



Análise da presença e do uso de um imaginário amazônico em produtos artesanais de mercados colaborativos locais

Analysis of the presence and use of an Amazonian imaginary in artisanal products in local collaborative markets

SANTOS, Carolayne Mourão dos; Bacharel em Design; Universidade do Estado do Pará;
mouraocarolayne@gmail.com

SANTOS, João Roberto dos; Mestre em Design; Universidade do Estado do Pará;
joao.roberto@uepa.br

FERNANDEZ, Keila Vasconcelos; Mestre em Design; Universidade do Estado do Pará;
keila.fernandez@uepa.br

MONTEIRO, Maria Gabriella Vilhena; Especialista; Universidade do Estado do Pará;
gabriella.monteiro@uepa.br

Resumo: Tem-se como objetivo esclarecer como se dá a inserção do imaginário amazônico em produtos criados por artesãos para comercialização em dois mercados colaborativos: Beirando a Moda e Samaúma Artesanato da Amazônia, localizados em Belém-PA. Essa manifestação é materializada em elementos que simbolizam a identidade da região, baseados em referências da cultura popular. O trabalho tem como fundamentações teóricas autores como Paes Loureiro (2007;2015), Hall (2000), Durand (2000), Silva (2012), Wunenburger (2007), dentre outros, para compreender o imaginário amazônico, sua atuação no cenário tradicional e sua relação com contemporâneo. Foram abordados estudos sobre projeto no design, semiótica aplicada em projetos, além de coletas de informações por meio de pesquisa qualitativa-descritiva, com base na pesquisa documental e realização de entrevistas semiestruturadas que auxiliaram durante a análise. A análise possibilitou observar como cada artesão trabalha suas experiências imagéticas e poéticas na construção de produtos simbólicos.

Palavras-chave: Imaginário; Amazônia; Produtos Artesanais; Mercados colaborativos.

Abstract: The objective is to clarify how the amazonian imaginary is included in products created by arties for commercialization in two collaborative markets: Beirando a Moda and Samaúma Artesanato da Amazônia, located in Belém do Pará. This manifestation is materialized in elements that symbolize the identity of the region, based on references of popular culture. The work has as theoretical foundations authors such as Paes Loureiro (2007;2015), Hall (2000), Durand (2000), Silva (2012), Wunenburger (2007), among others; to understand the Amazonian imaginary, its performance in the traditional setting and its relationship with contemporary. Are approached studies on project design, semiotics applied in projects, in addition to information collection through qualitative-descriptive research, based on documentary research and semi-structured interviews that assisted during the analysis. The analysis made it possible to observe how each artisan works his imagery and poetic experiences in the construction of symbolic products.

Keywords: Imaginary; Amazon; Artisanal Products; Collaborative Market.



1 Contemplo-me Passando além do Rio – Uma Introdução

A região amazônica é contemplada por riquezas culturais que servem de referências para vários segmentos comerciais locais, além de ser um atrativo para outras regiões e países. Nesse aspecto, essas manifestações são vistas em produtos, músicas, costumes, culinária, danças e até mesmo no sistema político, social e religioso. Também são representadas como uma pequena parte de uma infinidade de demonstrações simbólicas, que compõem características históricas e que valorizam a identidade e tradição popular. No contexto atual e com o fácil acesso a diversas informações, a sociedade local tem o papel importante de manter presente as origens da sua cultura. Dessa forma, profissionais artesãos e designers paraenses possuem um repertório que possibilita desenvolver trabalhos repletos de histórias, texturas, cores, animais, plantas e sons e que proporcionam diferencial diante dos outros produtos do mercado.

Neste sentido, o estudo buscou analisar a inserção do imaginário amazônico como representação de uma identidade da arte popular e sua relação com design como agente comunicador em produtos artesanais e semiartesanais criados por marcas contemporâneas da região, comercializados em dois espaços colaborativos, o Beirando a Moda e Samaúma – Artesanato da Amazônia, ambos localizados em Belém do Pará. Assim, a problemática é compreender como se dão o uso e a inserção dos elementos de referências compartilhadas via imaginário por parte de projetistas, artesãos e produto (como resultado), além de captar a relação direta dos consumidores, valorizando o meio artístico, a criatividade e as emoções que permeiam o lado poético da criação. Para tal, foi feito um levantamento teórico sobre o imaginário amazônico com a finalidade de entender as particularidades sobre o conhecimento popular e como influenciam no sistema cultural e social da região, e, também, com o propósito de obter informações sobre o repertório local e como ocorre o uso de referências durante o processo de criação, tal como a relação dos modos antigos até a atualidade, na qual a pesquisa foi feita, com o conceito abordado nos estudos sobre o imaginário popular para compreensão dos produtos identificados durante o levantamento das marcas autorais.

