/features/stories>>. Acesso em 31 out. 2021.

**INSTITUTO JATOBÁS.** Disponível em: <<https://www.institutojatobas.org.br/>>. Acesso em 13 de fevereiro de 2023.

**IPEA (INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA).** Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td\\_2209.pdf](http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_2209.pdf)>. Acesso em 19 fev. 2020.

**ISTO É.** A Alice de Tim Burton. Disponível em: <[https://istoe.com.br/60202\\_A+ALICE+DE+TIM+BURTON/](https://istoe.com.br/60202_A+ALICE+DE+TIM+BURTON/)>. Acesso em 11 jul. 2020.

**ISTO É.** Entrevista sertanista, etnógrafo e ex-presidente da Funai: “A Funai hoje é um órgão inoperante e anti-indígena, diz Sydney Possuelo”. Disponível em: <<https://istoe.com.br/a-funai-hoje-e-um-orgao-inoperante-e-anti-indigena/>>. Acesso em 17 jul. 2022.

**ISTO É.** HStern na rota da corrupção. Disponível em: <<https://istoe.com.br/h-stern-na-rota-da-corrupcao/>>. Acesso em 25 de jan. 2023.

**ISTO É.** Inpe indica aumento de 787% no garimpo ilegal em terras indígenas em seis anos. Disponível em: <<https://istoe.com.br/inpe-indica-aumento-de-787-no-garimpo-ilegal-em-terras-indigenas-em-seis-anos/>>. Acesso em 11 de fev. 2023.

**JENNIFER CRUPI.** Work. Disponível em: <<https://www.jennifercrupi.com/work>>. Acesso em 14 dez. 2022.

**JOIALERISMO.** Disponível em: <<http://www.joialerismo.com/2013/11/joias-de-burle-marx-hstern.html>>. Acesso em: 12 mai. 2020.

**JORNAL DA USP.** Disponível em: <<https://jornal.usp.br/cultura/finalmente-na-integra-plotino-explica-o-uno-e-suas-emanacoes/>>. Acesso em: 17 jul. 2020.

**JORNAL NACIONAL.** Três barragens de resíduos da Vale em MG correm o risco iminente de rompimento. Disponível em: <<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2022/01/13/tres-barragens-de-residuos-da-vale-em-mg-correm-o-risco-iminente-de-rompimento.ghtml>>. Acesso em 17 jul. 2022.

**JULIO OKUBO.** Pingente flor em ouro amarelo e madeira. Disponível em: < <https://www.juliookubo.com.br/pingente-flor-em-ouro-amarelo-be0366as/p>>. Acesso em 12 de mar. 2023.

**KEREN WOLF.** Disponível em:< <https://www.kerenwolf.com/>>. Acesso em 27 ago. 2019.

**LALIQUE.** Disponível em: < <https://www.lalique.com/>>. Acesso em 01 ago. 18.

**LALIQUE.** Disponível em: < <https://www.lalique.com/fr/la-maison-lalique/chronologie-histoire-lalique>>. Acesso em 28 fev. 2020.

**LEAH – LABORATÓRIO DE ENSINO E APRENDIZAGEM EM HISTÓRIA (UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA).** Crioulos. Disponível em: < <http://www.leah.inhis.ufu.br/node/367>>. Acesso em 16 jun. 2022.

**MAURITSHUIS.** Girl with a pearl earring. Disponível em: <https://www.mauritshuis.nl/en/explore/the-collection/artworks/girl-with-a-pearl-earring-670/>. Acesso em: 28 mar. 2019.

**L'OFFICIEL.** Costanza Pascolato brilha em novas fotos para a coleção Gravity by HStern. Disponível em: <<https://www.revistalofficiel.com.br/joias/costanza-pascolato-brilha-em-novas-fotos-para-a-colecao-gravity-by-hstern>>. Acesso em 09 jan. 2023.

**MEDIEVAL MANUSCRIPTS BLOG.** The Floreffe Bible on exhibition. Disponível em: < <https://blogs.bl.uk/digitisedmanuscripts/2021/11/floreffe-bible.html>>. Acesso em 3 fev. 2022.

**MEMÓRIA GLOBO.** Novelas: Começar de novo. Disponível em: < <https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/novelas/comecar-de-novo/>>. Acesso em 29 set. 2022.

**MET MUSEUM.** Pingente de cruz de ouro (bizantino). Disponível em: <<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/473126>>. Acesso em 18 jan. 2022.

**MET MUSEUM.** Coleção bizantina. Disponível em: <<https://www.metmuseum.org/art/collection/search#!?q=Byzantine&perPage=80&offset=20&pageSize=0&sortBy=Relevance&sortOrder=asc&searchField=All>>. Acesso em 18 jan. 2022.

