



II Simpósio Internacional

de Ourivesaria,
Joalheria e Design

A joalheria contemporânea e o lugar da joia entre o design e a arte *Contemporary jewelry and the place of jewel between design and art*

MENEZES, Rodrigo. O. U. B. de; Especialista em Antropologia.
roubmenezes@gmail.com

Palavras chave: joia; design; arte.

O presente artigo tem como escopo analisar o posicionamento da produção da joalheria contemporânea em dois principais aspectos: o design, e a arte; cada qual com as suas qualidades e peculiaridades. Ou seja, o que se intenta é encontrar o lugar ocupado pela produção de joias na atualidade, entre o design (visto que se utiliza de abordagem projetual, e tem como escopo atender a um mercado consumidor) e a arte (posto que se relaciona diretamente com a prática artística, na medida em que permite liberdade de elaboração e confecção pelo seu criador). Desta forma, cogita-se analisar a joalheria contemporânea, sinalizando pontos de convergência e divergência da prática projetual com a produção artística, na busca de um produto que satisfaça seu usuário, atendendo tanto às suas necessidades quanto aos seus desejos.

Keywords: jewel; design; art

This article aims to analyze the positioning of contemporary jewelry production in two main aspects: design, and art; each with its own qualities and peculiarities. In other words, what is attempted is to find the place occupied by the production of jewelry nowadays, between design, (since it uses a design approach, and aims to serve a consumer market), and art, (since it is directly related to artistic practice, as it allows freedom of elaboration and confection by its creator). Thus, it is considered to analyze contemporary jewelry, pointing out points of convergence and divergence between design practice and artistic production, in search of a product that satisfies its user, meeting both their needs and their desires.

1. Introdução

O ato de adornar o corpo é uma atividade humana que remete aos primórdios da civilização, e que se apresenta em inúmeros agrupamentos sociais. O homem de Neanderthal, que surgiu há cerca de 400 mil anos, já pintava o próprio corpo, antes mesmo de começar a registrar seus feitos nas paredes das cavernas. Conforme explica Benutti (2017), os adornos mais comuns dos homens pré-históricos foram pingentes e colares de conchas e dentes, materiais dificilmente perecíveis e, por isto, encontrados nas explorações arqueológicas.

Os adornos sempre estiveram presentes, evoluindo com a sociedade e servindo como documento e marca de certos períodos históricos, auxiliando, esta forma, na compreensão de civilizações passadas. Entretanto, foi somente no período do Renascimento, a partir do séc. XIV, que a joalheria foi comparada com as Belas Artes. Conforme ensina Benutti e Zugliani (2011, p. 162), 'O Renascimento é o período em que acontece o aperfeiçoamento de técnicas, o que contribui para alçar a joalheria a um nível artístico tão elevado quanto as Belas Artes'.

Já no século XIX, foram implementadas grandes inovações nas práticas de joalheria. De acordo com Benutti e Zugliani (2011), o movimento *Arts and Crafts*¹ priorizava o artesanato e repudiava a industrialização, visando uma produção mais refinada. Surgem escolas oficiais de

¹ O movimento *Arts and Crafts* surgiu na Inglaterra entre 1860 e 1920. Ele defendia o artesanato criativo como resposta à industrialização e produção em massa.

desenho voltadas para produção de manufaturas e peças exclusivas e sofisticadas. Não obstante, o elevado preço das peças artesanais tornava impossível a competição com a produção industrial. Este movimento se destacou porque preconizava as modificações e reviravoltas que seriam consolidadas na joalheria contemporânea.

Finalmente, no período pós-segunda guerra mundial, a joalheria passou a caminhar junto com a moda. É o período da joalheira contemporânea, marcada notadamente pela utilização de novos materiais e concepção de formatos inovadores. Segundo Mercaldi e Moura (2017), neste período a joia se desvinculou do valor material do metal ou pedra que a constituía, permitindo aos joalheiros uma maior experimentação e liberdade de criação. A joia se desassociou do objeto, e passou a traduzir um conceito, atitude ou identidade. De acordo com tais autores, a joalheria contemporânea possui características bem específicas, conforme definição:

“Assim, esse termo [joia contemporânea] consegue equilibrar uma série de abordagens: por exemplo, práticas que focam a pesquisa e o uso de novos materiais; que enfatizam o agenciamento artístico do criador e colocam todo o foco sobre o objeto produzido como uma obra autônoma de arte; práticas que tratam a joia contemporânea como uma oportunidade para criar interações entre as pessoas, ou de intervir na vida contemporânea, do que poderíamos chamar de um ponto de vista da joia; práticas que questionam o lugar da joia no corpo e a própria definição de corpo, de maneira a colocar novos significados sobre ele; e práticas que transformam a ideia de adorno em um instrumento de pesquisas e desenvolvimento destas” (MERCALDI e MOURA, 2017, p. 64).