Por conseguinte, conforme o levantamento teórico, buscou-se por meio do Design as características dos métodos de processo de criação, relacionando-os com os dos projetistas identificados e ressaltando suas diferenças de criações. O Design é entendido como agente comunicador em suas funções estética, simbólica e funcional, e como mediador de comunicação, assim como o imaginário amazônico possui funções que por meio de observações visuais, sensoriais e emocionais constatam sua identidade. Desse modo, foram determinados os seguintes objetivos: compreender o conceito do imaginário e seus reflexos no processo criativo de projetistas e artesãos; identificar os produtos que são comercializados e que trazem referências amazônicas nos dois espaços colaborativos; comparar os elementos característicos dos produtos selecionados para o estudo e analisar como ocorre o repertório amazônico e suas referências dentro do processo criativo e transformação em produtos vendáveis. Portanto, a importância da pesquisa está, não só no reconhecimento do bom uso das referências vindas do repertório amazônico paraense, mas também no registro de como elas são trabalhadas por pessoas que vivem nesse universo e transformada em produto vendável. Como resultado, busca-se fornecer subsídios para uma prática projetual mais refinada e conectada a uma realidade e a uma identidade local.

2 Dos Fatos Debruçados na Imagem – Fundamentação Teórica

O imaginário é um ideal representativo da realidade de um grupo social, decodificado e interpretado a partir de suas características físicas estabelecidas durante seu histórico, meio ecológico e seu cenário sociocultural. A esse conjunto de representações atribuem-se significados que por consequência revelam simbolismos. Estes símbolos, por sua vez, sustentam uma identidade para o grupo social em questão. Para Silva (2012), o conceito de imaginário se desenvolve através da criação, organização e reorganização de imagens, tendo em vista que essas imagens se definem e redefinem a partir do imaginário. Para o autor Wunenburger (2007) o imaginário se concretiza como uma produção mental que comprehende imagens visuais e linguagens a partir da compreensão da semiótica como superposição



de sentidos próprios e figurados. Sua representatividade é a semiótica aplicada no contexto histórico do local em que o indivíduo está inserido, com isso, manifesta-se em coisas ou objetos que caracterizam a identidade local.

Essa caracterização se dá na interpretação dos signos atribuídos através de uma imagem que presentifique o seu significado, isto é: “o signo só pode referir-se a um sentido e não a uma coisa sensível” (DURAND, 2000, p. 10). Segundo Silva (2011) o imaginário é como uma rede ou sistema de relações dinâmicas e organizadora de imagens, em que há uma livre integração e circulação entre a via racional e a via imaginária dos indivíduos e sua comunidade. Assim, é possível compreender o imaginário como a representação de um real, ou de uma determinada realidade, feita por seres humanos para a existência das coisas ao seu redor. Nesse sentido, os processos que envolvem o imaginário também envolvem diretamente as relações entre significantes (imagens, palavras), com seus significados (representações, significações). E todo esse contexto é interpretado simbolicamente (PESAVENTO, 1995).

Considerando que o conceito de imaginário é bastante amplo e dinâmico, optou-se por utilizar na pesquisa o estudo da sua representação, a expressão desse pensamento, sua manifestação por imagens e sua definição da realidade diante do indivíduo e seus objetos cotidianos. No Espaço Beirando a Moda e na Loja Samaúma - Artesanato da Amazônia, encontram-se diversos segmentos de produtos que são criados por artesãos e designers da região paraense, que fomentam não só a visibilidade, mas incentivam o mercado criativo da região. Diante disso, os produtos comercializados possuem referências da cultura e da natureza amazônica, onde a representação do imaginário é transformada em realidade. A partir desse entendimento, se estabelece o estímulo cognitivo sobre a realidade da imaginação dos projetistas, através do simbolismo e aplicação dos signos nos produtos comercializados e proporcionando suporte de significações que fomentam a cultura local. Por outro lado, faz-se indispensável entender o imaginário amazônico como precursor das fontes de inspiração.

2.1 Amazônia Imaginada

A região amazônica possui uma identidade cultural que se destaca por sua exuberância natural e pela relação dos povos nativos com essa natureza. Indo além, e conforme afirma Laraia (2003, p.68) “o modo de ver o mundo, as apreciações de ordem moral e valorativa, os diferentes comportamentos sociais e mesmo as posturas corporais são assim produtos de uma herança cultural” também observada na Amazônia. Loureiro (2001) afirma que nas sociedades amazônicas, é pelos sentidos atentos à uma natureza magnífica e exuberante que envolve o ser humano, que se aprofunda no conhecimento de si mesmo. Ainda para o autor, a experiência sensorial é essencial à vida amazônica, por representar qualidade complementar à expressão dos sentimentos e ideias, que contribui para gerar uma unidade cultural em uma sociedade geograficamente dispersa como a amazônica.

O imaginário amazônico atua como um suporte poético sobre as pessoas que convivem nesse espaço, que é rico em inspirações e referências naturais sejam elas imagéticas ou visuais. Esse contato com o universo amazônico só ocorre entre o indivíduo e a floresta quando a representatividade da cultura fica mais imersa na realidade cotidiana, destacando o imaginário como medidor das desigualdades entre o ser humano e a natureza “colocando um na medida do outro. [...], colocando o caboclo na dimensão do mundo por ele habitado, ao mesmo tempo em que situou essa natureza desmedida na exata medida de sua cosmovisão” (LOUREIRO, 2007, P. 37-38).