**MONARQUIA.** Ordens do Império. Disponível em:< <https://monarquia.org.br/brasil-imperial/ordens-do-imperio/>>. Acesso em 06 out. 2022.

**MIRIAM KOROLKOVAS.** Refractory metals. Disponível em: <<http://www.mmkorolkovas.com.br/refractory-metals.html>>. Acesso em 22 de fev. 2023.

**MUNDO DAS MARCAS.** HStern: Joias made in Brazil. Disponível em: < <https://mundodasmarcas.blogspot.com/2006/05/h-stern-jias-made-in-brazil.html>>. Acesso em 22 ago. 2022.

**MUSEU CALOUSTE GULBENKIAN.** Disponível em:< <https://gulbenkian.pt/museu/rene-lalique-e-a-idade-do-vidro/>>. Acesso em 05 fev. 2020.

**MUSEU CALOUSTE GULBENKIAN.** Disponível em: <  
[https://gulbenkian.pt/museu/works\\_museu/peitoral-libelula/](https://gulbenkian.pt/museu/works_museu/peitoral-libelula/)>. Acesso em 05 fev. 2020.

**MUSEU CALOUSTE GULBENKIAN.** Disponível em:<  
[https://gulbenkian.pt/museu/works\\_museu/diadema-galo/](https://gulbenkian.pt/museu/works_museu/diadema-galo/)>. Acesso em 13 mai. 2020.

**MUSEU CALOUSTE GULBENKIAN.** Disponível em: <  
[https://gulbenkian.pt/museu/works\\_museu/placa-de-gargantilha-perfil-feminino/](https://gulbenkian.pt/museu/works_museu/placa-de-gargantilha-perfil-feminino/)>.  
 Acesso em 13 mai. 2020.

**MUSEU IMPERIAL.** O simbolismo no traje majestático usado pelo imperador D. Pedro II. Disponível em: <<https://artsandculture.google.com/exhibit/o-simbolismo-no-traje-majest%C3%A1tico-usado-pelo-imperador-pedro-ii/lgLy4063S5CnJA>>. Acesso em 26 jan. 2022.

**MUSEU NACIONAL (UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO).** Museu de curiosidades: amuletos fálicos. Disponível em: <  
<https://sae.museunacional.ufrj.br/museu-de-curiosidades-6-amuletos-falicos>>. Acesso em 17 jan. 2022.

**MUSEUS DE FLORENÇA.** Gallerie Degli Uffizi, Boticelli – O Nascimento de vénus. Disponível em: <https://www.museusdeflorenca.com/galleria-degli-uffizi/>. Acesso em 28 mar. 2019.

**MUSEU DE VALORES DO BANCO CENTRAL.** Disponível em:  
 <<https://www.bcb.gov.br/htms/origevol.asp?frame=1>>. Acesso em: 21 fev. 2020.

**NATIONAL GEOGRAPHIC.** Disponível em:  
 <<https://br.pinterest.com/pin/619878336183345245/>>. Acesso em 29 mai. 2020.

NADELHOFFER, Hans. Cartier. Estados Unidos: Chronicle Books, 2007.

**NÁDIA GIMENES.** Disponível em: <<https://www.nadiagimenes.com.br/>>. Acesso em 19 de fev. 2023.

**NATIONAL GEOGRAPHIC BRASIL.** Veja como a Rainha Vitória reconstruiu a monarquia britânica. Disponível em: <  
<https://www.nationalgeographicbrasil.com/historia/2021/04/familia-real-rainha-vitoria-monarquia-britanica-era-vitoriana-reino-unido>>. Acesso em 4 mar. 2022.

**MUSEU CARLOS COSTA PINTO.** Nossa história. Disponível em:  
 <<https://www.museucarloscostapinto.org/>>. Acesso em 28 fev. 2022.

**MORDOR INTELLIGENCE.** Mercado de joias no Brasil - crescimento, tendências e previsão (2023 - 2028). Disponível em: <  
<https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/brazil-jewelry-market-industry>>. Acesso em 02 de mar. 2023.

**O FUXICO.** Gisele recebe famosos em megaevento de joias. Disponível em:  
 <<https://www.ofuxico.com.br/moda-e-beleza/gisele-recebe-famosos-em-megaevento-de-joias/>>. Acesso em 27 de jan. 2023.

**O GLOBO.** Plano Collor confiscou a poupança, e Brasil mergulhou na hiperinflação. Acervo O Globo. Disponível em: <<http://acervo.oglobo.globo.com/fatos->

historicos/planocollor-confiscou-poupanca-brasil-mergulhou-na-hiperinflacao-15610534>. Acesso em 28 de fev. 17.