Para Videla (2016), joalheria contemporânea é aquela contrária à joalheria industrial ou ao modelo de escala. Ela surgiu para contrapor a alta joalheria e seus elevados custos, mormente no que se refere aos materiais nobres empregados nas peças. O uso de materiais mais alternativos, de menor custo, propiciou ampliar a experimentação e, conseqüentemente, desenvolver novos designs para as joias.

Importante ressaltar que, no século XXI, a joalheria se cinge às novas tecnologias, como soldagem e corte à laser, a sinterização, a utilização de impressoras 3D e o serviço de produção POD (*Print on Demand*), no qual o produto é individualizado e criado exclusivamente para aquele usuário específico. É possível confeccionar a joia considerando a idiosincrasia do consumidor, respeitando os gostos múltiplos. Segundo Cardoso (2012, p.107), ‘A maioria das pessoas rejeita a noção de que todos teriam que se vestir de modo igual ou dirigir o mesmo carro’.

Portanto, a joalheria contemporânea, por conta de suas particularidades, em contraponto à joia tradicional, encontrou um espaço próprio, exclusivo, no qual se confunde a arte e o design, ora fazendo as vezes de um, ora de outro, ora de ambos.

2. Joalheria contemporânea e design

O design, quando do início da sua implantação de forma efetiva, apresentou-se como uma solução funcional aos problemas do mundo irrequieto da Revolução Industrial. Voltado para a solução de problemas, o design mostrou-se como uma ferramenta a serviço do homem para que resolvesse, de forma prática e útil, os novos problemas que então surgiam em decorrência das transformações econômicas, sociais e culturais da época. O que movia o projeto de design era a busca de uma efetiva resolução para um problema, e não a expressão pessoal do profissional.

Retornando à questão do homem das civilizações antigas, e sua produção de ornamentos, não se pode olvidar que o uso de tais adornos possuía uma intencionalidade, que ia além da mera estética. Para Benutti e Zugliani (2011, p. 161) ‘Desde o antigo Egito, o homem utilizava a arte das joias como amuleto, simbolizando sua crença e proteção’.

Durante toda a história da humanidade, o design esteve presente, muitas vezes de forma velada, sem atrair para si a atenção de seus usuários, visando a funcionalidade das produções. Entretanto, existiu um momento em que ele mereceu especial atenção, quando então foi visto como objeto de estudo próprio, que demandou uma investigação mais aprofundada. Nesta ocasião o design foi entendido como parte da criação humana, mas com características próprias, que deviam ser analisadas para que se atingisse o grau de perfeição de sua criação. É a partir deste momento histórico - Primeira Revolução Industrial - que o Design deixa de ser

algo que existe naturalmente para se tornar objeto de investigação e fomento, visando servir à ideologia da época, de consumo e funcionalidade. Sobre o design neste período:

“Portanto, a Revolução Industrial foi um dos acontecimentos mais marcantes para a história da humanidade, nele destacando-se a mudança nos meios de produção, aumento da escala, concentração da população em áreas urbanas e a expansão do mercado de bens de consumo. Como o design despontou a partir desses acontecimentos, seu surgimento está, portanto, relacionado a um determinado estágio da história do capitalismo e teve um papel fundamental na criação da riqueza industrial” (VIDELA, 2016, p. 109).

Consolidou-se, portanto, a estética funcionalista. A produção em massa e o estímulo ao consumo ditavam os novos paradigmas sociais. O princípio modernista ‘a forma segue a função’ orientava a produção industrial, em substituição ao artesanato e à manufatura, devendo sempre prevalecer como valor mais relevante de um projeto a utilidade do objeto visado. Assim, a regra norteadora do design passava a ser a adequação ao propósito, ou seja, a busca da forma mais satisfatória de um objeto, sugerida pela sua função e uso.

