

Aspectos distintivos do design de joias mineiro premiado

Maria Bernadete dos Santos Teixeira

O ARGUMENTO

Minas Gerais é o estado brasileiro mundialmente reconhecido como fornecedor de minerais e pedras preciosas, não somente pela quantidade, mas também pela diversidade e qualidade dessa riqueza. Ainda que seja o maior exportador de gemas do país, o estado responde apenas por 13% da produção joalheira nacional, enquanto São Paulo produz 42%, segundo o Instituto Brasileiro de Gemas e Joias – (IBGM, 2015). Ainda assim, Minas Gerais é apontada pelo mesmo Instituto como referência criativa no design de joias. A fecunda produção dos designers mineiros e o alto índice de trabalhos premiados nos concursos nacionais e internacionais do setor indicam uma vocação e tradição do estado para a atividade. Nos últimos anos, 50% dos prêmios nacionais de design de joias foram conquistados por profissionais mineiros, contabilizando somente os que se inscrevem por Minas Gerais. “Hoje, muitos designers mineiros moram em São Paulo por conta da oferta de empregos”, declara Manoel Bernardes, empresário que incentiva o design no setor, cuja empresa tem patrocinado muitos projetos premiados. “Temos vários vencedores dos Prêmios IBGM e AuDIT, que atuam no mercado paulista e até no estrangeiro”, complementa Bernardes (2012).

A presença significativa de designers mineiros finalistas em concursos do setor nas últimas décadas levanta algumas questões que orientaram este estudo. A questão principal é a falta de registros que ressaltem especificamente a práxis do design compreendida nesses projetos finalistas. Observa-se que houve um crescimento gradual dos princípios do design aplicados aos editais dos concursos. Porém, a ampla difusão visual dos objetos classificados nem sempre traduz para os interessados

os aspectos essenciais do design que lhes deram materialidade. Ressente-se de pesquisas que identifiquem e analisem esses aspectos mais sobressalentes na perspectiva do design. Por se tratarem de processos através dos quais são produzidas soluções inovadoras, o seu estudo poderia representar uma via importante de promoção do projeto no desenvolvimento dessa tipologia de produto. Se, como afirmam seus promotores, os concursos de design de joias têm sido um estímulo à versatilidade criativa de profissionais e estudantes, os produtos desses eventos constituem um acervo de conhecimentos e importante meio para a pesquisa e novas experimentações. Argumenta-se ainda que os concursos são um meio de promoção da inovação e da qualidade, favorecido pela liberdade de criar, sem as restrições comuns à criação para a indústria. Assim, o acesso ao potencial repertório dessa produção pode contribuir para ampliar os estudos no meio acadêmico e profissional, bem como ampliar o debate sobre as suas implicações no setor e na inovação da indústria. A investigação sobre o exercício projetual subjacente a esses objetos também ajuda a entender como o setor de gemas e joias tem incorporado o conceito de design na prática de construção de novos produtos.

Com base nesse argumento, este estudo faz uma análise de dois principais concursos de design de joias brasileiros, o Prêmio IBGM, promovido pelo Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos, e o AngloGold Auditions, realizados pela mineradora AngloGold Ashanti. Inicialmente foram mapeados e catalogados os finalistas das suas edições de 2002 a 2015, que confirmaram o alto índice de designers mineiros em ambos. Com o objetivo de trazer diferentes percepções sobre o design praticado nesses concursos, foram entrevistados, além de designers finalistas, professores, profissionais da área e um empresário que atuou como apoiador/patrocinador desses eventos. Em virtude do grande contingente de finalistas, a seleção dos designers entrevistados adotou o critério de sua classificação em diferentes edições dos dois concursos. Guiadas pelo método da pesquisa oral, as entrevistas com os designers foram conduzidas no sentido de entender como se dá a produção de soluções de design a partir dos condicionantes dos editais. Que aspectos do projeto podem ser percebidos na configuração desses produtos? Para efeito da análise desses aspectos, o trabalho necessitou amparar-se em marcos referenciais teóricos que configuram o objeto joia na perspectiva do projeto de design.

DESIGN DE JOIAS, UM PROCESSO EM CONSTRUÇÃO

A busca por parâmetros conceituais que orientassem o entendimento da prática projetual do design de joias encontrou poucas referências teóricas. O debate recorrente que ainda ronda a relação da joia com a arte, a artesanaria e o design gera um conflito de interpretações que pouco contribui para a delimitação de um campo projetual nessa vertente do design. Dois estudos, no entanto, reforçam a relevância de pesquisas no âmbito acadêmico nessa área de estudos – as teses de doutorado “Design de joias e pesquisa acadêmica: limites e sobreposições” (FAVARO, 2013) e “Arte-joalheria: Uma Cartografia Pessoal” (CAMPOS, 2011) discutem aspectos relevantes do projeto e da relação design, arte e artesanato no produto joia. O trabalho de Favaro dedica-se à delimitação de um campo disciplinar de conhecimentos na área da prática projetual e da pesquisa em design de joias, alertando que “o conflito de interpretações reflete-se nas pesquisas das áreas criativas, e sérios problemas de identidade podem ocorrer no setor joalheiro” (FAVARO, 2013, p. 44).

Pela característica estética que se impõe ao objeto joia, o conceito de joalheria sempre esteve atrelado à arte, da mesma forma que o conceito de joia esteve associado a materiais de alto valor intrínseco (TEIXEIRA, 2002). Porém, esses conceitos têm se expandido e assumido outros valores desde os meados do século XX. Sob os efeitos da ruptura social decorrente de duas grandes guerras, a demanda por objetos de alto valor cedeu lugar a objetos de uso cotidiano. Na joalheria, a expansão desses objetos ampliou as possibilidades de uso de novos materiais, com uma produção vinculada aos fluxos da moda, onde o valor intrínseco do material é substituído por valores subjacentes às tendências da moda (CAMPOS, 2011). Essa relação joia-moda, destaca Campos, evidenciou-se por influência das estilistas Coco Chanel¹ e Elsa Schiaparelli², o que resultou no conceito designado *costume jewelry*. Esse novo tipo de ornamento produzido por designers e estilistas incluía-se claramente no campo do design, afirma Campos. Para Chanel “uma joia é primeiro um design. Ela representa antes de tudo, uma ideia” (KLEIN, 2004, p. 87 apud CAMPOS, 2011). O movimento na joalheria que surgiu na Europa por volta dos anos 1960-1970, conhecido como *New Jewelry*, deixou rastros, particularmente na utilização de materiais

1. Gabrielle Bonheur Chanel (1883/1971), conhecida como Coco Chanel, foi uma estilista francesa, fundadora da marca Chanel e responsável por grandes mudanças na moda e no uso de adornos como a icônica camélia e o colar de pérolas longo.

2. Elsa Schiaparelli (1890/1973), foi uma estilista italiana que se inspirou no surrealismo para suas criações, onde aplicava materiais não usuais, como os tecidos sintéticos e a baquelita, uma resina sintética que foi o primeiro produto plástico.

não preciosos e tecnologias, que se constituíram como um dos meios para dar corpo ao que hoje é reconhecido como Joalheria Contemporânea (*Contemporary Jewelry*) (CAMPOS, 2009). Assim, a preciosidade passou a ser definida em função da ideia e dos processos produtivos, trazendo um novo conceito de valor e um novo significado para o produto joia, complementa a autora.

Na Joalheria Contemporânea novos materiais substituíram ou se associaram aos materiais nobres, como o ouro e as gemas preciosas, permitindo redimensionar o valor das joias e por consequência o seu conceito tradicional, como destaca Favaro:

Atualmente, a definição clássica de joia como “ornamento confeccionado em materiais preciosos” parece contemplar apenas uma parte da produção joalheira que, a partir das transformações postas em andamento desde meados do século passado, ampliou a tipologia e a extensão de seus parâmetros conceituais. Tal expansão trouxe consigo novas formas de ornamento, novas possibilidades de uso de materiais e novos propósitos, ratificando o papel da joia enquanto meio de expressão das dinâmicas sociais e individuais elaboradas por aqueles que as criam, possuem e usam (FAVARO, 2013, p. 44).

Nesse contexto, as joias aparecem desvinculadas do seu valor material e da mesma forma, ao contrário de separar, integram no seu processo de concepção e produção os princípios da arte e do design. Na fronteira dessas áreas, Campos (2011) destaca o compartilhamento da estética como conteúdo inerente na composição dos aspectos formais de ambos. Favaro (2013) sugere que seria mais apropriado ver essas práticas a partir da inter-relação de princípios e estratégias entre elas, defendendo que o relacionamento entre essas categorias ajuda o entendimento dos seus objetos em seus contextos.

A interação entre o design, o artesanato e a arte não é específica apenas historicamente, mas também é determinada pela cultura e pela região, e sua relação de significados difere geograficamente e em função das práticas de produção e consumo. A aproximação tem alcance que pode beneficiar as áreas, seja através do saber tácito empírico, popular, seja pelo aumento do mercado de trabalho, a possibilidade de

interlocução sobre sua prática, sobre o conhecimento do significado cultural (FAVARO, 2013, p. 149).