**O GLOBO.** Donos da H.Stern dão aulas de ética como parte da delação na Lava-Jato. Disponível em:< <https://oglobo.globo.com/politica/donos-da-hstern-dao-aulas-de-etica-como-parte-de-delacao-na-lava-jato-22006488>>. Acesso em 25 de janeiro de 2023.

**PARANASHOP.** Bruna Marquezine mergulha no primeiro ensaio como estrela da joalheria HStern. Disponível em: < <https://paranashop.com.br/2019/04/bruna-marquezine-mergulha-no-primeiro-ensaio-como-estrela-da-joalheria-hstern/>>. Acesso em 09 jan. 2023.

**PENN MUSEUM.** Disponível em: < <https://www.penn.museum/blog/collection/125th-anniversary-object-of-the-day/queen-puabis-headaddress-object-of-the-day-70/>>. Acesso em 06 fev. 2020.

**PINTEREST.** Elizabeth Taylor, “Cleopatra”, 1963. Disponível em: < <https://br.pinterest.com/pin/113012271875607468/>>. Acesso em 26 mai. 2020.

**PINTEREST.** Broche alfinete galo em ouro e esmalte com diamantes, rubis e pérolas. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/104356916340089916/>>. Acesso em 25 mai. 2022.

**PINTEREST BAÚ DAS JOIAS.** Pingentes HStern. Disponível em: < <https://br.pinterest.com/pin/530932243575948086/>>. Acesso em 19 jun. 2022.

**PINTEREST HSTERN.** Disponível em:< <https://br.pinterest.com/pin/1407443604798909/>>. Acesso em 16 jul. 2020.

**PRECIOUS BRAZIL.** Disponível em: < <https://preciousbrazil.com/>>. Acesso em 11 de fev. 2023.

**PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (UNDP).** Disponível em: < <https://www.undp.org/>>. Acesso em 27 de janeiro de 2023.

**PROPAGANDAS HISTÓRICAS.** HStern Homem Certo 1997. Disponível em: <<https://www.propagandashistoricas.com.br/2015/01/hstern-homem-certo-1997.html>>. Acesso em 12 jan. 2023.

**QUAL NCM.** Tarifa Externa Comum Brasil. Disponível em: < [https://www.qualncm.com.br/ncm/71131900/de\\_outros\\_metais\\_preciosos\\_mesmo\\_revestidos\\_folheados\\_ou\\_chapeados\\_de\\_metais\\_preciosos\\_plaque.html](https://www.qualncm.com.br/ncm/71131900/de_outros_metais_preciosos_mesmo_revestidos_folheados_ou_chapeados_de_metais_preciosos_plaque.html)>. Acesso em 10 jan. 2017.

**RADICAL JEWELRY MAKEOVER.** Disponível em: <<https://www.radicaljewelrymakeover.org/>>. Acesso em 09 de nov. 2021.

**RÁDIO ESFERA.** Rommannel. Disponível em: <<http://www.radioesfera.com.br/blog/rommannel/>>. Acesso em 08 set. 2022.

**REFINERY 29.** Disponível em: < <https://www.refinery29.com/en-us/face-distorting-je>>. Acesso em 18 fev. 2020.

**REPÓRTER BRASIL.** A Repórter Brasil. Disponível em:< <https://reporterbrasil.org.br/>>. Acesso em 02 de fev. 2023.

**REPÓRTER BRASIL.** Esquema que prendeu ‘rei do ouro’ envolve balsas de garimpo ilegal no Amazonas. Disponível em: < <https://reporterbrasil.org.br/2022/09/esquema-que-prendeu-rei-do-ouro-envolve-balsas-de-garimpo-ilegal-no-amazonas/#:~:text=O%20esquema%20investigado%20pela%20PF,%20em%20Japur%C3%A1%2C%20no%20Amazonas.>>. Acesso em 25 de set. 2022.

**REPÓRTER BRASIL.** Exclusivo: Apple, Google, Microsoft e Amazon usaram ouro ilegal de terras indígenas brasileiras. Disponível em: < <https://reporterbrasil.org.br/2022/07/exclusivo-apple-google-microsoft-e-amazon-usaram-ouro-ilegal-de-terras-indigenas-brasileiras/>>. Acesso em 29 jul. 2022.