Por outro lado, existem também o espaço cultural urbano e amazônico, fenômeno recente e moderno, uma frágil ponte entre o imaginário ribeirinho e a rapidez das atualizações globais e a fluidez da comunicação entre as pessoas. Nessa perspectiva, é no imaginário amazônico do espaço urbano que ocorre com mais dinamismo as influências culturais de outras localidades, onde o contato com outras manifestações possibilita à sociedade incorporar novas características, implementando em seu cotidiano as informações que são captadas por meios de comunicação, como ritmos musicais, referências culturais, modos de vestimentas, dentre outros. Conforme esse contexto midiático se fortalece no espaço urbano



um processo de integração que vai se estabelecendo entre diversas sociedades, possibilitando trocas e ampliando o compartilhamento de informações em âmbito social, cultural, político e econômico.

Para fazer análise da imersão do imaginário amazônico nos produtos selecionados no Mercado Itinerante Beirando a Moda e na Loja Samaúma Artesanato da Amazônia – espaços físicos e profissionais localizados no centro urbano – foi levantado todo o contexto sociocultural do lugar de estudo, com o objetivo de compreender quais são os propósitos como mercado criativo local e como ocorre o vínculo entre a sociedade paraense e turistas que visitam os espaços. Nos produtos expostos, foram verificados os elementos que compõem o imaginário amazônico e tais podem ser definidos como função estética, por serem objetos contemplativos que estimulam o imagético dos compradores através do visual.

Os elementos míticos que compõe essa mensagem visual também apresentam função simbólica, permitindo que porventura existam outras assimilações, diferentes das planejadas, quanto aos significados, ressaltando então que para realizar uma análise coesa sobre os produtos, é preciso compreender o processo criativo que lhes dá origem e assim compreender a perspectiva imagética dos criadores. Tendo em vista que, a imagem do produto é uma representação de uma determinada ideia, quando no primeiro contato com um usuário, o objeto transmite informações que se comunicam através dos elementos visuais e sensoriais. Assim, entende-se que a decodificação desses elementos só ocorre quando o usuário faz analogia com suas experiências passadas e com isso cria significações a esses objetos. Logo, os produtos que são comercializados nos espaços têm os projetistas como representantes principais de uma mensagem visual que é transmitida através dos produtos criados para o seu público. Além disso, os projetistas devem deixar evidente a representação a qual desejam apoiar-se de acordo com as propriedades da visão humana, como ressalta Baxter:

Para o estudo, as funções estética e simbólica atuam com maior relevância para análise comparativa dos produtos, como forma de representação que vai além da necessidade do uso e do seu valor comercial, mas sim um valor significativo que possibilita compreender as manifestações da cultura local. Vale ressaltar que, a interpretação dos elementos nos produtos é, segundo Napoli (2008), individualizada de acordo com a capacidade cultural do usuário, introduzindo uma variação de significados de um produto. Assim, o Design proporciona, por meio dos elementos introduzidos nos objetos, um efeito comunicativo nos mesmos, fato possível a partir das metodologias projetuais em Design que tratam do processo criativo ferramenta capaz de criar linguagens, traduzi-los e produzi-los como informações para o indivíduo.

Assim, é nas singularidades de trabalho dos projetistas que pode ser observada a sua identidade manifestada através dos elementos e materiais trabalhados, e compreendida e observada de forma abrangente por quem faz a leitura visual dos produtos. A criatividade, nesse processo, estabelece toda essa manifestação que transcende suas ideias particulares de experiências para um ato de compreensão dos usuários reverberando o imaginário cultural. Neste sentido, os artesãos, mesmo sem aderir a um método de projeto, desenvolvem produtos esteticamente atrativos com uso de materiais (o que foi constatado) de bom acabamento, conceitos bem aplicados e entre outras coisas que instigam um aspecto emocional entre os produtos e o usuário. Nesse ponto, refletem que “[...] objetos atraentes fazem as pessoas se sentirem bem, o que, por sua vez, faz com que pensem de maneira mais criativa” (NORMAN, 2008, p. 39). Da mesma forma ocorre com os designers e suas atribuições e aplicações através do método que resulta no produto. As características, assim analisadas, são peculiares de cada um dos sujeitos criativos, uma identidade própria no processo de criação, com método ou sem método, que deve ser valorizada e respeitada.