A utilidade se tornava fim precípua de toda produção. E, indo além, todas as características que fugiam da adequação ao uso eram consideradas extravagantes e dispensáveis. Mesmo que se demonstrassem úteis, os objetos que apresentavam características estéticas eram preteridos, sob alegação de afastamento do escopo principal, qual seja, a sua utilização funcional. Neste sentido, sobre o papel do designer na produção de objetos práticos:

“O designer tinha como meta principal a produção de objetos úteis. As facas, por exemplo, tinham de ser concebidas para cortar bem (inclusive a garganta dos inimigos). E ainda qualquer construção que fosse de utilidade também devia ser realizada com exatidão, isto é, tinha que estar de acordo com os conhecimentos científicos. [...] O ideal do construtor era pragmático, quer dizer, funcional” (FLUSSER, 2007, p. 201-202).

O princípio funcionalista se firmou como uma tentativa de se configurar formas ou metodologias ideais para se projetar, em adequação à estética de uma sociedade industrial predominante. Os funcionalistas pregavam que cada espécie de artefato atingiria, com a evolução temporal dos projetos e da tecnologia produtiva, uma forma ideal, chamada “forma-tipo”, que deveria ser replicada e utilizada de maneira geral. Esta “forma-tipo” seria o absoluto em termos de evolução de um objeto, a modelagem mais evoluída e satisfatória para o seu uso, devendo ser replicada sem questionamento. A praticidade era soberana, com exemplos que perduram até os dias de hoje:

“O exemplo que costumavam citar era a garrafa de vinho, cuja evolução ao longo dos séculos teria conduzido supostamente a uma forma perfeita e perene. Tudo nela seria “funcional” e irretocável: a curvatura do gargalo, que permitia servir o vinho corretamente; a cor escura do vidro para proteger o vinho da luminosidade; a concavidade na parte de baixo, para capturar os sedimentos no fundo; e assim por diante” (CARDOSO, 2012, p. 105-106).

De início, ao pensar sobre a joalheria e o design, faz-se necessário abordar a joalheria industrial. Segundo Videla (2016), neste tipo de joalheria as etapas de produção manuais foram substituídas pela mecanização, o que aumentava a velocidade de produção e reduzia custos. Ainda, o processo produtivo visava principalmente o lucro, aumentando a quantidade de objetos produzidos e renunciando aos aspectos qualitativos, se necessário. Neste sentido, para Campos (2010), seria ingenuidade pensar na novidade da criação joalheira sem considerar a lógica do mercado que predominava nas relações sociais.

Não obstante, com o surgimento da joalheria contemporânea, o termo ‘design’ já possuía uma ressignificação mais abrangente e moderna. A interação dos usuários com os objetos passou a se fundamentar em novos padrões, além da mera funcionalidade. Destacou-se, sobretudo, a eficiência das coisas. Videla (2016) cita o exemplo do lançamento do *iPhone*, que ligava, planejava, calculava, organizava, comunicava, dentre outras funções, ampliando o campo do projeto de um produto, que deveria apresentar um design adequado para todas as utilidades de um bem.

A forma de interação com os objetos demandou esta nova caracterização do design, que ia além de mera funcionalidade ou estética, buscando a mais perfeita utilização do objeto e seus fins, visando conquistar o consumidor final. O design foi elevado a uma posição de relevância no cerne da produção dos produtos, uma característica considerável no projeto final do bem a ser comercializado.

Mas não só. Na sociedade pós-industrial, os objetos foram erigidos à categoria de desejos. Desta forma, além de funcionalidade, os objetos pretendem, atualmente, atender às aspirações emocionais dos usuários, através de um simbolismo que ultrapassa as fronteiras materiais do bem, mirando a subjetividade do consumidor final. Neste sentido:

“Na produção capitalista do período pós-industrial os objetos passaram a estender seus significados para além das questões funcionais e utilitárias e novos produtos começam a ser criados de modo a gerar demanda. Ancorados na percepção da subjetividade do sujeito como elemento gerador do desejo pelo objeto, a produção de bens passou a se constituir para além das questões funcionais, enfatizando aquelas de caráter simbólico, o que levou ao repensar da ênfase funcionalista e da produção em grandes séries, alterando radicalmente as diretrizes conceituais em todo o campo” (CAMPOS, 2010, p. 4).

Desta forma, a sociedade demanda constantemente o novo, tornando obsoleto o que era moderno em um passado próximo. O design se rende a prover o desejo do usuário, firmando o seu papel de fomentar o consumo e criar novos objetos visando o uso e descarte imediato, demandando uma nova aquisição. O mercado se distancia da produção de produtos para suprir necessidades, para indicar ao consumir o que ele deve adquirir, tornando-se um criador de desejos. A aquisição de um bem novo, um produto de vanguarda, o último lançamento, gera no usuário o preenchimento de um desejo, suprimindo de forma instantânea e fugaz suas aspirações emocionais. Não obstante, esta sensação logo se esvai, com o anúncio de um produto ainda mais moderno, gerando a necessidade emocional de novas aquisições.