No nosso entender tanto a arte como o design são produzidos pela classe criativa e inserem-se junto à artesanaria na economia da criatividade que, segundo Florida (2002), é constituída por pessoas que, através da sua criatividade, são capazes de gerar valor econômico. Quanto ao modo de materialização da joia, por exemplo, a reprodução do projeto pode ser tanto industrial quanto artesanal, ou os dois combinados. A confecção do objeto realizada por meio de máquinas e equipamentos de alta performance tecnológica pode também passar por etapas em que o seu acabamento final é feito à mão por artesãos altamente especializados, como na lapidação e incrustação de pedras, particularmente (FAVARO, 2013).

O que Favaro (2013) destaca no design é que o seu processo criativo é orientado para atender a pressupostos pré-estabelecidos, sejam esses objetivos associados ao mercado e público, ou subjetivos ao estilo e gosto do próprio designer. Nessa perspectiva, ainda que a função estética e a fantasia formal sejam os principais vínculos entre a joia e seus usuários, sua configuração envolve os mesmos procedimentos básicos aplicados a outras vertentes do design.

Schön (1992) apresenta uma ampla definição de design que cobre a complexidade inerente ao processo de concepção e desenvolvimento de produtos, independente de suas vertentes:

O design é um processo onde o designer faz coisas, “algumas vezes o produto final, mais frequentemente ele faz a representação – um plano, um programa ou imagem – de um artefato a ser construído por outros. Ele atua em situações particulares, usa materiais particulares e emprega meios e linguagens distintas. É nesse ambiente tipicamente complexo envolvendo muitas variáveis, diferentes categorias móveis, normas e inter-relações, representadas em um objeto final que se dão os movimentos do designer” (SCHÖN, 1992, p. 64).

No design de joias, fora as particularidades inerentes às técnicas, materiais e habilidades específicas, é no encontro de diferentes variáveis que reside o centro de criação de valor da joia. O arranjo dessas variáveis abre múltiplas possibilidades entre o que é ou não matéria, estabelecendo as relações de preciosidade do produto (SKINNER, 2013 apud AMORIM, 2014).

Considerado no âmbito dos concursos de design de joias, o arranjo de variáveis no projeto está sujeito e vinculado ao tema e ao material prescritos nos editais, a partir dos quais inicia-se a pesquisa no projeto. A pesquisa vai auxiliar na busca da abordagem projetual, cujos métodos devem contemplar uma série de elementos correlatos ao tema e constitutivos do processo, esclarece Favaro (2014). A partir da pesquisa a temática ganha sustentação, gera conceitos claros e norteia as decisões projetuais, complementa a autora. Como um processo que gera múltiplas possibilidades metodológicas, Favaro (2014) entende não ser possível utilizar um método padronizado de desenvolvimento de produto para todos os problemas. Desta forma, nos concursos, o planejamento das atividades e dos métodos adotados começa pelo estudo e a análise dos editais e das condicionantes, premissa que conforma um contexto para cada situação de projeto.

No amplo campo da criação, Ostrower (1998) afirma que suas significações emergem dos próprios componentes do contexto. Ao se relacionarem entre si e com o conjunto que formam, esses componentes acabam desempenhando ao mesmo tempo funções estruturais nesse conjunto, esclarece a autora. Portanto, os significados não são fixos e valem apenas em um determinado contexto e numa determinada ordenação. Os contextos mudam a todo instante e, assim, “mudam os próprios referenciais, com os quais identificamos as informações e as avaliamos em cada caso particular” (OSTROWER, 1998, p. 262).

Um dos referenciais no design é a inovação que anda em muitas direções. Franchi (2011, p. 51) enfatiza que “projetar joias significa estudar e aplicar contínuos processos de inovação, por meio de um método que, uma vez aplicado, precisa de evoluções da complexa e inesgotável máquina do mercado global”. O autor deixa claro que fazer projetos de joias não significa simplesmente desenhar, e acentua a importância da consciência de projeto e conhecimento do material:

Fazer projetos é conhecer, antes de qualquer coisa. Conhecer é estudar e experimentar. Conhecer é ter respeito ao material com que se está tratando, é se deixar guiar pelo mesmo, talvez desfrutando suas potencialidades plásticas, químicas e físicas, até forçar sua natureza íntima, revelando espaços talvez poucos

conhecidos por aqueles que não se aproximam com consciente conhecimento de projeto (FRANCHI, 2011, p. 18).

A consciência de projeto está, portanto, fundamentada no conhecimento dos diferentes aspectos que contornam o produto. Um processo que deve acompanhar o avanço da ciência e rever os momentos históricos da cultura, a partir dos quais a inovação se orienta. Um processo onde o estudo da história do design mostra-se fundamental. Abre “novas possibilidades de pensar e fazer projetos a partir da riqueza de exemplos do passado, não no sentido de restringir a atuação do designer, mas de criar de forma mais consciente” (CARDOSO, 2004, p. 11). Mahfouz acentua:

A história é uma forma de acesso ao conhecimento da nossa disciplina, na única maneira em que se apresenta à nossa experiência, isto é, como estratificação de hipóteses, soluções, êxitos e fracassos, como sedimentação histórica considerada num momento de transformação: o hoje (MAHFUZ, 2003, p. 2, apud FAVARO, 2014, p. 57).

A presença significativa de designers mineiros finalistas em concursos do setor nas últimas décadas levanta algumas questões que orientaram este estudo. O ponto principal é a falta de registros que ressaltem especificamente a práxis do design compreendida nesses projetos finalistas. Observa-se que houve um crescimento gradual dos princípios do design aplicados aos editais dos concursos. Porém, a ampla difusão visual dos objetos classificados nem sempre traduz para os interessados os aspectos essenciais do design que lhes deram materialidade. Ressente-se de pesquisas que identifiquem e analisem esses aspectos mais sobressalentes na perspectiva do design. Por se tratarem de processos através dos quais são produzidas soluções inovadoras, o seu estudo poderia representar uma via importante de promoção do projeto no desenvolvimento dessa tipologia de produto. Se, como afirmam seus promotores, os concursos de design de joias têm sido um estímulo à versatilidade criativa de profissionais e estudantes, os produtos desses eventos constituem um acervo de conhecimentos e importante meio para a pesquisa e novas experimentações. Argumenta-se ainda que os concursos são um meio de promoção da inovação e da qualidade.

É nessa perspectiva que os produtos finalistas dos concursos representam um acervo de conhecimentos e experiências que abrem caminho para novas pesquisas e novas experimentações.

A HERANÇA DA ORIGEM MINERAL

A origem mineral do estado, segundo opinião unânime dos entrevistados neste estudo, está no cerne da vocação mineira para o design de joias. Outros fatores citados, como a oferta de níveis de capacitação diferenciada e a interação design e indústria, são decorrências naturais dessa herança. Carla Abras (2019), designer de joias, acentua que a tradição construída a partir da natureza mineral do estado cria uma cultura do material “até inconsciente, independente de se estar ou não no setor [...]. Eu acho que toda essa cultura ficou meio que intrínseca dentro das famílias [...]. O mineiro sempre tem uma pedrinha em casa”, ilustra Abras (2019). Ela credita essa vocação para o design de joias à disponibilidade e abundância de matéria prima mineral. Além do ouro e das pedras, ela destaca a tradição do setor mineral, representada pela tradicional Escola de Engenharia de Minas, em Ouro Preto, e de muitas empresas do setor no mercado mineiro. “Isso fomenta o mercado e abre áreas afins”, ela complementa.

Manoel Pereira Bernardes, empresário joalheiro e presidente do Sindicato dos Joalheiros de Minas Gerais, comenta que a tradição mineral é uma característica no coração de Minas que suscita o interesse latente das pessoas: “Afinal de contas estamos falando de Minas Gerais, um espaço onde a pedra, a joia e o ouro sempre ocuparam lugares importantes no imaginário das pessoas” (BERNARDES, 2019).

O professor pesquisador Adriano Mol, coordenador do Centro de Estudos em Design em Gemas e Joias-CEDGEM, também associa essa expertise mineira no design de joias ao aspecto quantitativo e diverso de atividades do setor no estado, acentuado pelo tradicional “capricho mineiro” no “fazer coisas bonitas” [...] “Tinha muita gente com proeminência no setor que já trabalhava em joalheria. Sempre foi uma coisa tradicional, um saber tradicional aqui” (MOL, 2019).