3 Percurso Metodológico

Foram elaboradas as estratégias de investigação para coleta de dados, pesquisa de campo e análise de dados prestados pelos entrevistados, a fim de adquirir todas as informações para a melhor execução da análise. A pesquisa se deu por etapas, em que ocorreu o estudo de campo e o levantamento de dados dos



dois mercados autorais, Beirando a Moda e o espaço Samaúma, que segundo Marconi e Lakatos (2018), é uma maneira de coletar informações úteis sobre os dois mercados, os produtos criativos que são comercializados e o acesso às marcas criadoras. Haja vista que os métodos aplicados auxiliaram para a execução da seleção dos materiais, através de uma categorização de elementos simbólicos aplicados ao design (NIEMEYER, 2003), e suas fundamentações em que contribuiu para um exame minucioso de dados, definindo forma, referências e entre outros. Após as caracterizações e produtos selecionados, foi abordado também as marcas criadoras, na qual ocorreu investigações sobre o seu processo de criação/criativo - por meio de aplicação de entrevistas semiestruturadas com os projetistas - referências e aspirações que permeiam a elaboração do produto.

3.1 Mercados Colaborativos

O mercado autoral, conhecido também como economia criativa, vem ganhando espaços nos grandes centros urbanos, com intuito de incentivar e valorizar os pequenos produtores criativos da região a novas oportunidades de negócio no mercado, resultante de uma atividade criativa que alcança um valor comercial local. Com isso, as pequenas marcas autorais e artesãos locais conseguem mostrar seus produtos com identidade própria, em feiras e até mesmo em lojas físicas que trabalham de forma colaborativa. Identificou-se dois espaços colaborativos, Beirando a Moda e Espaço Samaúma, localizados em Belém do Pará, que possuem espaço físico e também promovem feiras comerciais de produtos criativos da região.

O Espaço Beirando a Moda e Samaúma – Artesanato da Amazônia, são mercados que dialogam com criadores locais, abrindo espaços e mostrando que os produtos desenvolvidos na região refletem a identidade local. Essa rede colaborativa, torna-se fundamental para o crescimento dessas pequenas marcas locais, segundo a autora Krucken (2009), o reconhecimento das qualidades e valores dos produtos é a condição de se tornar visível à sociedade e a todo o contexto histórico que os objetos carregam. Tendo em vista, os parâmetros para formulação da pesquisa, a identificação dos espaços e o levantamento sobre eles e suas colaborações com as marcas locais, foram facilitados o acesso aos produtos e as marcas/artesãos que comercializam nesses espaços. Assim, foi possível observar de modo geral os produtos e selecioná-los para análise de acordo com estudo.

3.2 Levantamento de Dados

O levantamento de dados, constatou que, em uma análise qualitativa descritiva nos dois espaços, onde no espaço Beirando a Moda, ocorreu, fisicamente entre o dia 04 de fevereiro de 2020 até dia 11 de fevereiro de 2020 e no espaço Samaúma Artesanato, por meio de plataformas digitais (WhatsApp e Instagram). Nessas anotações, foi possível conhecer mais sobre as peças e as marcas criadoras. Assim, aplicou-se uma seleção das peças que seriam analisadas, evidenciando os dois espaços colaborativos. Destacando esses fatores:

- Marca
- Categoria do produto
- Coleção e/ou peça única
- Temática da peça e/ou coleção

Esses fatores tiveram como base teórica os elementos de semiótica aplicados ao design de autoria de Lucy Niemeyer (2003). Com as informações contabilizadas e organizadas em tabela, torna-se possível identificar as peças que possuem uma forte manifestação da identidade amazônica, suas semelhanças e diferenciações, como: categoria, temática e referências.

Com essa seleção, foi observado que o modelo de produto mais presente nas marcas são as joias, ainda que ocorra a presença de outros produtos, as joias são mais representadas. Isso é possível entender que as marcas veem no setor de joalheria um sistema de comunicação visual entre a peça e o usuário. A inserção de materiais e referências possibilita que as joias tenham além de um visual estético um valor simbólico. Outro fator relevante, foi o uso de referências tradicionais e experiências já vividas, moldados em manifestações contemporâneas. Para melhor entendimento sobre os produtos, buscou-se, em



seguida, compreender o repertório local dos criadores e como ocorrem as inspirações, vivências acumuladas e sua influência durante a concepção de produtos. Para isso, aplicou-se uma entrevista semiestruturada em que as perguntas foram feitas aos criativos que expõem nos dois espaços, tendo o intuito de compreender como ocorre o processo criativo e principalmente a imersão em referências e inspirações locais de quem vivencia o cotidiano aqui estudado, além disso, buscam compreender como eles dialogam com o seu público-alvo e suas relações, e as definições sobre Amazônia contemporânea e suas relações com as tendências tradicionais locais.

É importante destacar que as peças – juntamente com as marcas criadoras - serão comparadas entre os dois mercados colaborativos identificados, Beirando a Moda e Samaúma Artesanato. A justificativa para escolha é somente a estruturação da análise para empregar o método comparativo e observar atuação do mercado colaborativo como curadoria das marcas e produtos. Para análise comparativa das peças foi elaborado um quadro visual:

Quadro 1 – Quadro Visual de Descrição das Peças. Fonte: Autores, 2022.