Insta retomar o exemplo acima, do próprio *iPhone*, que faz lançamento de variações mínimas do seu produto em um curto intervalo de tempo. Mais do que a própria funcionalidade do aparelho, a marca vende o desejo de ter um novo bem. A aquisição do telefone celular cria uma relação com o objeto que extrapola o valor da sua necessidade, e se dispõe a fomentar a realização pessoal do indivíduo, além de ditar a sua posição em um grupo social. Consoante Pinto (1997), aqueles indivíduos que têm possibilidade de consumir produtos de alto valor financeiro (e consequentemente expô-los nas redes sociais) adquirem maior visibilidade social, sob uma lógica de mercantilização do sujeito.

Deste modo, importa destacar também a importância da construção de uma imagem pessoal e a valorização da aparência, onde a ostentação de bens materiais e o compartilhamento em redes sociais gera uma falsa sensação de satisfação para usuário. A importância atribuída aos objetos hierarquiza as pessoas e constrói imagens de conquista e felicidade, caracterizando uma sociedade atual marcada pelo excesso e pelas consequências da influência de seus membros. E, nesta exibição pública, não se pode olvidar do papel ocupado pela joia.

Segundo Campos (2010), a joia possui uma representação pública do “eu”, na qual o consumidor procura construir a sua suposta identidade própria, adequando-se aos valores representados por aquele objeto. É a venda de um valor intangível, que se apresenta como identificador da personalidade do seu consumidor. Para a autora, têm-se como exemplos as joalherias vinculadas a personalidades, como a Paloma Picasso para a Tiffany, ou Oscar Niemeyer para a H. Stern, e que pretendem passar a sensação de exclusividade e bom gosto aos consumidores. É a joalheria exercendo função de status e segregação social:

“Trata-se de uma joalheria orientada para sua função de ornamento, diretamente articulada com e pelo mercado, estando comprometida em diferentes escalas com a exibição de status, identidade e distinção social num discurso alinhavado com as dinâmicas da moda e do luxo” (CAMPOS, 2010, p. 5).

Portanto, mesmo que se confunda a criação da joia com um viés artístico, não se questiona que o design tem forte influência na produção joalheira, mormente na sua relação com o mercado de consumo e construção de valores e desejos.

3. Joalheria contemporânea e arte

O conceito de arte sofre variação de acordo com a época e o lugar, sendo inconsistente até os dias atuais. No entender de Coli (1995), a arte é móvel e se altera com o passar do tempo. O que é venerado hoje, considerado do mais alto grau de admiração e respeito, pode ter sido execrado no passado, ou poderá ser repudiado em um futuro. Esta é uma característica geral

da arte, que pode ser aplicada em todas as suas formas. As catedrais góticas, por exemplo, que hoje são indubitavelmente consideradas obras de arte, foram desprezadas pelos homens da Renascença. A respeito:

“Cézanne é tido hoje em dia como um dos maiores nomes da pintura de todos os tempos. Porém, não podemos esquecer que o reconhecimento do seu valor foi tardio: enquanto viveu, o consenso geral recusou-se a julgá-lo positivamente, e esse também foi o caso de Van Gogh, de Gauguin e dos impressionistas – pintores de uma época em que havia justamente um conflito entre os critérios estabelecidos e a obra que eles produziam” (COLI, 1995, p.19).

E mais. A arte sofre alteração quanto à cultura. Ainda segundo Coli (1995), a arte não é própria a todas as culturas da mesma maneira. Cada uma tem o seu modo específico de concebê-la. Desta feita, as máscaras ritualísticas africanas, confeccionadas por tribos da Nigéria, Angola ou outro país deste continente, não são obras de arte para os homens que as produziram. Entretanto, podem facilmente ser expostas nas paredes dos museus ocidentais, com especial destaque e admiração. A versão acadêmica da arte, ensinada atualmente nas escolas especializadas, não teria sentido para o artesão que esculpia portais românticos ou fabricava vitrais góticos, e que eram movidos pela funcionalidade da sua criação.