O saber tradicional para a joalheria, desde a Minas Colônia, é apontado por Maria da Conceição Aparecida Braga, designer conhecida como Suka Braga. Braga (2019) acentua o intercâmbio cultural de Minas com a Europa à época. Ela sugere a hipótese

de que a descoberta das minas de ouro no estado atraiu ourives europeus, cujas técnicas se integraram a técnicas trazidas por escravos que vieram da região do Sudão na África. Estes teriam influenciado a arte joalheira na Bahia e em Minas Gerais. O pesquisador Luiz Ozanan confirma que o ofício da joalheria instalou-se no país com a chegada da Corte Portuguesa ao Brasil, que trouxe com ela artesãos da ourivesaria e da lapidação. Ozanan (2017) aponta a característica marcante da democratização no uso de joias na Colônia Mineira: a maioria dos ourives e joalheiros era composta por portugueses que não discriminavam ou escolhiam clientes. O trânsito de objetos, culturas, saberes e pessoas fez da região uma rota com adaptações na tipologia e uso dos objetos de joalheria. “A sociedade mineira do século XVIII foi palco de forte intercâmbio cultural, já que a população branca também influenciou o gosto por ornamentos de parcelas de escravos, dos libertos e dos não brancos, nascidos livres” (OZANAN, 2017, p. 109). Segundo Ozanan, mesmo com a pressão exercida pela proibição de negros, mulatos, índios e forros exercerem a função, de acordo o Alvará de 20 de outubro de 1621, eles acabaram aprendendo o ofício auxiliando os ourives portugueses.

Ronaldo Queiroz Freesz, professor com 30 anos de experiência em joalheria, atribui o desenvolvimento do design de joias em Minas Gerais particularmente à existência de três escolas em Belo Horizonte com ofertas de diferentes níveis de capacitação. A Escola Mineira de Joalheria, de “criação livre, aliada à técnica”, o Serviço Nacional da Indústria-SENAI, “mais ligado à qualificação técnica”, e “o estudo mais formal” por “meios metodológicos” da Escola de Design/UEMG teriam contribuído à formação de profissionais da área (FREESZ, 2019). Freesz atuou nas três escolas e considera que a integração desses níveis aproxima a teoria da prática. “Não basta desenhar [...]. É preciso conhecer as possibilidades produtivas [...]. Dentre os designers que fizeram as três escolas, estão muitos premiados”, acentua Freesz (2019).

Essa contribuição dos centros de formação específica na capacitação dos designers mineiros também é acentuada por Mol (2015), que começou seus estudos na área na Escola Mineira de Joalheria antes de cursar a Pós-graduação em Design de Gemas e Joias em 2000 na UEMG. Bernardes (2019) aponta a Escola Mineira de Joalheria como um marco importante na formação dos profissionais em “tempos heróicos”, quando não havia

outros cursos na área em Belo Horizonte. “Os cursos superiores são importantes, porque dão legitimidade a argumentos e intenções de transformação das empresas, mas a gente nunca pode subestimar o primeiro passo. Esse primeiro passo foi dado anos atrás quando um grupo de pessoas montou escolas de ourivesaria” (BERNARDES, 2019). Bernardes relembra o pioneirismo dos anos 1970 e o papel que a designer Maria Domingues, sua saudosa colega da Escola de Arquitetura, desempenhou na inserção do design na sua empresa.

A Manoel Bernardes era uma empresa de pedras que se transformou em 1976, [...] converteu os ativos de pedras para joalheria [...] e aos poucos foi vendo a necessidade de diferenciação dos produtos dela, que culminou em 2003 em radicalização do design, uma decisão de usar o design absolutamente autoral para fazer o seu negócio (BERNARDES, 2019).

Aos poucos, outras empresas mineiras perceberam, esclarece Bernardes, “que se elas quisessem uma diferenciação no mercado teriam que ter designers”. Ele acentua as parcerias importantes que se estabeleceram desde então, citando a empresa Viana Joias e designers como Lena Garrido, Débora Camisasca, Rita Delgado e Gláucia Silveira, que começou com ele e hoje retornou à empresa. Outros designers, afirma Bernardes (2019), foram “exportados” para São Paulo e entraram no cenário nacional, acentuando o *status* alcançado pelo design mineiro de joias.

Na percepção de Mol (2019), os anos 1990 foram um momento importante na afirmação do design de joias no estado, com a criação da pós-graduação na área e a implementação de pesquisas no setor, via Escola de Design. Nessa década, Mol aponta também a política favorável do governo mineiro de apoio e incentivo a projetos e ações no setor. Na mesma década o IBGM instituiu o seu concurso de design de joias, assinalando a expansão dessa atividade no Brasil e, particularmente, em Minas Gerais.

Aliados à tradição e vocação do Estado, diferentes fatores podem ter contribuído para consolidar o design de joias em Minas Gerais, afirma Bernardes (2019): “foi uma conjunção positiva de fatores que fez com que essas transformações acontecessem aqui”.

AS CORES DA IDENTIDADE

Uma síntese dos objetivos dos concursos de design de joias constantes nos seus editais destaca a valorização do produto da joalheria brasileira, que carrega a matéria prima e a cultura do país pela via do design. Nesse objetivo vem implícita a distinção como importante fator competitivo da marca Brasil. A busca de distinção já é encontrada nos anos 1950, quando a arte escultórica da joia rompe com o padrão tradicional da joia europeia. Em 1947, essa quebra de padrão já é encontrada nas peças criadas por Lina Bo Bardi (1914–1992), apresentadas no recém-criado Museu de Arte de São Paulo – MASP, ainda na Rua Sete de Abril. Casada com Pietro Maria Bardi (1900–1999), fundador do MASP e um incentivador da área artístico-joalheira no Brasil, Lina utilizava pedras nacionais, tais como água marinha, quartzo rosa, ametistas, entre outras, e a técnica da esmaltação nas suas joias. O objetivo da arquiteta era criar joias autóctone com formas brasileiras e materiais locais, como ilustra o colar de águas marinhas da Figura 1. Esse colar foi roubado em 1986 da Casa de Vidro, residência do casal Bardi em São Paulo. Em 2016, o projeto Joia de Artista da joalheria Talento, de Belo Horizonte, reeditou uma versão limitada a dez peças numeradas do colar, cujas réplicas são produzidas em prasiolitas, ametistas ou águas-marinhas.

Figura 1: desenho da criação de Lina Bo Bardi, Lina com o colar em um baile de carnaval e reprodução do colar pela Talento Joias/BH. Fonte: Cultura Estadão (2016).



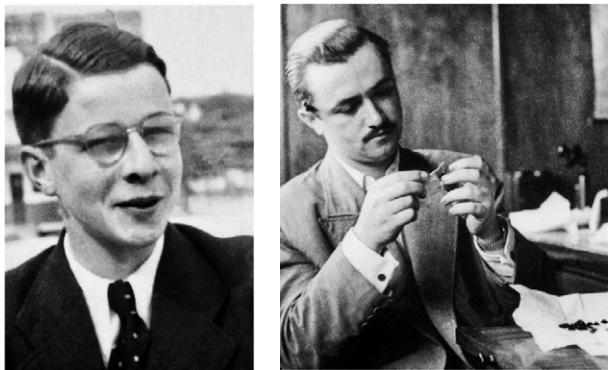
No processo de valorização que conferiu preciosidade às pedras coloridas brasileiras, dois imigrantes e grandes joalheiros ganham destaque (Figura 2): Hans Stern (1922–2007) e Jules Roger Sauer (1921–2017). Foi o esforço de ambos para eliminar o rótulo de semipreciosas que rebatizou as gemas de

cor brasileiras de preciosas e estabeleceu uma nova escola de design de joias no país.

O alemão Hans Stern chegou ao Brasil com 17 anos e se apaixonou pelas pedras brasileiras ao trabalhar em uma empresa de comercialização de pedras. Em 1945 criou o próprio negócio de lapidação de pedras e, aos 23 anos, abriu a empresa H. Stern, quando passa a trabalhar também com a produção joalheira. Na década de 1940, como havia um preconceito dos brasileiros com as gemas coloridas, Hans Stern montou uma loja na estação de desembarque de navios de passageiros no Rio de Janeiro, com foco no interesse dos estrangeiros por essas gemas.

Figura 2: Hans Stern quando chegou ao Brasil (à esquerda) e Jules Sauer, “o caçador de pedras raras” (à direita).

Fonte: H. Stern e Amsterdam Sauer.



Jules Roger Sauer, nascido na França, chegou ao Brasil aos 18 anos estabelecendo-se em Belo Horizonte, onde deu início a uma jornada que o transformou no “Caçador de Pedras Raras”. Ao vislumbrar o potencial da região, dedicou-se integralmente ao mundo da pesquisa e atividades de mineração, lapidação e compra e venda de gemas de cor. Em 1941 fundou a Amsterdam Limitada. Sauer foi considerado o pioneiro na prospecção e divulgação das esmeraldas brasileiras, com a sua histórica certificação pelo Instituto Gemológico Americano-GIA (Gemological Institute of America), organismo fundado em 1931, dedicado ao estudo, pesquisa e certificação de gemas.