Marca	Inspiração	Produto	Forma / Material
Nome da peça			
Mercado Colaborativo			
Marca			
Nome da peça	Inspiração	Produto	Forma / Material
Mercado Colaborativo			
			Nome das marcas

4 Resultados e Discussão

4.1 Ateliê Moraes e Yemara Ateliê

Os primeiros produtos que serão analisados são da marca Ateliê Moraes, que possui colaboração com mercado Beirando a Moda e a marca Yemara Ateliê do espaço Samaúma Artesanato. As duas marcas são paraenses, localizadas em Belém do Pará, ambas buscam representar as riquezas da Amazônia em joias criativas e cheias de histórias; as peças selecionadas dessas marcas são peças nas quais carregam simbolismo e características sociocultural local.



Quadro 2 – Análise comparativa das marcas Ateliê Moraes e Yemara Ateliê. Fonte: Autores, 2022.

Marca Ateliê Moraes			
Nome da peça O rio que Corre			
Mercado Colaborativo Beirando a Moda			
Marca Yemara Ateliê			
Nome da peça Coleção Ardor e Sabor do Pará			
Mercado Colaborativo Samaúma Artesanato			

Ateliê Moraes e Yemara Ateliê

No quadro acima, mostra as duas últimas peças selecionadas das duas marcas. Constatata-se que as joias possuem referências simbólicas características da região, porém suas significações são distintas.

O segundo produto da marca Ateliê Moraes é a peça única com tema “O rio que corre”: o bracelete, composto em madeira reciclada, foi inspirado nos rios que percorrem a região amazônica que são conhecidos com suas cadeias de significações próprias. Segundo as fundamentações dos elementos simbólicos, o detalhe visual mais presente na joia é a forma das ondas, na qual é associada a inspiração do projetista. Outro elemento identificado é a aplicação do fragmento de pedra natural da cor amarelada como apenas um detalhe para compor a peça, porém, ela pode ser interpretada como representação da cor dos rios amazônicos que possuem a coloração turva, barrenta ou amarelada.

A segunda jóia é representada pela Marca Yemara Ateliê é o colar “cachaça de Jambu” da Coleção Ardor e Sabor do Pará, a peça buscou referência da erva típica da região norte, Jambú, conhecida também como agrião-do-pará. Bastante usada nas culinárias da região e em bebidas como cachaça e aguardente. O colar é constituído em material prata com a gota de quartzo greengold; as formas presentes na peça assemelham-se em um galho da planta de Jambú, as folhas e o detalhe destacado do quartzo lembram a flor da erva que possui a cor amarelada.

Ambas as peças possuem elementos que caracterizam as referências das duas marcas, a simbologia e a imersão imagética traduzida em produtos. Os elementos destacados nas peças facilitam a interpretação visual, considerando mais figurativas e realistas em suas manifestações.

No âmbito da linha de pesquisa, as marcas analisadas e os produtos criados manifestam a imersão do imaginário amazônico por meio de elementos característicos da cultura local. Essa valorização e a forma como o produto é materializado contribuem para um sistema de linguagem, que quanto mais o produto informa, mais consistente é sua identidade (NIEMEYER, 2003). Durante a entrevista a projetista da marca Ateliê Moraes ressaltou que os elementos que mais diferenciam seus traços são o uso de material simbólico “chifre reciclado, madeira reciclada, osso reciclado, fragmentos de pedras naturais [...] prata e ouro.” (Informação verbal)¹ – bastante visto nas duas peças analisadas - E que, através de suas referências como “a compreensão da Amazônia, sua fauna e flora, dos índios, ribeirinhos, do caboclo,

¹ Informação fornecida na entrevista com uma das projetistas da marca Ateliê Moraes, Monica Reis, em Fev. de 2021.



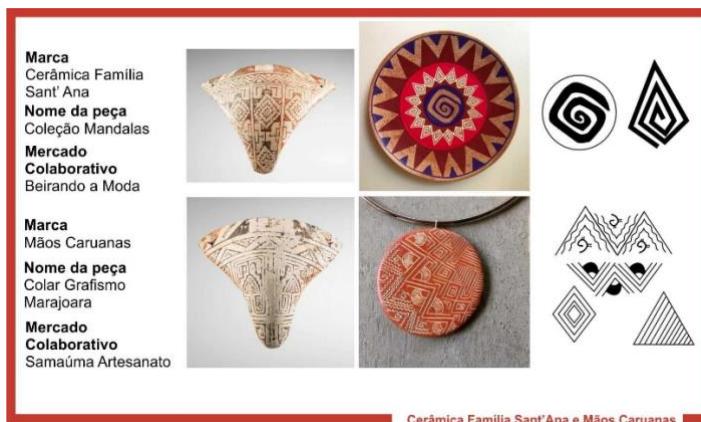
Sítio arqueológico, nosso Ver-o-Peso, a arte marajoara e demais inspirações [...]” transformam em peças simbólicas e vendáveis.