Não obstante, para compreender a arte atual, e sua conexão com a joalheira contemporânea, é necessário entender a mudança ocorrida ao longo do século XX, momento no qual a produção artística passa a ser campo de representação das emoções e do pensamento. Neste momento o artista elabora a arte conceitual, e passa ele próprio a ser matéria de sua produção, e não mais mero reproduzidor das percepções sensoriais do mundo, como ensina Campos (2010).

Ocorre, assim, um rompimento com as artes tradicionais, de fundamentação academicista, visto que seus conceitos sofrem mudanças substanciais. Os objetos artísticos mudam seus estatutos e sentidos. Como elucida Danto (2015), a partir daí se percebe que qualquer coisa pode (ou não) ser uma obra de arte. O que se destaca é a característica da arte de ser contemplada em consonância com sentimento que ela desperta em seu espectador.

A fruição da obra de arte significa uma nova forma de absorver o mundo, que não se prende ao rigor técnico artístico e ao formalismo exigidos até então. A reflexão e a provocação em relação à obra de arte são mais relevantes que sua aparência ou exibição formal. Ensina Campos (2010, p. 2) que ‘Ao se tornar conceitual, a arte deposita no discurso o valor que orienta a escolha de sua mentalidade, bem como seus meios de expressão’. E este pensamento tem influência significativa na joalheira contemporânea.

Nesta seara, o século XX apresentou uma joia considerada como um produto artístico, vinculado ao seu criador, e desobrigada dos compromissos com a beleza e a estética, podendo, inclusive, renunciar à riqueza de seu material. Segundo Campos (1997), esta joalheira combateu a forma tradicional e comercial da produção de joias em exercício até então, elevando o papel sociocultural do produto e dialogando com as demais formas artísticas. A joia foi erigida ao patamar de expressão plástica, e não mais mero objeto de ostentação. Aspectos relacionados à joalheira tradicional foram desconstruídos, e a joia surgiu como arte e expressão, demonstrando neste aspecto o seu valor:

“Desse modo, noções tão caras à joalheira, tais como distinção, beleza, ornamentação, decoração, apenas para citar as mais evidentes, foram abordadas, criticadas, questionadas e ressignificadas pela arte-joalheira, sendo aí depositada sua essência, seu valor, sua preciosidade e sua beleza” (CAMPOS, 2010).

Neste sentido, ensina Mercaldi e Moura (2017) que a joia contemporânea possui a característica de ser autorreflexiva, na medida em que não se restringe ao valor do material precioso com o qual pode ser produzida, mas estabelece uma relação crítica ou consciente com um campo mais vasto do ornamento. Tal fato faz com que a joia se torne uma forma de expressão artística, que considera uma postura crítica da sua própria natureza e história.

Para os autores citados acima, a crítica à preciosidade desvinculou o valor da joia ao material no qual era confeccionada, distanciando-a do seu valor financeiro e econômico. Ao mesmo tempo liberou a joia e o joalheiro para uma maior experimentação criativa e artística, através de uma consciência social crítica. Ela vai além de um conjunto de objetos, se trata de ‘um método, uma atitude, ou uma prática de ação’, leciona Mercaldi e Moura (2017, p. 64).

Afastada do caráter meramente decorativo, a joia se apresenta como uma crítica, e exerce influência ativa na sociedade:

“A joia contemporânea então assume o papel de símbolo cultural, com definições que ‘revigoram a possibilidade das artes aplicadas como um exercício crítico, e não meramente complementar e decorativo’”(Sandino, 2002, p. 107).

Outro ponto divergente era o relacionado ao preço das joias. Anteriormente comercializadas por altos valores de mercado, a joalheria destes novos artistas era barata, sem perder as qualidades de ser estimulante e atraente.

Tal fato decorreu de forte influência do movimento *Arts and Crafts*, acima citado, que renunciou ao uso de elementos frequentemente utilizados pela joalheria convencional, fornecendo à joia um valor que ia além do seu material constituinte. A joia se valoriza então pela sua criação, criatividade, técnicas, expressão e valor simbólico. Ainda, torna a peça mais acessível e democrática, além de transmitir os valores do usuário, e não mais a ostentação e alto luxo. Deste modo:

“Na virada do século XIX, as ideias convencionais sobre valores nas joias - e o valor das joias - foram viradas de cabeça para baixo para o benefício da criatividade artística. Os novos pensamentos e as produções artísticas deste período foram o motor para os movimentos posteriores na joalheria do século XX” (BESTEN, 2011, p. 99).