**REPÓRTER BRASIL.** HStern, Ourominas e D’Gold: as principais compradoras do ouro ilegal da TI Yanomami. Disponível em: < <https://reporterbrasil.org.br/2021/06/hstern-ourominas-e-dgold-as-principais-compradoras-do-ouro-ilegal-da-ti-yanomami/>>. Acesso em 31 de jan. 2023.

**RESIDENZ MUENCHEN.** Estatueta de São Jorge. Disponível em: < <https://www.residenz-muenchen.de/englisch/treasury/pic08.htm>>. Acesso em 20 jan. 2022.

**RESPONSIBLE JEWELLERY.** Disponível em: < <https://www.responsiblejewellery.com/>>. Acesso em 09 de nov. 2021.

**RESULTADOS DIGITAIS.** Redes sociais mais usadas no Brasil. Disponível em: < <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>>. Acesso em: 31 out. 2021.

**REVISTA BRASILEIRA DE ANÁLISES CLÍNICAS.** Personalidades da História da Saúde II: Hipócrates. Disponível em: < <http://www.rbac.org.br/artigos/volume-50-no-2-editorial/>>. Acesso em 17 jan. 2022.

**ROMMANEL.** 35 anos. Disponível em: < <https://www.rommanel.com.br/35-anos>>. Acesso em 17 dez. 2022.

**ROMMANEL (ANEL ABC).** Disponível em: < <https://www.rommanel.com.br/anel-folheado-a-ouro-abc--51060000/p>>. Acesso em 19 fev. 2020.

**ROMMANEL (QUEM SOMOS).** Disponível em: < <https://www.rommanel.com.br/Institucional/quem-somos>>. Acesso em 19 fev. 2020.

**ROMMANEL (INSTITUCIONAL/GARANTIA).** Disponível em: < <https://www.rommanel.com.br/Institucional/garantia>>. Acesso em 07 jul. 2020.

**SANTUÁRIO DO SENHOR DO BONFIM.** História. Disponível em: < <https://www.santuariosenhordobonfim.com/historia>>. Acesso em 19 jul. 2022.

**SAUER 1941.** Anel Constellation. Disponível em: < [https://sauer1941.com/wp-content/uploads/2016/07/the\\_sauer\\_collection\\_anel\\_constellation\\_de\\_beers\\_ouro\\_amarel\\_o.jpg](https://sauer1941.com/wp-content/uploads/2016/07/the_sauer_collection_anel_constellation_de_beers_ouro_amarel_o.jpg)>. Acesso em 02 jul. 2020.

**SERVIÇO GEMÓLOGICO DO BRASIL.** Disponível em: <  
<http://www.cprm.gov.br/publique/Redes-Institucionais/Rede-de-Bibliotecas---Rede-Ametista/Metais-Preciosos-1041.html?UserActiveTemplate=cprm&from%5Finfo%5Findex=66>>. Acesso em 13 fev. 2020.

**SIGEP.** Glossário Geológico: turfa. Disponível em: <  
<http://sigep.cprm.gov.br/glossario/verbete/turfa.htm>>. Acesso em 6 mar. 2022.

**SILVIA FURMANOVICH.** Disponível em: <  
<https://silviafurmanovich.com/por/colecoes/amazonia-bamboo/a-historia/>>. Acesso em 13 de fev. 2023.

**SUPER INTERESSANTE.** O que foi a Inquisição? Disponível em:<<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/o-que-foi-a-inquisicao/>>. Acesso em 12 jul. 2022.

**SWAROVSKI.** Disponível em:< <https://www.swarovski.com.br/>>. Acesso em 18 de fev. 2023.

**SWAROVSKI.** Anel Orbita. Disponível em:<<https://www.swarovski.com.br/anel-orbita-lapidacao-octogonal-multicolor-banhado-a-dourado-swa5640248/p>>. Acesso em 19 de fev. 2023.

**SWAROVSKI.** Gargantilha Harmonia. Disponível em:<  
<https://www.swarovski.com.br/gargantilha-harmonia-grandes-cristais-flutuantes-castanha-banhado-a-dourado-swa5646683/p>>. Acesso em 19 de fev. 2023.

**TERRA.** Brasil se torna uma super potência da cirurgia plástica. Disponível em:  
<https://www.terra.com.br/noticias/dino/brasil-se-torna-uma-superpotencia-da-cirurgia-plastica,ed149fbc695826a6ac5e5d62a6e99d2b09xsch43.html>. Acesso em 14 jul. 2020.

**TERRA.** Conheça símbolos e significados da tatuagem Maori. Disponível em: <  
<https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/beleza/sua-pele/conheca-simbolos-e-significados-da-tatuagem-maori,f552dcc3115cceb662cd4bb89989ce83ebabRCRD.html> .>. Acesso em 04 mai. 2020.