Assim, desde os anos 1950 pode-se identificar nas gemas de cor um elemento identitário da joalheria brasileira; um diferencial estratégico do projeto que o design de joias tem buscado consolidar por diferentes meios e instrumentos. Em relação à confirmação dessa identidade, Bernardes (2019) conta que nos anos 1990 começou um movimento para questionar

se a joalheria brasileira deveria afirmar uma identidade ou manter-se à sombra do modelo de joalheria italiano. Algumas empresas, em torno de dez, narra Bernardes, “começaram a investir em um design mais autoral, mais diferenciado, que privilegiava a pedra de cor como elemento de distinção”. Em 2001, com o programa da Agência Brasileira de Promoção de Exportações (Apex-Brasil), “as empresas começaram a embarcar na ideia que para encontrar mercado lá fora, a distinção seria dada por alguns critérios”, esclarece Bernardes (2019). “A pedra brasileira seria o elemento identificador do nosso produto”. No mesmo período, essa estratégia de distinção do produto que explora a matéria prima brasileira como o ouro e as gemas de cor ganha reforço em dois importantes concursos: o Prêmio IBGM de Joias e o AngloGold Auditions, promovidos pelo Instituto de Gemas, Joias e Metais Preciosos e pela empresa AngloGold Ashanti, respectivamente. Há unanimidade entre os entrevistados neste trabalho que esses concursos contribuíram para a percepção do potencial desse material na identificação do design de joias brasileiro.

A CONTRIBUIÇÃO DOS CONCURSOS AO DESIGN DE JOIAS MINEIRO

Os entrevistados também confirmam que os concursos de design de joias têm sido um mecanismo importante de promoção do design no setor e de interface do profissional com o respectivo universo produtivo. A interação dos profissionais com empresas patrocinadoras, especialistas e técnicos do setor tem contribuído ao desenvolvimento de inovadoras combinações de técnicas, materiais e processos, defendem os entrevistados.

Das contribuições dos concursos, Bernardes (2019) destaca a visibilidade de toda a cadeia do setor que vem com a embalagem do concurso, como os desfiles e os editoriais: “mostra para a indústria que existem outras possibilidades; endossa a importância do design para as empresas patrocinadoras; dá projeção autoral ao designer; têm uma isenção que chancela a qualidade do produtor”. Bernardes (2019) afirma a importância dos concursos na sua intenção de reativar o concurso IBGM, interrompido desde 2012, e complementa: “O concurso é um divisor de águas entre a mediocridade e o avanço, entre a mesmice e a novidade”.

Suka Braga (2019) salienta a liberdade que os concursos propiciam à criação, na medida em que permitem ir além do

comum, testando experiências e criando novos caminhos. A designer relembra que muitas vezes arriscou em técnicas que nem sabia se funcionariam, desafios que acabavam sendo superados junto com os ourives. Ela entende que essa liberdade para experimentar acabou fortalecendo o sentimento de que há uma joia brasileira.

Abras (2019) acentua que nos concursos a integração dos designers com a indústria revelou-se uma condicionante do projeto, uma vez que para a produção das joias os designers precisavam buscar o patrocínio de um fabricante. Nessa relação muitos desafios foram vencidos com um aprendizado de ambas as partes, ela complementa.

Freesz (2019) acredita que os “concursos aproximaram os designers da realidade produtiva”. A designer e ourives Mara Guerra ilustra a importância dessa aproximação a partir da própria experiência em quatro projetos finalistas desenvolvidos com três parcerias diferentes. Cada projeto foi uma oportunidade de testar técnicas e tecnologias na interação de formas de trabalhar a ourivesaria. Guerra (2019) acentua que o acompanhamento e apoio técnico da indústria patrocinadora foram fundamentais nos testes e experimentos durante a realização do projeto.

No Brasil, os dois concursos destacados ganharam relevância por colocarem em evidência o design de joias na produção brasileira. Os produtos desses concursos, realizados no período de 2002 a 2012, foram apresentados durante a Bienal Brasileira do Design em 2012, sediada em Belo Horizonte. A mostra “*Petraurum*” expôs no Museu de Artes e Ofícios da cidade um registro evolutivo do design de joias do Brasil representado por 200 peças de 80 designers brasileiros. Por uma iniciativa do IBGM, da AngloGold Ashanti e da Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais, a mostra teve o patrocínio da AngloGold Ashanti e da Apex-Brasil. Segundo a declaração do curador da mostra, Manoel Bernardes:

Mais do que impressionar pela beleza das peças, a exposição busca despertar no público a importância do design, mostrando a evolução desta atividade no país [...]. O design brasileiro ainda é bastante recente, mas o uso do ouro e das pedras já pode ser considerado marca registrada da joia nacional [...]. Até 1994 o Brasil não tinha identidade própria no design de joias (BERNARDES, 2019).

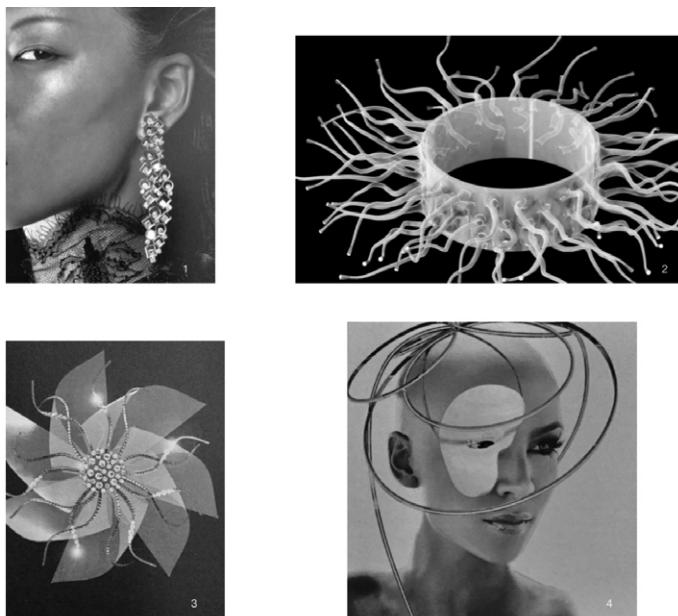


Figura 3: exemplos de produtos vencedores em concursos internacionais: (1) Vencedor De Beers, 2000, Sonaia Cajueiro; (2) Vencedor Jewellery Design Excellence Awards-JDE, 2006, Adriano Mol/Fernando Maculan; (3) Finalista HRD Awards Antuérpia, Bélgica 2005, Alessandro Alvarenga/Suka Braga; (4) Finalista HRD Awards Antuérpia/Bélgica 2007. Mariana Thomás/Raquel.

Fonte: (1) Catálogo De Beers, 2000; (2) imagem cedida por Mol, 2019; (3) Catálogo BGM, 2012; (4) Catálogo BGM, 2012.

O curador acentua a participação de Minas na produção do design brasileiro de joias, ressaltando que os designers mineiros, além do alto índice de classificação e premiação nos concursos nacionais, também têm se destacado em concursos internacionais, como ilustra o conjunto de imagens da Figura 3.

PRÊMIO ANGLOGOLD AUDITIONS

O Auditions é o maior concurso de design de joias em ouro do mundo. Realizado pela AngloGold Ashanti, empresa mineradora sediada em Johannesburgo na África do Sul, o concurso teve versões na China, Índia e Emirados Árabes. Sua versão brasileira foi realizada de 2002 a 2015, cujas joias finalistas integram o acervo da empresa e já foram expostas em diversos locais do Brasil e do mundo, evidenciando aspectos singulares da joalheria no país.

No Brasil, o concurso aborda questões relevantes, como o consumo responsável, a sustentabilidade, a preservação da cultura e da identidade nacional, além de projetar o país como criador e exportador de profissionais de alta capacidade técnica na área. Além disso, é uma verdadeira vitrine para o mundo, revelando a excelência dos designers brasileiros

e permitindo que o país obtenha cada vez mais reconhecimento e projeção internacional na área de design de joias (CATÁLOGO AUDITIONS 2014/2015).

As sete edições do concurso convocavam os designers à inovação e renovação do produto joia e incentivavam o uso de novas tecnologias. A cada edição, as temáticas buscavam estimular o potencial técnico e criativo dos profissionais na busca de soluções inéditas de projetos. Na sua 2ª edição, em 2004, o Auditions inseriu uma fase preparatória ao concurso em forma de fóruns regionais, com o “propósito de permitir o entrosamento e a troca de informações entre os participantes, além de ser de caráter didático, com a exposição de palestras, do conhecimento de ponta dos profissionais de diversas áreas” (ANGLOGOLD ASHANTI, PORTIFÓLIO 2004/2005).

No mesmo ano, o Auditions introduziu também uma etapa pré-seletiva na avaliação dos projetos concorrentes, na qual diferentes expertises na área analisavam os trabalhos a partir de aspectos pertinentes ao projeto de design como uso do material, factibilidade produtiva, grau de inovação, diferencial competitivo etc. Os trabalhos selecionados eram então submetidos a um novo corpo de jurados do país e do exterior, composto por representantes do design e outras áreas como jornalismo, fotografia, artes etc.