Existe ainda uma conexão entre a joalheria contemporânea e a arte contemporânea, que rompe com o mérito atribuído ao artista, considerado até então como detentor da produção artística formal. Com esta cisão, os artistas se apropriam de novos materiais e se abrem a novas experimentações. Existe uma nova aproximação entre a arte e a joalheira, explorando a forma de criação e o produto final, então como expressão dos seus criadores:

“Dessa maneira, ao associar a definição da palavra joia com o conceito de contemporâneo, reconhecemos que a joalheria contemporânea compreende objetos que são desenvolvidos e exploram a criação e seus elementos, tal como nas obras de arte e no sentido de explorar as potencialidades da criação e expressão (...)”(MERCALDI e MOURA, 2017, p. 59).

Para Campos (2010), a joia como meio de expressão desvincula-se da produção voltada para o mercado, sendo confeccionada de forma livre e descompromissada com o consumo. A joia suplanta o território da beleza, para focar-se em outras formas de sensibilidade, respeitando a idiossincrasia do usuário. Mais do que uma sedução materialista, ela provoca o sentimento do consumidor, fomenta um desconforto e uma crítica social. A joia contemporânea é mais que um objeto: é um movimento.

Ainda, a joalheria contemporânea é voltada para o corpo, enquanto suporte para a sua expressão artística. Mas não como mera base para ostentação de adornos, mas sim como tradução de valores e personalidade de quem a usa, e do seu criador. A peça não mais existe por si, para ser admirada como um objeto de exposição, mas ganha a sua própria razão de ser quando sustentada pelo usuário. A relação da joia com o corpo é ressignificada, ela só existe em relação ao seu suporte humano, e não mais como mero objeto de exibição e ostentação. Assim:

“O corpo humano é o suporte da joia. A joia ao ser colocada no corpo se presentifica, toma outra existência, ganha valor, pois sua existência é relacionada ao corpo. Só existe e se manifesta na plenitude ao ser colocada, vestida, incorporada ao corpo” (MERCALDI e MOURA, 2017, p. 62).

A condição de peça de joalheria se transforma então em escultura para vestir, e apresenta elementos simbólicos, em dissonância com o mercado de produção em massa.

4. A joia entre o design e a arte

A partir dos contextos acima, percebem-se características próprias da joalheria contemporânea, que apresenta pontos de proximidade e de afastamento entre o design e a arte.

Convivem em harmonia a produção de artefatos de expressão artística com as que são fruto de processos de design, e a joalheria recebe influência de ambas. Conforme sustenta Mercaldi e Moura (2017, p. 59), ‘a joia contemporânea tangencia as fronteiras entre arte, artesanato, moda e design e reflete as condições da atualidade nas quais ela ocorre’.

A princípio, vale destacar, consoante Videla (2016), que a joalheria encontrou um espaço liminar entre design e arte, mas a relação entre elas foi uma via de mão dupla. De início o design demonstrou resistência para abarcar a joalheria, posto que era menosprezada por se relacionar ao mercado de luxo, ostentação, frivolidade e ausência de função social. Ao mesmo tempo, foi criticada na sua relação com a arte, em seu sentido tradicional, por possuir o corpo como suporte, além de uma suposta utilidade, função condenada pela produção artística mais conservadora.

Em uma relação de proximidade com o design, pode-se pensar na joalheria industrial, que tem como intuito obter escala e produção em massa. Para Videla (2016, p. 63), ‘a contribuição do design é no sentido de desenvolver projetos que permitam agilizar a produção’. O uso de tecnologia é uma constante, afastando-se sobremaneira da criação manufaturada e artesanal. Assim é possível manter a produção em massa e a competitividade do negócio de comercialização de joias.

Ainda quanto ao design, destaca-se que o processo criativo é direcionado para atingir um resultado pretendido, sendo indissociável da orientação para o mercado consumidor. Portanto a joia, neste aspecto, apresenta como elemento característico a necessidade de cumprir uma função, mesmo que seja meramente decorativa. Não há como dissociar a peça de sua funcionalidade e, conseqüentemente, de uma intenção mercadológica.

Conforme Ieciona Campos (2010), a peça é projetada como uma forma-matéria, os seus significados são previamente determinados e acertados entre criador e público. Busca-se atingir determinados valores que são pré-estabelecidos, sendo indissociável a relação com a forma e funcionalidade. Deste modo, a joia é construída segundo um modelo prévio, seguindo uma metodologia estabelecida, e que pretende atribuir valor aos seus possíveis consumidores, como status e ostentação.