**TERRA.** Swarovski ganha novos públicos e cresce em faturamento. Disponível em:<  
<https://www.terra.com.br/noticias/com-mudanca-swarovski-ganha-novos-publicos-e-cresce-em-faturamento,f7487ba48d30f88c136f17aeba691df571ndnf2f.html#:~:text=Em%20maio%20de%202020%2C%20a,de%20mais%20de%20125%20anos>>. Acesso em 19 de fev. 2023.

**THASSIA NAVES.** Dia das Mães Diamond Design. Disponível em: <  
<https://thassianaves.com/dia-das-maes-diamond-design/>>. Acesso em 12 de mar. 2023.

**THE GUARDIAN.** Armada portraits of Elizabeth I united behind old naval college. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/artanddesign/2020/feb/12/armada-portraits-of-elizabeth-i-united-hang-first-time>>. Acesso em 07 fev. 2022.

**THE VICTORIAN WEB.** Disponível em: <  
<http://www.victorianweb.org/painting/ruskin/drawings/7lamps14.html>>. Acesso em 24 mar. 2020.

**TODAY ONLINE.** American rapper Lil Uzi Vert has forehead pink diamond implant ripped out by fans. Disponível em: <<https://www.todayonline.com/world/american-rapper-lil-uzi-vert-has-forehead-pink-diamond-implant-ripped-out-fans>>. Acesso em 23 set. 2021.

**TV E FAMOSOS UOL.** Rapper Lil Uzi Vert implanta diamante rosa de R\$ 128 milhões na testa. Disponível em: <<https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2021/02/03/lil-uzi-vert-rapper-diamante-rosa-testa.htm>>. Acesso em 23 de set. 2021.

**TV FAMA.** Disponível em: <<https://www.redetv.uol.com.br/tvfama/blog/celebridades/kim-kardashian-exibe-acessorio-de-diamante-nos-dentes-e-divide-opinioes-de->>. Acesso em: 03 jul. 2020.

**UFMG.** Uma breve história da escrita. Disponível em: <<https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/historia-escrita/#:~:text=Uma%20escrita%20sistemizada%20aparece%20surgem%20os%20hier%C3%B3glifos%20no%20Egito.>>. Acesso em 29 ago. 2022.

**UMICORE.** Disponível em: <<https://www.umicore.com.br/pt/>>. Acesso em 09 de novembro de 2021.

**UN ENVIRONMENT PROGRAMME.** Aniversário da Convenção de Minamata marca combate ao mercúrio tóxico no mundo. Disponível em: <<https://www.unep.org/pt-br/noticias-e-reportagens/reportagem/aniversario-da-convencao-de-minamata-marca-combate-ao-mercurio#:~:text=A%20Conven%C3%A7%C3%A3o%20de%20Minamata%20ajuda,e%20potencialmente%20milh%C3%B5es%20de%20vidas.>>. Acesso em 17 jul. 2022.

**UNITED NATIONS.** About us. Disponível em: <<https://www.un.org/en/about-us>>. Acesso em 17 jul. 2022.

**UNIVISION.** ¿Recuerdas al 'Chaparro Chuacheneger'? Reapareció en redes y reveló cómo se hizo viral en 2018. Disponível em: <<https://www.univision.com/entretenimiento/cultura-pop/chaparro-chuacheneger-como-se-solvio-famoso>>. Acesso em 01 de março de 2023.

**UOL.** "Bolívia tem papel central no mercúrio usado pelo garimpo ilegal". Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/deutschewelle/2022/07/16/bolivia-tem-papel-central-no-mercurio-usado-pelo-garimpo-ilegal.htm>>. Acesso em 17 jul. 2022.

**VAGAS.ORG.** Como ser revendedora Rommannel: seja consultora hoje. Disponível em: <<https://vagas.org/como-ser-revendedora-rommannel-seja-consultora-hoje/>>. Acesso em 09 jul. 2020.

**VALOR INVESTE (INTERNACIONAL E COMMODITIES).** Barras de ouro: pandemia faz disparar demanda também pelo metal físico. Disponível em: <<https://valorinveste.globo.com/mercados/internacional-e-commodities/noticia/2020/08/14/barras-de-ouro-pandemia-faz-disparar-demanda-tambem-pelo-metal-fisico.ghtml>>. Acesso em 02 de mar. 2023.

**VATICANO NEWS.** S. Jorge Mártir. Disponível em: <<https://www.vaticannews.va/pt/santo-do-dia/04/23/s--jorge-martir.html>>. Acesso em 3 fev. 2022.