Para marca Yemara Ateliê, a definição de inspiração “[...] é a experiência como mulher amazônica. Através do trabalho viajo muito para lugares remotos no Pará. Comunidades muito dentro do estado e assim vivencio o dia a dia dessas pessoas [...]” (informação verbal)² Ressaltando ainda que o processo de criação das peças é a influência da experiência amazônica que ocorre de forma natural e gradual, e que a escolha de matérias para compor é “relacionado com o tema. Uso materiais para expressar o tema”. Nesta percepção, os dois produtos da marca, os quais foram analisados, representam bem o que a projetista ressalta, as referências condizem com a forma e o uso de materiais.

4.2 Cerâmica Família Sant’Ana e Mão Caruanas

Neste tópico, abordaremos os produtos selecionados das duas marcas, Cerâmica Família Sant’Ana que expõem no Beirando a Moda e Mão Caruanas, que é um instituto cultural localizado no município de Soure-PA, com objetivo de ajudar o desenvolvimento econômico da comunidade carente e com isso preservar a tradição local. A marca possui parceria com o espaço Samaúma Artesanato. As duas marcas possuem uma linha de trabalho voltado para Arte Marajoara na qual buscam de forma respeitosa as técnicas e os traços dos povos que possuíam manifestações artísticas na Ilha do Marajó-PA, através de criações de artefatos criativos que reproduzem o tradicionalismo da arte local.

Quadro 3 – Análise Comparativa das Marcas Cerâmica Família Sant’Ana e Mão Caruanas. Fonte: Autores, 2022.



No quadro acima mostra as duas últimas peças selecionadas das marcas, começando pela peça única da marca Cerâmica Família Sant’Ana. Essa peça é uma mandala com inspiração do grafismo da arte marajoara em que se destaca pelos detalhes visuais centrais no objeto, essas formas simbólicas são bastante recorrentes na cerâmica marajoara, que por sua vez assemelha a uma figura do corpo de uma cobra – muito presente nos mitos e cosmologias da população Amazônia. O uso das cores também se destaca pelas suas variações de tonalidade, a cor simbólica predominante é o vermelho, característico da cor extraída do Urucum, e branco assemelhada ao Caulim.

A outra peça para análise é da marca Mão Caruanas, o elemento dominante no colar são as formas simbólicas referente ao grafismo marajoara, a peça possui traços simétricos e contínuos: é uma combinação de linhas, triângulos e formas geométricas, esses elementos remetem a identidade da arte marajoara. É possível observar que a marca Cerâmica Família Sant’Ana, através dos dois produtos analisados, manifesta as características estéticas dos elementos da cultura marajoara de forma figurativa. Percebe-se também a mistura das referências tradicionais e referências mais atuais aplicadas nas peças, bem como na aplicação de outras cores diferentes das tradicionais, visto no segundo produto analisado. Na entrevista com os projetistas da marca Família Sant’Ana foi questionado o que eles buscam

² Informação fornecida na entrevista com a criadora da marca Yemara Ateliê, Lidia Ibrahim, em Fev. de 2021.



manifestar nos produtos criados “[...] nossa forma de vida e modo de pensar, em um trabalho inclusivo que alimente e dê forças pra nossos iguais. Inserir características das nossas lutas que vão de gênero e raça à valorização dos mais velhos também é uma prioridade.” (informação verbal)³. Nesta declaração, percebe-se que além manifestar a identidade cultural da arte marajoara, os criadores inserem elementos que manifestam causas e movimentos sociais sem a desvalorização da cultura regional.

Logo, na marca Mão Caruanas à presença da arte marajoara é bastante percebido de forma figurativa nos dois produtos analisados, infelizmente não obtivemos o retorno da entrevista, mas podemos perceber como a marca busca manifestar a identidade cultural mais interpretativa ao ser observada, amenizando o grau de abstração dos produtos.

4.3 Naisha Cardoso Ateliê e Acessórios Trama

Os produtos que serão analisados são de duas marcas autorais que representam suas relações com a natureza e a cultura da região através de suas criações. A primeira análise é da marca Naisha Cardoso Ateliê, que é representada pela peça “Brinco Caravela” da coleção Afluentes e a segunda, da marca Acessórios Trama, representada pelo bracelete da coleção Encantaria. Esses produtos selecionados apresentam o lado poético do imaginário: mitos, imaginação, lenda, experiências e o tradicionalismo.

Quadro 4 – Análise Comparativa das Marcas Naisha Cardoso Ateliê e Acessórios Trama. Fonte:
Autores, 2022.

Marca Naisha Cardoso Ateliê			
Nome da peça Colar Raízes			
Mercado Colaborativo Beirando a Moda			
Marca Acessórios Trama			
Nome da peça Colar Cobra Grande			
Mercado Colaborativo Samaúma Artesanato			

A segunda joias selecionadas das marcas é o color da Coleção Raízes (Naisha Cardoso Ateliê) e o colar Cobra Grande (Acessórios Trama).