Neste tipo de joalheria, continua a predominância de materiais nobres, apesar de uma relativa abertura ao uso de outros insumos, como madeira, aço escovado, couro, entre outros. Não obstante, preconiza-se a comercialização para um mercado consumidor, mesmo que haja certa experimentação.

Quanto à joalheria arte, é possível dizer que se contrapõe à joalheria industrial. É uma categoria recente, que utiliza de pressupostos artísticos, e que se afasta da produção em massa e do mercado consumidor. Como visto acima, ela sofre influência da arte conceitual, e se relaciona com o simbólico e com a expressão crítica, em detrimento de um consumismo exacerbado.

Existe no campo da arte uma ideia mais autoral da produção joalheira, relacionada à ideia de auto expressão e consideração do seu criador como um artista, que assina a sua própria produção.

A joia arte não se preocupa com a função do objeto, nem com o retorno mercadológico, deslocando o sentido usual da peça e atribuindo a ela uma consideração simbólica ou intenção de afetação social e pensamento crítico. Desta forma, sobre a joia:

“Seu grau de comprometimento maior é com o efeito que se propõem a causar, pois o potencial simbólico do objeto é tomado em sua capacidade de afetar o outro, sendo o mercado considerado um aspecto *a posteriori*” (CAMPOS, 2010, p. 7).

Quanto aos aspectos formais, não existe prévia determinação do resultado que se pretende alcançar, como usual na joia design. Há uma intenção autoral, mas o significado da peça produzida será determinado pelo público, sem acolhimento de qualquer regulamentação anterior.

Em relação ao uso de matéria nobre, evidencia-se mais uma vez a influência do movimento *Arts and Crafts* e a nova relação da joia com seus materiais constituintes. Não mais interessa o uso de pedras preciosas e metais nobres, mas sim a experimentação e liberdade criativa do joalheiro. Inclusive o uso de materiais alternativos reveste-se de simbolismo, e vai além da sua mera existência ou utilização, carregando significados que se conectam ao material escolhido pelo artista. A joia adquire uma nova concepção, mais como um movimento de expressão, e menos como objeto de ostentação. Assim:

“Sendo assim, esses movimentos predecessores, dentro da joalheria – joias de arte do movimento *Arts and Crafts* e as joias modernistas – liberaram as joias através de um movimento contínuo que focava a expressão artística e a experimentação, um envolvimento mais profundo com a sociedade e uma nova consciência do corpo e do usuário” (MERCALDI e MOURA, 2017, p. 61).

Um ponto de proximidade entre a arte e o design, relacionado à joalheria, diz respeito aos aspectos produtivos. Para Campos (2010), a escala de produção e o modo de produzir não se diferenciam na contemporaneidade. As novas tecnologias contribuem para esta aproximação, na medida em que permite a criação de joias personalizadas ou customizadas. Neste sentido:

“Critérios como o da reprodutibilidade e da peça única, que começaram a cair por terra com o início da revolução tecnológica, desaparecem completamente diante de processos industriais que possibilitam paradoxos como “customização em série”, ou seja, a fabricação de produtos numa escala personalizada como faz a Nike, por exemplo” (CAMPOS, 2010, p. 7).

Ainda conforme a autora, em relação à arte na contemporaneidade, esta abandonou o campo da manufatura, adequando-se às novas formas de produção artísticas. Por exemplo, as instalações de mídias digitais e obras em vídeo que combinam arte e tecnologia, ou mesmo a colaboração de vários agentes na produção de uma peça, situação que retira de propósito a questão autoral, e que poderia ser aplicada à criação da joia enquanto arte.

Importa ainda destacar que, independente das características da joia como design ou como arte, e as peculiaridades de cada relação, é inegável a aproximação entre tais campos. A produção joalheira é fluida, varia com o tempo e as modificações sociais, e pode ser realizada de diversas maneiras, sob diferentes perspectivas.

A questão de prevalência de uma compreensão mais artística ou mais comercial da atividade joalheira não representa a supremacia de uma sobre a outra, ou a relevância de uma vertente em detrimento de outras interpretações. Não se faz uma hierarquia de importância de valor; ao contrário, percebe-se a quantidade de possibilidades permitidas pela joalheria contemporânea, e sua influência social, determinando e sendo influenciada pelas características de uma época e de uma sociedade.