**VEJA RIO.** Joalherias tentam recuperar imagem abalada pela Lava-Jato. Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/cidade/joalherias-tentam-recuperar-imagem-abalada-pela-lava-jato/>>. Acesso em 25 de jan. 2023.

**VEJA SP.** Ourives Funk Ostentação. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/ourives-funk-ostentacao/>>. Acesso em 26 fev. 2020.

**VEJA SP.** Marca registrada: Ouro Nobre HSTERN. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/consumo/marca-registrada/#:~:text=Na%20H.,consumiu%20tr%C3%AAs%20anos%20de%20pesquisa.>>>. Acesso em 11 jul. 2020.

**VILA DE UTOPIA.** Vila de utopia: Carlos Drummond de Andrade. Disponível em: <<https://www.viladeutopia.com.br/vila-de-utopia/>>. Acesso em 20 abr. 18.

**VIVARA.** Life by Vivara. Disponível em: <<https://www.vivara.com.br/categoria/life>>. Acesso em 10 Jul. 2020.

**VIVARA.** Especial Vivara 60 anos. Disponível em: <<https://www.vivara.com.br/especial/vivara-60-anos>>. Acesso em 26 de jan. 2023.

**VIVARA.** Posicionamento sobre garimpo ilegal. Disponível em: <<https://www.vivara.com.br/institucional/posicionamento-oficial-garimpo-ilegal>>. Acesso em 17 de fev. 2023.

**VIVARA.** Relatório Anual de Sustentabilidade Vivara 2021. Disponível: <<https://images.vivara.com.br/Stores/Site3/pdf/vivara-relatorio-sustentabilidade-2021-v2.pdf>>. Acesso em 17 de fev. 2023.

**VOGUE AMÉRICA.** Introducing Dolly Cohen: The French Jewelry Designer Behind Cara Delevingne, Rihanna, and A\$AP Rocky's Custom Grillz. Disponível em: <<https://www.vogue.com/article/dolly-cohen-designer-behind-cara-delevingne-rihanna-asap-rocky-grillz>>. Acesso em 04 jul. 2020.

**VOGUE BRASIL.** H.Stern comemora 70 anos com jantar para poucos na abertura da ArtRio. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/moda/joias/noticia/2015/09/hstern-comemora-70-anos-com-jantar-para-poucos-na-abertura-da-artrio.ghtml>>. Acesso em 25 de jan. 2023.

**VOGUE BRASIL.** “Sempre nos lembramos de onde viemos”, dizem Simone e Simaria sobre vida pós-fama. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/celebridade/noticia/2019/10/sempre-nos-lembramos-de-onde-viemos-dizem-simone-e-simaria-sobre-vida-pos-fama.html>>. Acesso em 09 jul. 2020.

**VOGUE FRANÇA.** Gabrielle Chanel. Disponível em: <<https://www.vogue.fr/mode/article/mode-pieces-signatures-gabrielle-chanel-anecdotes-histoire>>. Acesso em 10 nov. 2022.

**WALLRAF MUSEUM.** Disponível em: <<https://www.wallraf.museum/en/collections/middle-ages/masterpieces/stefan-lochner-madonna-of-the-rose-bower/the-highlight/>>. Acesso em 2 jul. 2020.

**WIKIART.** Disponível em: <<https://www.wikiart.org/pt/wassily-kandinsky/amarelo-vermelho-azul-1925>>. Acesso em 06 mai. 2020.

**WIKIMEDIA COMMONS.** Masaccio Madonna del Solletico. Disponível em:<[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Masaccio,\\_Madonna-del-Solletico.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Masaccio,_Madonna-del-Solletico.jpg)>. Acesso em 12 jul. 2022.

**WIKIPEDIA.** Swarovski. Disponível em:<<https://pt.wikipedia.org/wiki/Swarovski>>. Acesso em 19 de fev. 2023.

**WIKIPEDIA.** Token Não-Fungível. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Token\\_n%C3%A3o\\_fung%C3%ADvel](https://pt.wikipedia.org/wiki/Token_n%C3%A3o_fung%C3%ADvel)>. Acesso em 02 de mar. 2023.

**WILL JELWERY.** Disponível em: <<https://www.willjewelry.com/>>. Acesso em 02 de mar. 2023.

### **Audiovisual**

**ARUANAS.** 1ª temporada, episódio 6. Globoplay; 2019. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/7633158/?s=36m46s>>. Acesso em 17 janeiro de 2023.

**AMÃ (JORDÂNIA).** Vídeo 01. Globoplay; 2019. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/8091968/>>. Acesso em 20 nov. 2019.