A presença da AngloGold Ashanti no estado e a realização dos fóruns em Belo Horizonte são apontadas por Bernardes (2019) como um fator importante na afirmação do design de joias mineiro. O trabalho de prospecção dos fóruns e a parceria com as universidades contribuíram para o caráter transformador dos concursos no design de joias mineiro. “Era um concurso muito importante para empurrar os limites de percepção dessa categoria de produtos”, conclui Bernardes (2019).

AUDITIONS: EDIÇÃO DE 10 ANOS

TEMA	CATEGORIAS	PROJETOS FINALISTAS	FINALISTAS MG	Nº DESIGNERS MINEIROS
Brasileidade	Prêmio 10 anos Auditions	5	3	3
	Prêmio Auditions	13	5	6
Total		18	8	9

Tabela 1: premiação da Edição Comemorativa de 10 anos do Prêmio AngloGold Auditions em 2012, que premiou designers já laureados por prêmios anteriores.

Fonte: elaborada pela autora.

Em 2012, quando comemorou dez anos no país, o concurso premiou também uma categoria especial destinada aos designers já premiados em pelo menos uma de suas edições, conforme tabela anterior (Tabela 1). Do conjunto de dezoito joias selecionadas, seis pertenciam à categoria comemorativa dos dez anos do Auditions. Nessa categoria foi premiada a joia “A Rara” da designer Carla Abras, de Belo Horizonte. Sobre essa edição, a empresa declara que “as coleções são verdadeiras vitrines para o mundo, revelando a excelência dos designers brasileiros e permitindo que o país obtenha cada vez mais reconhecimento e projeção internacional na área de design de joias” (CATÁLOGO AUDITIONS, 2012).

Para ilustrar a significativa representação de designers mineiros nas edições de 2002 a 2015 do concurso Auditions, a Tabela 2 apresenta o número de projetos finalistas e o de finalistas de Minas Gerais, destacando o número de designers do estado envolvidos em cada edição. A diferença entre os números de projetos e o de designers finalistas deve-se a algumas participações em duplas.

AUDITIONS 2002

TEMA	PROJETOS FINALISTAS	FINALISTAS MG	Nº DESIGNERS MINEIROS
Hot glamour	15	7	8
Young & Cool	14	4	4
Brasilien essence	23	9	12
Total	52	20	24

AUDITIONS 2004

TEMA	PROJETOS FINALISTAS	FINALISTAS MG	Nº DESIGNERS MINEIROS
Raízes e formas	34	16	19

AUDITIONS 2006

TEMA	PROJETOS FINALISTAS	FINALISTAS MG	Nº DESIGNERS MINEIROS
Calor glacial	24	13	15

AUDITIONS 2008

TEMA	PROJETOS FINALISTAS	FINALISTAS MG	Nº DESIGNERS MINEIROS
Natureza fantástica	22	13	19

AUDITIONS 2010/2012

TEMA	PROJETOS FINALISTAS	FINALISTAS MG	Nº DESIGNERS MINEIROS
Sincronicidade	24	10	16

Tabela 2: relação de projetos finalistas do Prêmio AngloGold Auditions (2002/2015) do país e de Minas Gerais.

Fonte: elaborada pela autora.

AUDITIONS 2014/2015

TEMA	PROJETOS FINALISTAS	FINALISTAS MG	Nº DESIGNERS MINEIROS
Recombinações	17	5	5

SÍNTESE DAS EDIÇÕES 2002 A 2015

PROJETOS FINALISTAS	FINALISTAS MG	Nº DESIGNERS MINEIROS
191	85	107

A aproximação da AngloGold Ashanti com a academia foi um fator que contribuiu para o fomento do design de joias no âmbito das instituições de ensino de design. Em Minas Gerais, em parceria com a UEMG, a empresa instalou o Laboratório AngloGold Ashanti de Pesquisa em Ligas de Ouro na Escola de Design. Criado em 2006 e integrado aos demais laboratórios do Centro de Estudos em Design em Gemas e Joias - CEDGEM, o Laboratório coordenado pelo ourives e professor Ronaldo Freesz dedicava-se ao estudo de novas técnicas e aplicações do ouro na produção de joias, conforme declaração da empresa:

Por meio do AUDITIONS, a empresa estimula a inovação tecnológica no setor joalheiro, incluindo a pesquisa e a aplicação de novas ligas de ouro em peças conceituais, de forma que a renovação do design crie tendências e torne as joias mais atraentes (JORNAL MOMENTO/ANGLOGOLD ASHANTI, 2011, p. 7).

No Rio de Janeiro a empresa estabeleceu uma parceria com o Instituto Zuzu Angel e com a Universidade Veiga de Almeida. Em 2008, com vistas à ampliação de sua relação com a academia, criou a Academia Auditions, formada por representantes de dez instituições de ensino de design do país (Tabela 3), com o objetivo de “contribuir efetivamente com a profissionalização e o desenvolvimento do design brasileiro”. A função do grupo era “rediscutir os aspectos técnicos do concurso e promover a ampliação da Categoria Revelação, aberta a estudantes de design e áreas afins” (ANGLOGOLD ASHANTI, CATÁLOGO AUDITIONS, 2008). O grupo se reunia alternadamente em Nova Lima, sede da AngloGold Ashanti, em Belo Horizonte, São Paulo e Rio de Janeiro.

REPRESENTANTE	INSTITUIÇÃO
Ângela de Souza Lima	FUMEC/MG
Auresnede Pires Stephan	Faculdade Santa Marcelina FASM/SP
Bernadete Teixeira (presidente)	CEDGEM/Escola de Design UEMG/MG
Cida Siqueira	PUC/RIO
Henny Aguiar Favaro	Universidade Presbiteriana Mackenzie/SP
Lucy Niemeyer	Escola Superior de Desenho Industrial (Esdi) UERJ/RJ
Miriam Mirna Korolkovas	Faculdade Santa Marcelina FASM/SP
REPRESENTANTE	INSTITUIÇÃO
Regina Machado	Universidade Veiga de Almeida/RJ
Sergio Casa Nova	Centro Universitário Belas Artes/SP
Sérgio Luís Busato	Universidade Estadual Paulista Bauru/SP

Tabela 3: relação de representantes de instituições na Academia Auditions. Fonte: elaborada pela autora.

PRÊMIO IBGM DE DESIGN DE JOIAS

Criado em 1991 pelo Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos, o Prêmio IBGM de Design de Joias contribuiu para a promoção da Marca Brasil por meio dos objetivos de revelar novos talentos, integrar designers à indústria e incentivar os cursos de pós-graduação no país. Além disso, a valorização das gemas coloridas e outros materiais tipicamente brasileiros aplicados na configuração das joias do concurso teriam sido “fatores de diferenciação do produto no mercado internacional”, afirma Bernardes (2019). Ele enfatiza a importância dos concursos do IBGM na consolidação da identidade da joia brasileira, ao promover a lapidação diferenciada nas gemas coloridas locais. Braga (2019) também aponta esse concurso como um “movimento” de valorização de pedras de baixo valor intrínseco, dando a elas o *status* de preciosidade.

A categoria lapidação diferenciada no concurso foi introduzida com o objetivo “de inovar a indústria de lapidação tradicional” ao agregar valor e tornar o produto exclusivo pela incorporação do design na própria lapidação (CATÁLOGO IBGM, 2012). Nesse caso, cria-se o projeto de design da gema que se transforma pelas técnicas de lapidação executadas pelas mãos do lapidário.

Em 2008, somente na sua 14ª edição, o IBGM incluiu uma categoria aberta à indústria com o objetivo de conhecer melhor seu trabalho na perspectiva da gestão do design. Das quatro empresas selecionadas, duas eram de Belo Horizonte, a Viana Joias e a Manoel Bernardes, sendo esta última a vencedora.

Até 2012, cada uma das dezessete edições do concurso apresentou temas e categorias identificados em pesquisas de demandas e tendências realizadas pelo próprio IBGM. A partir dessas pesquisas é que se definiam os critérios e as condicionantes dos projetos. As pesquisas sobre tendências realizadas pelo IBGM resultaram em oito publicações até 2009, sob o título *Caderno de Tendências*, quando transformou-se em *Preview Design*. O conteúdo dessas publicações, incluindo produção e consumo, contemplava o design de joias “como uma linguagem que fala dos indivíduos e suas épocas”, segundo Regina Machado, designer e pesquisadora, que foi consultora de estilo do IBGM (IBGM, PREVIEW DESIGN DE JOIAS, 2009).

Originalmente o caderno era destinado somente à indústria, mas acabou incorporando o varejo e o consumidor, permitindo que as informações atingissem também fabricantes e consumidores. O lançamento nacional desse caderno estava associado à Feninger, feira setorial com expositores da indústria, onde aconteciam palestras e uma exposição das joias registradas no Caderno. O Preview foi uma ação integrada a outras atividades promovidas pelo IBGM, como os *workshops* realizados para a indústria e para os designers que, segundo o IBGM, atingiam micro e pequenas empresas do comércio e da indústria.