5. Conclusão

Desta forma, a joalheria sofreu modificações com o passar do tempo, a partir do início da civilização. Desde a utilização pelos povos antigos como instrumento de influência mística e fantasiosa, até ser erigida a condição de objeto de ostentação e luxo. Ainda, apresentou uma grande revolução com a joalheria contemporânea, principalmente diante da influência do movimento *Arts and Crafts* e das novas concepções artísticas e sociais de joia.

O design possui estreita relação com a joalheria contemporânea. A partir da Revolução Industrial o design se estabilizou na sociedade, tendo como escopo principal a busca de soluções de problemas advindos das novas relações econômicas e sociais. Valorizou-se a função em detrimento da forma, a adequação a um propósito funcional. A joalheria seguiu este novo paradigma, principalmente através da joia industrial. A manufatura foi substituída pela produção industrial, e prevaleceu a busca pelo lucro. Aprimorando a utilização do design, ele passou a contribuir para a construção do desejo na sociedade de consumo, sendo utilizado como instrumento da construção da imagem do consumidor, na medida em que se apresentava, mormente nas redes sociais, como uma imagem de sucesso e felicidade. Papel bem representado pelas joias em postagens de ostentações e luxo.

Em relação ao viés artístico, destaca-se a mudança ocorrida ao longo do século XX, principalmente através da influência da arte contemporânea. O artista ultrapassou a mera representação do mundo, e se dedicou a comunicar sentimentos e emoções. O reflexo na joalheria se deu com a desvinculação da beleza e estética, podendo inclusive renunciar aos materiais nobres. A nova mentalidade joalheira foi então uma expressão plástica, uma forma de relação crítica com a sociedade. A joia foi além de um mero objeto de valor, representando uma ideia, uma atitude ou consciência. Tal atitude permitiu a expansão do potencial criativo do joalheiro, que não precisava mais se ater a padrões ou uso de determinados materiais, podendo investir no simbólico do que a peça representava e sua crítica social.

São diversas as relações da joalheria no que tange ao design e à arte. Às vezes a produção de joias se aproxima mais de uma, às vezes da outra, e por vezes concilia características de

ambas. A ampla variedade da produção joalheira permite que tal fato aconteça, visto que existe um mercado interessado em consumo das joias voltadas para o fim estético, como há também o interesse do uso das peças como objetos de arte, com a sua importância social. O século XXI apresenta novos comportamentos e tecnologias, com forte influência na joalheria contemporânea, demonstrando, mais uma vez, como a joalheria é fluida, influenciando e sendo influenciada pela sociedade na qual está inserida.

6. Referências

BENUTTI, M. A. (2017). Adornos e joias: materiais, ferramentas e técnicas de confecção através dos tempos. In: *X world congress on communication and arts*. Salvador. pp. 42-47.

BENUTTI, M. A. & ZUGLIANI, G. M. (2011). Arte & joia: uma análise entre as joias como objeto de arte e a arte contemporânea. . In: *World congress on communication and arts*. São Paulo. pp. 161-165.

BESTEN, L. (2011). *On jewellery: a compendium of internacional contemporary art jewellery*. Stuttgart: Arnoldsche Verlagsanstalt.

CAMPOS, A. P. (1997). *Joia contemporânea brasileira: reflexões sobre a ótica de alguns criadores*. Dissertação de mestrado não publicada. Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo.

CAMPOS, A. P. (2010). *A joalheria contemporânea e as fronteiras da arte e do design*. Disponível em: <<https://scholar.google.com.br/citations?user=ew-yIVUAAAAJ&hl=pt-BR>>. Acesso em: 27 de mar., 2021.

CARDOSO, R. (2012). *Design para um mundo complexo*. São Paulo: Cosac Naify.

COLI, J. (1995). *O que é arte*. São Paulo: Brasiliense.

DANTO, A. C. (2015). *O abuso da beleza*. São Paulo: Martins Fontes.

FLUSSER, V. (2007). *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cosac Naify.

MERCALDI, M. A. & MOURA, M. (2017). Definições da joia contemporânea. *ModaPalavra e-periódicos*, 19, pp 53-67.

PINTO, J. (1997) Os gurus e o consumo: notas sobre a recepção dos bens esotéricos. *Gerais revista de comunicação social*, 48, pp 19-22.

SANDINO, L. (2002). Studio jewellery: mapping the absent body. *A&C black/rutgers university press*. London.

VIDELA, A. N. B. (2016). *Joalheria, arte ou design?* Tese de doutorado não publicada. Departamento de design. Universidade Federal de Pernambuco, Pernambuco.