O colar da Coleção Raízes é inspirado na ancestralidade ribeirinha da região amazônica, composta por elementos e materiais significativos dela. A peça tem em evidência o pingente do colar em formato geométrico que armazena um material simbólico que é a raiz patchouli – planta abundante principalmente na região Norte, usado em perfumes e óleo essencial. Entretanto, na peça está sendo apresentada como forma estética do colar, além disso, outro material que compõem a raiz é a infusão de ervas amazônicas que dão essa cor esverdeada no pingente. Esse colar assemelha-se às experiências do cotidiano ribeirinho da cultura amazônica e suas peculiaridades com a natureza e os aromas característicos da região. Sua forma possui um nível de abstração, mas devido aos elementos que compõem a peça também pode ser compreendida como figurativa.

O colar “Cobra Grande” possui referência em uma das principais lendas do imaginário amazônico, principalmente dos habitantes ribeirinhos, conhecida como a lenda da cobra grande da Amazônia, ou Cobra Honorato, Norato e Boiuna. A lenda inspirou a criação da peça, uma releitura do imaginário em um produto esteticamente tangível. Percebe-se que o colar possui a forma abstrata como elemento simbólico que destaca a estrutura, remetendo-se as características físicas da cobra.

³ Informações fornecidas na entrevista com os projetistas da marca Cerâmica Família Sant’Ana, em Fev. 2021.



A bagagem simbólica dos produtos analisados nesse item possibilita compreender que cada produto possui imersão e aplicação de suas inspirações distintas, tornando-se únicas, mesmo possuindo a mesma marca. Na entrevista, com a projetista da marca Acessórios Trama, foi questionado a relação do tradicionalismo e a contemporaneidade e como essa influência causa no processo criativo “É necessário que se busque referências no passado para embasamento e inspiração, mas essas fontes adquiridas devem ser traduzidas para atualidade para que esteja de acordo com o tempo em que vivemos” (informação verbal)⁴. Nesta perspectiva é possível detectar essa relação do passado e presente nas peças, principalmente nas formas simbólicas de cada uma. Na marca Naisha Cardoso Ateliê não teve retorno da entrevista, porém é perceptível que o contemporâneo dos dois produtos analisados estão presentes nos detalhes visuais, essa releitura das inspirações tradicionais resulta em peças modernas, simbólicas e inéditas no mercado joalheiro.

4.4 Brilho da Mata e Ana Ervedosa

Os produtos neste último tópico de análise são da Coleção Amazônia imaginada da marca Brilho da Mata e a Coleção Festa na Floresta da marca Ana Ervedosa.

Quadro 5 – Análise Comparativa das Marcas Brilho da Mata e Ana Ervedosa. Fonte: Autores, 2022.

Marca Brilho da Mata Nome da peça Bracelete Casco Mercado Colaborativo Beirando a Moda			
Marca Ana Ervedosa Nome da peça Colar Cachos de Pupunha Mercado Colaborativo Samaúma Artesanato			

O bracelete “Casco” é a peça única da marca Brilho da Mata, inspirado nas canoas que navegam pelos rios amazônicos, possui em destaque a sua forma simbólica de alto grau figurativo, o uso do material simbólico, que é a madeira, para representar o casco das canoas. Essa relação assemelha-se às características estruturais dos pequenos barcos que servem de locomoção para os ribeirinhos da região. O colar é da coleção Festa na Floresta da marca Ana Ervedosa, possui referências nos cachos de pupunha, fruta típica da região amazônica, a qual sua forma simbólica dispõe de alto grau figurativo. Essa perspectiva aponta para características visuais do colar em relação à estrutura dos cachos onde o fruto é sustentado. Essa semelhança também pode ser percebida pelas cores simbólicas usadas, a peça tem em sua paleta a cor principal laranja, que lembra a cor do fruto quando estão maduros.

À vista disso, observa-se que os produtos analisados neste item imergem em referências imagéticas da identidade local, além de representarem a fauna e flora da Amazônia. Para o projetista da marca Brilho da Mata, os produtos criados por eles comunicam a identidade popular da região, com formas figurativas “Entendemos que o próprio nome Amazônia acabou se tornando uma referência de representação da identidade local, onde diversos elementos estão intrínsecos a esta palavra, principalmente quando ela está ligada a produção de qualquer objeto [...] tanto que nossos produtos trabalham muito mais a ideia de ícones do que algo de forma subjetiva.” (Informação verbal)⁵. Esta informação é confirmada nos dois produtos analisados da marca, a comunicação visual das peças possui um baixo grau de abstração. A

⁴ Informação fornecida na entrevista com a criadora da marca Acessórios Trama, Nilma Arraes, em Fev. 2021.