A Tabela 4 na sequência apresenta o resultado das edições de 2006 a 2012 do concurso IBGM, o número de finalistas e de designers mineiros finalistas nessas edições.

Tabela 4: relação de projetos finalistas do Prêmio IBGM (2002/2012) do país e de Minas Gerais.

Fonte: elaborada pela autora.

PRÊMIO IBGM DE DESIGN DE JOIAS 2006

CATEGORIAS	PROJETOS FINALISTAS	FINALISTAS MG
Sul	12	2
Sudeste	10	5
Centro Oeste	10	0
Norte	12	4
Nordeste	10	5
	54	16

PRÊMIO IBGM DE DESIGN DE JOIAS 2008

CATEGORIAS	PROJETOS FINALISTAS	FINALISTAS MG
Arquitetura brasileira	11	4
Lapidação diferenciada	10	5
Destaque indústria	4	2
	25	11

PRÊMIO IBGM DE DESIGN DE JOIAS 2010

CATEGORIAS	PROJETOS FINALISTAS	FINALISTAS MG
Jóias da natureza	7	4
Lapidação diferenciada	10	7
A cara do Brasil	9	5
	26	19

PRÊMIO IBGM DE DESIGN DE JOIAS 2012

CATEGORIAS	PROJETOS FINALISTAS	FINALISTAS MG
Lapidação diferenciada	10	6
Gemas de cor e pérolas douradas	10	5
Poéticas contemporâneas	10	7
	30	18

SÍNTESE DAS EDIÇÕES 2006/2012

PROJETOS FINALISTAS	FINALISTAS MG
135	64

ASPECTOS SOBRESSAIENTES DO DESIGN NOS PRODUTOS

Sem as imposições da produção comercial, os concursos de design de jóias ampliaram a liberdade de inovar e experimentar materiais e processos, técnicas e novas tecnologias nos projetos, afirmam os entrevistados. Em relação aos aspectos do design nos produtos premiados, Abras (2019) pontua que “quando você olha para um produto de concurso, vê o que é superficial [...] mas ‘pra’ chegar a encantar é quando passou por todos os processos de desenvolvimento e de pesquisa.” Até há bem pouco tempo, o “design de jóias” era entendido como um desenho artístico da jóia, afirma Freesz (2019), lembrando a forma como esse objeto era representado e a dificuldade de leitura na transposição da criação para a sua

materialidade: “Muitas vezes o desenho de uma peça era impossível de ser reproduzido”, reafirmando que “não basta saber desenhar”. Nessa mesma direção, Mol (2019) confirma que “no design é diferente de fazer algo só estético”, destacando sua experiência no acompanhamento dos concursos da AngloGold. “Ao acompanhar o concurso a gente via todas as submissões [...]. Quando conseguia ser bem executado era sinal que havia um projeto” (MOL, 2019).

Foi nessa perspectiva de projeto que se buscou na análise de produtos premiados identificar aspectos do design que lhe conferem uma inovação técnica, material, tecnológica e de uso. Em vista do volume de projetos e de aspectos polivalentes na configuração dos produtos finalistas, para efeito de ilustração foram selecionados alguns projetos, cujos autores e/ou processos aplicados na sua construção pudessem ser acessados.

Com relação ao conhecimento aplicado ao projeto, Carla Abras, com um currículo de muitas premiações, declara que: “o designer é um inconformado [...] nossa cabeça não para de fazer conexões [...] essa biblioteca a gente começa a trazer para os concursos [...] eu vou guardando, anotando referências”, explicando o processo de pesquisa, criação e desenvolvimento de “A Rara”. O projeto foi vencedor do Auditions Brasil 2012 na categoria especial de dez anos do concurso no Brasil para designers já premiados, com o tema Brasilidade.

No caso da “A Rara” foi muito interessante [...] Ganhei um livro do Vik Muniz [...] quando der vou usar isso em um projeto [...] e eu tinha vontade de fazer uma peça com arara, um ícone da fauna brasileira que representa bem o país lá fora também [...] guardei na minha caixinha de memórias [...] Quando veio o concurso com o tema Brasilidade, não tive dúvida: Vik Muniz e arara. Mas como? (ABRAS, 2019).

Na arte do artista brasileiro Vik Muniz, ela conta que encontrou a representação da pluralidade brasileira. “Arara é cor, alegria, beleza. Como “lincar” as duas coisas?” Foi o desafio que ela se impôs. A integração dessas referências que deu origem ao processo de desenvolvimento da joia é ilustrada no painel conceito da Figura 4.

Abras salienta os desafios que surgiram durante o processo, destacando a aplicação de fotos coloridas nas penas da arara. “Como posso fazer algo que na ideia é perfeita,

mas que seja factível?”, ela se perguntava. Ela conta que a busca de soluções técnicas passou por diversas alternativas de fornecedores. “Tinha uma técnica com fotos, mas era em preto e branco e apenas sobre superfícies lisas”, relata. Ela então buscou um outro fornecedor com aplicação de cores.

“A Rara” (Acessório: Colar - Bolsa)

Nestes tempos de virtualidade, tudo o que é único, é percebido como precioso. A conexão entre o local e o global é imprescindível.

A Arara foi escolhida, por ter sua imagem fortemente associada ao Brasil como sinônimo de riqueza da diversidade dos recursos naturais, exclusividade local, raridade, e ameaça de extinção.

Inspirado nas obras do artista brasileiro Vik Muniz (considerado um dos mais importantes artistas contemporâneos do mundo), que compõe imagens a partir de fotografias, trazendo toda a pluralidade intrínseca em uma única obra, criou-se o acessório “A Rara”, o colar-bolsa, de uso versátil, contemporâneo, composto de penas de ouro com fotografações das riquezas brasileiras. É um verdadeiro registro, eternizado através das fotos e do ouro, simbolicamente representado pelas penas de Arara.



Figura 4: painel conceito (modoboard) de origem do processo.

Fonte: imagem cedida por Abras (2019).

Também aí as impressões só poderiam ser sobre superfícies planas e lisas. Mas no seu projeto as penas tinham curvaturas e ranhuras. “Conseguí convencer o fornecedor que a gente poderia, juntos, fazer com que fosse possível”, descreve Abras

(2019). Ela destaca a importância de se pesquisar os meios de produção antes de andar com a ideia, e da integração entre quem projeta e quem produz. “O fornecedor viu que podia ir além”, afirma, explicando o resultado com o registro de ícones brasileiros nas fotografavações sobre o ouro nas penas levemente curvadas e com ranhuras: “Cada pena tem um significado do que é ser brasileiro na origem [...], tem a fauna, a flora, a culinária, as artes e arquitetura...” (Figura 5).

Ainda durante o processo surgiram novas ideias, como ilustra Abras (2019): “quando fiz a cabeça me veio a ideia de colocar no olho uma telinha de LCD com o registro de artistas brasileiros” (Figura 6).

Figura 5: detalhe das penas em ouro com fotografavações dos ícones brasileiros.

Fonte: imagem cedida por Abras (2019).



Figura 6: imagens de arte brasileira na telinha de LCD no olho da arara.

Fonte: imagem cedida por Abras (2019).





Figura 7: o acessório joia: colar e bolsa.

Fonte: imagens cedidas por Abras (2019).

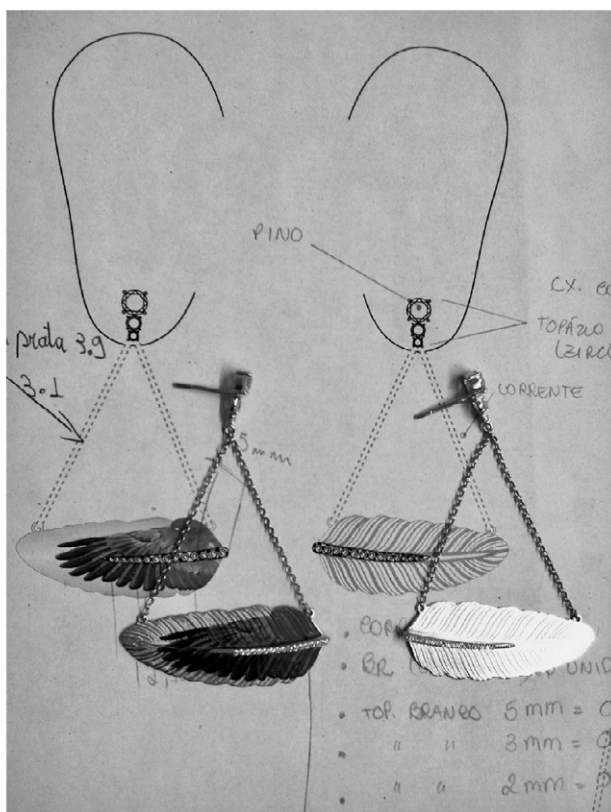


Figura 8: acessórios para o mercado derivados do projeto “A Rara”.