**CARLINHOS BROWN, MARVVILA - RUA É (CLÍPE OFICIAL).** Salvador (BA). YouTube Carlinhos Brown, 02 de novembro de 2021. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jC0ECajMQdc>>. Acesso em 19 jun. 2022.

**DORIVAL CAYMMI.** *O que é que a baiana tem.* Berlim: Odeon Records, 1939 (3min18s)

**DOCUMENTÁRIO LEGADO CULTURAL DE JOSÉ BARBOSA.** Salvador (BA). YouTube Andrea Barbosa Joias, 28 de fevereiro de 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=T7Rla-rD1Gc&t=1906s>>. Acesso em 18 jun. 2022.

**FÁBRICA ROMMANEL 360°.** Cotia (SP). YouTube Rommanel Oficial, 28 de junho de 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=txSygypSfGs>>. Acesso em: 02 jun. 2020.

**JOIAS AO SAGRADO | EXPOSIÇÃO.** YouTube Andrea Barbosa Joias, Salvador (BA), 04 de março de 2021. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=IUX0mMKUO3I>>. Acesso em 19 jun. 2022.

**JÔ MARSARO.** Coleção Paixão em Transformar 2021. Salvador (BA). YouTube, dezembro de 2021. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=xGapGUYP9KU>>. Acesso em 20 dez. 2022.

**KEREN WOLF: MY ART SHOW.** YouTube Keren Wolf, 04 de março de 2021. Disponível em: < [https://www.youtube.com/watch?v=iM-POdbHL\\_g&t=5s](https://www.youtube.com/watch?v=iM-POdbHL_g&t=5s)>. Acesso em 15 dez. 2022.

**LEO ROBIN E JULE STYNE.** *Diamonds Are a Girl's Best Friend.* Nova Iorque: Broadway de Gentlemen Prefer Blondes, 1949 (3min31s).

**MC GUIMÊ.** Plaquê de 100. São Paulo: Independente, 2012 (2 min55s).

**PAULO REZZUTTI. Imperial Ordem do Cruzeiro.** Salvador (BA). YouTube, 20 de julho de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=iNpsj7FwAB0&t=1222s>>. Acesso em 7 de setembro de 2022.

**ROMMANEL/ COLEÇÃO 35 ANOS – 2021.** YouTube Rommanel Oficial, 27 de abril de 2021. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=WTVM-63EWFQ&list=PLdc8wIMbrIdMzfy47F0sgdy74GbJWweWY&index=4>>. Acesso em 25 de fevereiro de 2023.

**ROMMANEL COLEÇÃO REENCONTRO | EDIANE.** YouTube Rommanel Oficial, 15 de fevereiro de 2022. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=arFmxBhUs8c>>. Acesso em 25 de fevereiro de 2023.

**SUSTENTABILIDADE E MEIO AMBIENTE ROMMANEL.** YouTube Rommanel Oficial, 05 de junho de 2022. Disponível em: < [https://www.youtube.com/watch?v=5JSE0rx\\_Nnw](https://www.youtube.com/watch?v=5JSE0rx_Nnw)>. Acesso em 25 de fevereiro de 2023.

**SUSTENTABILIDADE DE MEIO AMBIENTE ROMMANEL | EPISÓDIO 3.** YouTube Rommanel Oficial, 20 de junho de 2022. Disponível em: < [https://www.youtube.com/watch?v=FD9cgzucK\\_I](https://www.youtube.com/watch?v=FD9cgzucK_I)>. Acesso em 25 de fevereiro de 2023.

**UNIBES CULTURAL. Joia Brasileira - Claudia Dayé entrevista Lydia Leão Sayeg.** São Paulo (SP). YouTube, 09 de maio de 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=FG3VXHpNJyk>>. Acesso em 26 de janeiro de 2023.

## **ANEXOS**

## ANEXO A – Ofício de solicitação de Entrevista a HStern



Ofício nº 01/2021

Salvador, 18 de outubro de 2021

À Assessoria de Comunicação da HStern,

Eu, Gina Rocha Reis Vieira, Doutoranda no Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, da Universidade Federal da Bahia (UFBA), CPF 822.890.695- 15, solicito à equipe de Comunicação da marca HStern a viabilização de entrevista com um representante da joalheria para compor a pesquisa de campo necessária à finalização da tese de Doutorado em andamento *Do peso à leveza – possíveis entrelaçamentos entre visualidade, forma e consumo nas joias contemporâneas* – que busca entender o conceito de joia na contemporaneidade através das dinâmicas de desenvolvimento de produto alicerçadas nas relações entre criação, consumo e aparência, reconhecendo a joia como potência sociocultural constitutiva de sentidos pouco estudada no ambiente acadêmico para além das esferas do design e da história.