⁵ Informação fornecida pelos criadores da marca Brilho da Mata, José Leuan, em Fev. 2021.



outra questão é o fato de que os produtos analisados da marca, empregam o tradicionalismo em cada detalhe, não há a utilização de materiais e formas mais contemporâneas que manifestem o atual sem a perda da identidade tradicional, ainda questionado a relação do público, o criador ressaltou que:

“Estabelecemos que o nosso público-alvo é o povo da região, então é uma relação harmônica, principalmente quando compreendem perfeitamente do se trata a temática que as nossas joias possuem, mas há sempre aquela “quebra” na comunicação, o que consideramos normal, principalmente quando são temáticas pouco exploradas [...].”
(informação verbal)

Igualmente como ocorre com as peças analisadas da marca Ana Ervedosa, os produtos são figurativos, com isso a compreensão dos elementos aplicados na peça facilita as informações que desejam repassar para o público, infelizmente não obteve o retorno da entrevista, mas podemos confirmar essa relação através da análise realizada.

5 Considerações Finais

Diante aos levantamentos e às análises, foi possível observar que o imaginário amazônico se encontra presente nos produtos e marcas, manifestando a identidade local em temáticas como cultura, cotidiano, população ribeirinha e a natureza. Todos os produtos analisados possuem singularidades distintas, mesmo com uso de referências similares, a forma simbólica que é trabalhada de acordo com as inspirações e é aplicada conforme ocorre o processo de criação de cada marca observada e como elas buscam evidenciar as temáticas em seus produtos. Ainda sobre as análises, o aprofundamento do imaginário amazônico e sua relação com dinamização da cultura paraense, que ocorre de acordo a localização do indivíduo, principalmente na área urbana, foi notória durante a análise a identificação das manifestações ícones da contemporaneidade que contém múltiplas referências culturais. Isso também foi validado quando os projetistas informaram, por meio da entrevista, que buscam novas formas de expansão da mente no momento de criação. Apesar disso, a identidade cultural paraense se encontra em abundância nos produtos analisados, no qual os elementos característicos de manifestações específicas da região são introduzidos a um cenário mais atual, porém suas funções estéticas e significativas se mantêm fiéis às tradições locais.

Reafirmando ainda que, durante a seleção dos produtos, a categoria de cada peça não foi definida, a seleção seguiu de acordo com o principal objetivo da pesquisa independente de sua classe de objeto – analisando forma, material e conceito. Com a seleção dos produtos foi possível identificar que a categoria de objetos que foram mais presentes em relação às manifestações simbólicas foram as joias. Isso explica o fato de que as joias têm a possibilidade de representar o simbolismo em uma estratégia comunicativa de geração de sentidos emocionais. Por fim, conclui-se que os espaços colaborativos identificados para a pesquisa contribuem de forma positiva para valorização da cultura local, através de produtos das marcas autorais de artistas paraenses. Incentivando a arte e a expressão dos artistas a criarem peças mais autorais, de forma ética e sustentável, além de trazer uma visibilidade maior para essas marcas que buscam representar e valorizar a Amazônia por meio de criações de peças inspiradas no tradicionalismo local de forma criativa, versátil e moderna.

Referências

- BAXTER, M. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos. 3. Ed. São Paulo: Blucher, 2011.
- DURAND, G. A Imaginação Simbólica. Lisboa: Edições 70, 2000.
- FERRARA, L.D. “Desenho Industrial – Conceito”. In: Olhar periférico. São Paulo: USP, 1993.



- GOMES, L. V. M. Criatividade: projeto, desenho, produto. Sant Maria: SCHDS, 2001.
- HALL, S. A identidade cultural na pós-modernidade. 4. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- KRUCKEN, L. Design e Território: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Nobel, 2009.
- LAPLANTINE, F.; TRINDADE, L.S. O que é imaginário. 1ª reimpressão da 1ª edição de 1996. São Paulo: Ed. Brasiliense, 2003. Coleção Primeiros Passos, nº309.
- LARAIA, R. B. O desenvolvimento do conceito de cultura. In: _____. Cultura um Conceito Antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- LÖBACH, B. Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais. 1 ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.
- MAIA, M. Mídia e Música na Amazônia Paraense: Aspectos históricos e culturais. Boa vista, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2011.
- MUNARI, B. Das coisas nascem coisas. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- NIEMEYER, L. Elementos de semiótica aplicados ao design. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.
- NORMAN, D. Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.
- LOUREIRO, J.J. Cultura Amazônica: uma poética do imaginário. 4 ed. Belém, PA: Cultura Brasil, 2015.
- LOUREIRO, J.J. A Conversão Semiótica: na arte e na cultura. Belém do Pará: Editora Universitária / UFPA, 2007.
- PEIRCE, C.S.. Semiótica. São Paulo: Perspectiva, 2000.
- PESAVENTO, S.J. Em busca de uma outra História: imaginando o imaginário. Revista Brasileira de História, n. 29, 1995.
- SILVA, L.B.O. Cecília Meireles: imaginário, poesia e educação. SP: Terceira Margem, 2011.
- SILVA, J.M.. As tecnologias do imaginário. Porto Alegre: Editora Sulina, 2012.
- WUNENBURGER, J. O imaginário. Rio de Janeiro: Loyola, 2007.