Fonte: imagens cedidas por Abras (2019).

Quanto ao uso da joia, Carla subverte a função do produto, justificando que “como a arara é muito vistosa, é grande, não poderia ser uma pecinha [...], tem que ser algo que a pessoa

bate o olho e diz: isto é Brasil” (ABRAS, 2019). Foi assim que criou um acessório com dupla função, um objeto que pode ser usado como uma bolsa ou como um colar (Figura 7).

Da ideia de representar a pluralidade brasileira à sua materialização no produto final, o projeto “A Rara” ilustra a característica dos concursos de estimular a pesquisa de novas possibilidades formais, materiais, técnicas e tecnológicas no design de joias.

A liberdade para experimentar combinações desses aspectos em um produto conceitual, segundo Abras (2019), cria inovações que podem ser adaptadas pela indústria em produtos comerciais. Do projeto “A Rara”, por exemplo, surgiu toda uma coleção de acessórios com o mesmo conceito e a mesma tecnologia produtiva (Figura 8).

Freesz (2019) ilustra como a integração de competências amplia o potencial inovativo do designer, citando o projeto da designer Maíra Paiva, vencedor na categoria lapidação especial do Prêmio IBGM 2011. O projeto de Maíra, à época pesquisadora do CEDGEM, representava mais que um desafio, quase uma impossibilidade, que o lapidário Wanderley Lopes Ferreira conseguiu realizar, enfatiza Freesz (2019). Para isso trabalharam juntos, integrando os conhecimentos de design ao domínio técnico da lapidação (Figura 9), destaca Freesz (2019).

Figura 9: principais aspectos ativados no projeto de lapidação especial, de Maíra Paiva, vencedor do Prêmio IBGM 2011.

Fonte: catálogo IBGM 2011.



AUTORES
EDSON XAVIER / MARA GUERRA

PRODUTO
COLAR



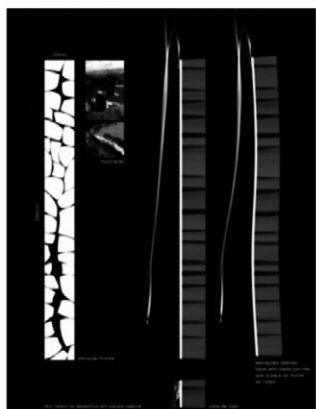
ASPECTOS DO PROJETO	DESCRIÇÃO
Materiais	Hematita
Técnicas	Lapidação em facetas desencontradas a fim de representar os diferentes reflexos de uma cava de minério.
Estratégia	Valorização de matéria prima abundante em MG

Figura 10: principais aspectos ativados no projeto de lapidação especial do Prêmio IBGM de Mara Guerra e Edson Xavier.

Fonte: imagem cedida por Guerra (2019).

AUTORES
ADRIANO MOL / FERNANDO MACULAN

PRODUTO
PINGENTE



ASPECTOS DO PROJETO	DESCRIÇÃO
Materiais	Ametista
Técnicas	Lapidação em facetas prismáticas
Aspecto Estratégia	Representação do Canion Itambezinho de Aparados da Serra e uso de material local para representar a região sul do país

Figura 11: aspectos ativados no projeto de lapidação especial Prêmio IBGM, 2011 de Adriano Mol e Fernando Maculan.

Fonte: imagens cedidas por Mol (2019).

Em relação a esse projeto, Favaro (2013) acentua a importância do conhecimento dos princípios básicos e detalhes técnicos que podem levar a criações mais ousadas e à avaliação das técnicas necessárias para produzi-las, sublinhando que Maíra, além de designer, tem mestrado em engenharia de materiais.

Um outro projeto na categoria lapidação diferenciada confere valor à hematita, material também abundante no estado, mas de baixo valor intrínseco e pouco usado na joalheria, como observa Mara Guerra (2019), uma das autoras do projeto (Figura 10).

Ainda na mesma categoria, o projeto da Figura 11 ilustra como o design em gemas pode, além de valorizar o material, traduzir os aspectos e conceitos de uma região por meio da lapidação de uma gema local para representar um ícone da região.

Seja na exploração de formas, texturas, materiais e tecnologias, ou reproduzindo significados étnicos e tradições, o olhar do designer tem revelado nos concursos surpreendentes objetos de adorno corporal, quebrando os padrões da joalheria tradicional. Como bem observa Bernardes (2019), “arejando a indústria e ampliando suas possibilidades de inovação”.

Um outro exemplo que ilustra as muitas possibilidades de inovação no design de joias é o projeto vencedor do Auditions 2004, de Fernanda Barcelos (Figura 12).

Figura 12: aspectos ativados no projeto vencedor do Auditions 2004, de Fernanda Barcelos.

Fonte: catálogo AngloGold Auditions, 2004.

AUTOR	PRODUTO	ASPECTOS DO PROJETO	DESCRIÇÃO
FERNANDA BARCELOS	SAIA JOIA	Materialis	bandeirinhas (Volpi) em coco, ouro amarelo, branco e rosé
		Técnicas	Técnica tradicional do coco e ouro da região de Diamantina/MG
		Estratégia	Inovação da tradição Subversão da função

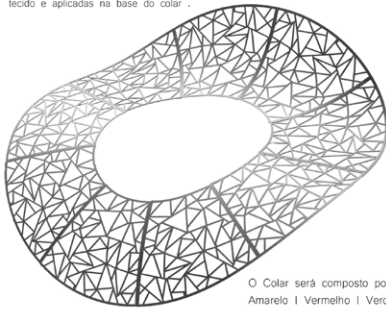


Nesse projeto, a leitura e a influência das técnicas tradicionais do coco e ouro da região mineira de Diamantina encontraram nas bandeirinhas do artista Volpi o suporte para representar o conceito de brasilidade no produto. Na reconfiguração técnica do material, a tecnologia e a artesanaria, juntos, contribuíram para ativar os aspectos da tradição na inovação do produto. Sobre o encontro dessas áreas no design de joias, Favaro (2013) atenta para as possibilidades de troca e compartilhamento que existem entre o design e o artesanato pela aplicação de metodologias que proporcionem um diálogo real entre elas. Como a técnica do coco e ouro, materiais e técnicas autóctones têm despertado o interesse crescente de pesquisas na produção joalheira, com processos produtivos que, apesar dos recursos tecnológicos disponíveis, não prescindem da habilidade manual de especialistas qualificados no desenvolvimento dos produtos.



Obras de Pablo Picasso, período do Cubismo.

As pinturas de Picasso serão trabalhadas e a imagem digital resultante será impressa em tecido e aplicadas na base do colar .



O Colar será composto por módulos de diferentes cores de ouro: Amarelo | Vermelho | Verde | Rosa | Branco

Magide

Arte: estética, magia e linguagem.

O adorno Magide é inspirado na geometrização das formas e volumes, na sensação de pintura escultórica e nas cores vivas do Cubismo.

As obras de Pablo Picasso são recombina- das e as formas da natureza representadas por meio de figuras geométricas salientam o volume colorido sobre a superfície plana.

Magide



Figura 13: painel conceito (moodboard) do projeto Magide de Flávia Rigoni.
Fonte: imagens cedidas por Rigoni (2019).

Figura 14: Magide de Flávia Rigoni, 2º lugar no concurso Auditions 2014/2015.
Fonte: imagens cedidas por Rigoni (2019).

A quebra de fronteiras entre diversos campos no design de joias foi estimulada no último concurso AngloGold Auditions, realizado em 2014/2015. O tema “Recombinações” trouxe uma transversalidade de aspectos nos projetos com o encontro de áreas como a moda, a arte, a cultura pop etc., como sintetiza o catálogo da mostra: “A união de ideias, elementos ou conceitos existentes para criar algo inovador em um cenário

encantador: cidades mineiras testemunhas da história da cadeia produtiva do ouro, suas igrejas, pessoas, arte barroca e paisagens” (AUDITIONS, 2015).

Dessa última edição do AngloGold Auditions, a peça Magide de Flávia Rigoni (Figura 13) ilustra a articulação do repertório, das experiências e ideias do designer quando provocado por um problema ou estímulo externo. Nesse caso, o tema “Recombinações” possibilitou a Rigoni retomar estudos anteriores, adequando-os ao tema.

No seu depoimento, Rigoni conta que o projeto Magide estimulou inclusive a abertura da sua marca própria: “Falei que se eu fosse selecionada, teria coragem de iniciar minha marca. As primeiras peças, primeira leva da produção, foram derivadas desse conceito [...]. Ela me deu coragem para iniciar [...]. Todo processo, conceitual ou não, eu vejo como um projeto” (RIGONI, 2019).