Desde já, agradeço sua atenção.

Atenciosamente,

Profª. Mestre Gina Rocha Reis Vieira

Profª. Dra. Renata Pitombo Cidreira (Orientadora)



## ANEXO B – Solicitação de Entrevista HStern por e-mail com recusa

Ofício (Solicitação de Entrevista HStern) | Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (UFBA) Externa Caixa de entrada x

**UFBA** Gina Rocha Reis Vieira <gina.vieira@ufba.br>  
para press, pitomboc, gicarr

seg., 18 de out. de 2021, 10:43 ☆ ↶ ⋮

Prezada Juliana,  
Bom dia. Tudo bem? Espero que sim.

Como temos conversado nos e-mails que trocamos anteriormente, estou na fase final da pesquisa de doutorado em Cultura e Sociedade. Vou realizar pesquisa de campo - enfim, precisou ser adiada diante do cenário da pandemia - no início de dezembro. Gostaria de agendar com um porta-voz da marca uma entrevista para minhas pesquisas.

Seria perfeito conversar com o Roberto Stern, sobretudo porque meus estudos são dedicados aos elos entre a visualidade, a forma e o consumo nas joias na contemporaneidade. E com Alix de Ligne, coordenadora de marketing.

Para tanto, encaminho em anexo Ofício com solicitação formal enviada por mim e minha orientadora, Profa. Dra. Renata Pitombo Cidreira, integrante do Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, da UFBA - Universidade Federal da Bahia.

Ficamos no aguardo.  
Desde já, agradeço mais uma vez.

Cordialmente,

*P.S: Encaminhando dessa vez pelo meu e-mail institucional para fins de formalização.*

**P** press@hstern.com.br  
para mim

ter., 26 de out. de 2021, 10:31

Gina, bom dia.  
Agradecemos o interesse, mas nem o Sr. Roberto nem a Alix estão disponíveis para entrevistas.  
E no momento também não temos nenhum outro porta-voz que possa atendê-la.  
Sinto muito não poder ajudar.  
Sorte com a pesquisa.  
Um abraço,

Juliana Lozano  
HStern | Departamento de Comunicação  
11 3675 2432 Ramais 222 | 223 | 224  
[hstern.com.br](http://hstern.com.br)

## ANEXO C - Solicitação de Entrevista Rommanel por e-mail sem retorno até fechamento da tese

Pesquisa acadêmica: Solicitação de Entrevista e Visita à Rommanel



Externa Caixa de entrada x

UFBA

Gina Rocha Reis Vieira <gina.vieira@ufba.br>  
para samantha, gicarr ▾

ter., 24 de ago. de 2021, 15:49 ☆ ↶ ⋮

Boa tarde, Samantha!

Conforme contato telefônico, sou professora e pesquisadora na **Universidade Federal da Bahia**, doutoranda em Cultura e Sociedade no Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, membro do grupo de Pesquisa Corpo e Cultura, cadastrado no CNPQ.

Abaixo, encaminho mini currículo para apreciação.

Na minha pesquisa atual - para a tese de Doutorado em andamento - busco analisar a articulação entre **visualidade, forma e consumo** para uma compreensão do conceito de joia na contemporaneidade através das dinâmicas de desenvolvimento de produto (processos criativos) alicerçadas nas relações entre criação, consumo e aparência, **reconhecendo a joia como potência sociocultural constitutiva de sentidos** pouco estudada no ambiente acadêmico para além das esferas do design e da história.

A pesquisa interdisciplinar de ordem qualitativa é vinculada à linha de estudo em Cultura e Desenvolvimento e apreende a aderência, ao longo da história, do conceito de joia à materialidade vinculada às características como, raridade, perenidade, esplendor e beleza. O vigor dessa materialidade - que ultrapassa a pré-história e a história humana e vem persistindo mesmo diante das rupturas modernas e contemporâneas - é legitimado a partir da capacidade da joia incorporar sentidos associados à autoconfiança e ao poder diante das disputas que envolvem diferenciação, pertencimento, proteção, sedução e afetividade.

UFBA

Gina Rocha Reis Vieira <gina.vieira@ufba.br>  
para Samantha ▾

qui., 17 de nov. de 2022, 10:02

Bom dia, Samantha.

Tudo bem? Entrei em contato na última semana com a Bianca, da equipe de vocês.  
Pedi que ela, se possível, falasse com você sobre minha demanda de entrevista com a Rommanel.  
Queria saber se você vai conseguir viabilizar de alguma forma.

Att.  
Gina Reis  
71 99988 1358

\*\*\*