Flávia afirma que a complexidade da peça trouxe dificuldades que levaram a muitas experimentações, sobretudo com os materiais. A impressão das imagens, por exemplo, foi pensada e experimentada sobre materiais como acrílico e tecido, sem os resultados esperados. Depois de muitos testes, as imagens foram impressas sobre o aço inox e depois recortadas para sua montagem no ouro (Figura 14). Ou seja, “desconstruir para construir”, conclui Rigoni (2019).

COMENTÁRIOS

Na identificação dos aspectos distintivos do design de joias mineiro premiado, este relato aponta para as múltiplas possibilidades de abordagem de sua configuração. O alto índice de profissionais finalistas nos concursos da área destaca projetos que integram aspectos da arte, artesanaria, técnicas e tecnologias, materiais e processos. Esses aspectos demandam estudos mais categorizados de suas características, o que abre perspectivas para enfoques específicos sobre a aplicação do design nos vários níveis da cadeia de valor do setor de gemas e joias.

Vale dizer que os concursos têm sido um mecanismo de interface importante na relação do designer de joias com o respectivo setor produtivo. Associado a empresas, tradicionais patrocinadoras de jovens e de experientes designers, os concursos têm contribuído ao desenvolvimento de inovações

técnicas, materiais e de processos que são assimiladas pela indústria. Ainda de forma restrita, mas significativa.

Do compartilhamento de conhecimentos e da integração entre áreas da teoria e da prática nos concursos pouco se sabe. O conhecimento tácito, desenvolvido em anos de prática, poderia ser mais discutido na pesquisa acadêmica quanto ao papel da experiência na prática processual do design de joias. Porém, observa-se que as técnicas e processos artesanais tradicionais já têm sido desvendados nos concursos e revestidos com a linguagem contemporânea das novas tecnologias. Se trazidas para o âmbito acadêmico, essas experiências acabariam como catalisadoras de discussões para ampliar o potencial da pesquisa na área. Seu estudo pode configurar oportunidades de dialogar com a tradição e potencializar a capacidade de se acessar o novo.

De uma perspectiva mais ampla, este breve estudo permite inferir que há uma inegável influência da tradição mineral do estado na vocação mineira para o design de joias. Fica evidente também que os concursos concorreram para dar visibilidade ao produto joia “Feito em Minas Gerais”. Porém, parte intrínseca ao processo seria, supostamente, um maior reconhecimento da importância do design e do profissional para o setor de gemas e joias no estado. Mas ainda há muita desilusão por parte dos profissionais. Um tema que também merece ser mais discutido.

REFERÊNCIAS

ABRAS, C. *Sobre design de joias em Minas Gerais* [Entrevista cedida a] Maria Bernadete dos Santos Teixeira. Belo Horizonte, 31 de maio de 2019, gravada em áudio com duração de 30:04” e 3:13.

ALBERTI, V. *Manual de História Oral*, 3. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

ANGLOGOLD ASHANTI. Collection 2002. *Catálogo*. Minas Gerais, 2002.

ANGLOGOLD ASHANTI. Collection 2004. *Catálogo*. Minas Gerais, 2004.

ANGLOGOLD ASHANTI. Collection 2006. Calor Glacial. *Catálogo*. Minas Gerais, 2006.

ANGLOGOLD ASHANTI. Auditions. *Hyper Nature/Natureza Fantástica*. Collection 2008. **Catálogo**. Minas Gerais, 2008.

ANGLOGOLD ASHANTI. Auditions. *Brasilidade: uma história do ouro*. **Catálogo**. Minas Gerais, 2010.

ANGLOGOLD ASHANTI. Auditions. *Sincronicidade*. **Catálogo**. Minas Gerais, 2012.

ANGLOGOLD ASHANTI. Auditions. *Recombinações: Catálogo*. Minas Gerais, 2014-2015.

BERNARDES, M. *Sobre design de joias em Minas Gerais* [Entrevista cedida a] Maria Bernadete dos Santos Teixeira. Belo Horizonte, 13 de junho de 2019, gravada em áudio com duração de 54:59”.

BRAGA, M. C. *Sobre design de joias em Minas Gerais* [Entrevista cedida a] Maria Bernadete dos Santos Teixeira. Belo Horizonte, 14 de junho de 2019, gravada em áudio com duração de 11:56”.

BUSATO, S. *Metodologia de Projeto Aplicada à Produção de Joias*. Belo Horizonte: EAD/DUO, Seminário: Design brasileiro: beleza e sustentabilidade em nome do desenvolvimento. Palestra 03. Disponível em: www.anglogold.com/academiaauditions. Acesso em: 10 jun. 2019.

CAMPOS, A. P. *Joia contemporânea brasileira: reflexões sob a ótica de alguns criadores*. 1997. 204 f. Dissertação (Mestrado em Educação Artes e História da Cultura) – Faculdade de Comunicação e Artes, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 1997.

CAMPOS, A. P. Design e Arte: aproximações através da Joalheria Contemporânea. *Anais [...]*. São Paulo, P&D Design 2010, v. 1, p. 1917-1937.

CAMPOS, A. P. *Arte-joalheria: uma cartografia pessoal*. 2011. Tese (Doutorado em Artes Visuais) – Instituto de Artes, Unicamp, Campina, 2011.

CHARLES ROUEX, E. *A era Chanel*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

DE BEERS. *Diamond International Awards*. Londres. 2000.

FAVARO, H. A. B. R. *Design de joia e pesquisa acadêmica: limites e sobreposições*. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2013.

FRANCH, C. Sociologia, Identidade, Senso de história e mercado para o desenvolvimento de joias do Pará. In: NEVES, R. H. N.; QUINTELA, R. S.; PINTO, R. G.; MEIRELLES, A. C. R. (org.). *Joias do Pará: design, experimentações e inovação tecnológica nos modos de fazer*. Belém: Paka Tatu, 2011.

FREESZ, R. *Sobre design de joias em Minas Gerais* [Entrevista cedida a] Maria Bernadete dos Santos Teixeira. Belo Horizonte, 28 de maio de 2019, gravada em áudio com duração de 15:28”.

GUERRA, M. *Sobre design de joias em Minas Gerais* [Entrevista cedida a] Maria Bernadete dos Santos Teixeira. Belo Horizonte, 28 de maio de 2019, gravada em áudio com duração de 7:25”.

IBGM/APEX- BRASIL. *Precious Brazil*, gems & jewelry, 2005. Disponível em: <https://preciousbrazil.com/>. Acesso em: 10 maio 2020.

IBGM. Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos. *Design Brasileiro de Joias: construção de uma identidade*. Brasília: IBGM, 2012.

JEWELLERY DESIGN AWARDS/PRÊMIO IBGM DE DISEÑO DE JOYAS. Brasília: IBGM, 2010.

LABERIA, E. M. L. C. *Design de jóias: desafios contemporâneos*. 2009. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós-Graduação Design, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo.

MACHADO, M. R. S. *Preview Design de Joias 2009*. Brasília: IBGM, 2008.

MOL, A. *Sobre design de joias em Minas Gerais* [Entrevista cedida a] Maria Bernadete dos Santos Teixeira. Belo Horizonte, 30 de maio de 2019, gravada em áudio com duração de 21:12”.

OSTROWER, F. A *sensibilidade do intelecto*. Rio de Janeiro: Campos, 1998.

OZANAN, L. A *joia mais preciosa do Brasil: joalheria na comarca do Rio das Velhas 1735-1815*. Belo Horizonte: EdUEMG, 2017.

PORTAL UAI. Museu de Artes e Ofícios abriga exposição sobre joias premiadas. *Agência Minas*. 09/10/2012. Disponível em: <https://www.uai.com.br/app/noticia/e-mais/2012/10/09/noticia-e-mais,105533/museu-de-artes-e-oficios-abriga-exposicao-sobre-joias-premiadas.shtml>. Acesso em: 23 maio 2022.

RIGONI, F. *Sobre design de joias em Minas Gerais* [Entrevista cedida a] Maria Bernadete dos Santos Teixeira. Belo Horizonte, 11 de junho de 2019, gravada em áudio com duração de 11:00”.

SCHON, D. *The reflective practitioner. How professionals think in action*. New York: Basic Books, 1983.

TEIXEIRA, M. B. S. *Os objetos intermediários da concepção na construção coletiva da identidade do produto de joalheria*. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Belo Horizonte: UFMG, 2002.

TEIXEIRA, M. B. S. Design de joias em Minas Gerais: a construção de uma identidade. In: CATAÑEDA, C.; ADDAD, J. C.; LICCARDO, A. (org.). *Gemas de Minas Gerais*. Belo Horizonte: SBG/MG, 2001.

SITES CONSULTADOS

<https://www.sauer1941.com/institucional/historia>. Acesso em: 5 maio 2009.

https://www.faecpr.edu.br/site/escola_negocios/documentos/entre_as_estrelas_mundiais_do_mercado.pdf. Acesso em: 5 maio 2019.

<https://www.studyusa.com/pt/schools/p/ca142/gia-gemological-institute-of-america>. Acesso em: 9 jun. 2019.