

VII Encontro Nacional de Estudos do Consumo
III Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo
I Encontro Latino-Americano de Estudos do Consumo

Mercados Contestados – As novas fronteiras da moral, da ética, da religião e da lei

24, 25 e 26 de setembro de 2014

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (Puc-Rio)

Arte joalheria, um campo em vias de constituição.

Ana Neuza Botelho Videla – doutoranda do Programa de Design da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE¹

Kátia Medeiros de Araújo – Professora Dra. Universidade Federal de Pernambuco – UFPE²

Resumo

Propomos nessa comunicação uma reflexão sobre uma das categorias da joalheria, a arte joalheria. Como a joalheria está sujeita a duas influências externas, dos campos do design e da arte, nos interessa discutir o entrelugar da joalheria e de que forma essa posição repercute no entendimento da concepção do que é joia. Assim, a depender da categoria que se pretende abordar, a atividade pode estar mais relacionada à função de ornamentação corporal, como a alta joalheria, a joalheria industrial, joalheria ligada à moda ou ao design, ou, ao contrário, mais próxima das categorias que problematizam a joia como ornamentação, como é o caso da arte joalheria. Objetivando de auxiliar na compreensão deste micro campo, adotamos a noção de campo de poder simbólico de Pierre Bourdieu. Para isso, fez-se necessário mapear as diferentes categorias que compõem o campo da Joalheria, a fim de identificarmos a disposição das categorias no conjunto do campo. Para a arte joalheria, que teve origem nos anos 60, a disposição propriamente estética se opera através da experiência com a arte. Isto é, essa categoria toma por base os pressupostos que vem do campo da arte e, ao mesmo tempo, seus membros se definem como pertencentes a este campo. No entanto, essa é uma elaboração interna da arte joalheria, não é partilhada por quem atuam no campo da arte. Para os artistas visuais a concepção da joalheria está associada à função corporal. Dessa forma, é, sobretudo, essa característica, a função, que para o campo da arte afasta a possibilidade da joalheria ser considerada como uma atividade artística. Através da comparação das formulações dos dois campos, da arte e do design, pretendemos refletir sobre os artefatos produzidos pela arte joalheria.

Palavras-chave: arte-joalheria; arte&design; sociologia.

¹ Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE; videla.ana@gmail.com

² Doutora em Antropologia pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE; katia_araujo@hotmail.com.br

1. Introdução

A proposta para este artigo é analisar a constituição da arte joalheria, categoria da joalheria que, aqui no Brasil, ainda se apresenta de maneira incipiente, em vias de constituição. No exterior essa categoria surgiu na década de 60, período de plena efervescência no campo da arte. Ou seja, este foi um período em que as obras de arte estavam carregadas de mensagens políticas. Os trabalhos gerados por ocasião da Pop Art registravam o comportamento da sociedade de consumo, sobretudo, americana. Entre os seus produtores, havia o interesse pela cultura de massa e como adotaram os símbolos dessa cultura, o movimento acabou por aproximar a arte de um público mais abrangente, rompendo com o modelo anterior da arte para poucos. Assim, seus produtores se opunham aos que menosprezavam o gosto das pessoas comuns. Na Europa, a década de 60 foi marcada por manifestações contestatórias diversas, foi uma época em que a juventude se mobilizou contra os valores mais tradicionais da sociedade. Esse período foi marcado pela contracultura, culminando nos movimentos estudantis, na França. De forma que, todo esse contexto também refletiu no campo da joalheria. Os precursores da arte joalheria surgiram nesse momento e, através dos seus trabalhos, passaram a questionar a própria linguagem do campo. Os primeiros trabalhos desse período problematizam a joia como adorno corporal, tendo como questões mais recorrentes, o debate sobre a preciosidade dos materiais, o ornamento corporal e o luxo. De certa maneira, vemos o campo engendrar um profundo questionamento do sentido e concepção do que é joia. Observamos que é o máximo da afirmação da forma sobre a função. Neste aspecto reside a reivindicação do estatuto da arte para a joalheria. Indicando, inclusive, o amadurecimento do campo a partir dos seus especialistas se acharem donos de um conhecimento simbólico específico, que os habilita como artistas.

No Brasil, tivemos alguns representantes desta categoria da joalheria, mas sempre foram atuações pontuais, sobretudo, por não contarmos com todas as instâncias do campo. A comercialização da arte joalheria é um aspecto que aqui apresenta muitos entraves, em geral as experiências com o comércio desses artefatos não são muito bem sucedidos, pois o mercado é insignificante para a manutenção desse negócio.

Virgílio Bahde, que iniciou na joalheria na década de 70, fala da sua atuação no campo. Sua primeira formação foi em escultura na Escola de Belas Artes da UFRJ. Frequentou oficinas de desenho, pintura e gravura e sua prática profissional do campo da joalheria foi obtida diretamente nas oficinas. Entre o final da década de 70 e início da década de 80, deu aula, durante três ou quatro anos, em seu atelier. Chegou a ter fábrica de bijuteria, confeccionou peças para marcas de moda e depois teve loja própria em Ipanema. Atualmente restringiu sua produção, mas continua a produzir pontualmente para Lenny Niemeyer, renomada marca de moda, e comercializa suas peças mais experimentais em multimarcas. Segundo Virgílio Bahde³, houve algumas tentativas de comercialização de uma joalheria diferente da que era produzida pela indústria; a primeira galeria que comercializava joia autoral foi a Simetria, no Rio de Janeiro, criada por Beth Flores,

³ A entrevista faz parte do material empírico da pesquisa relacionado ao doutorado de uma das autoras, Ana Neuza Botelho Videla, cujo tema é Joalheria, arte ou design? A entrevista ocorreu no dia 29 de maio de 2014.

em 1982. De acordo com Virgílio, a galeria fechou com a entrada do plano Collor. Além disso, o joalheiro responsabilizou a entrada do design no segmento de joias “pela dificuldade da galeria em se estabelecer, pois ao baratear os custos, [...] dificultou a comercialização da peça única.” Com isso, Virgílio sinaliza que através da adoção do design pelo setor joalheiro, a produção de joias passou a ter escala, provocando uma alteração no mercado. Consequentemente, houve uma queda nos preços das peças produzida pela indústria. Como as peças únicas eram mais caras, mesmo para o público da galeria de joias, formado por um grupo de pessoas com mais recurso financeiro e também turistas, sobretudo os turistas alemães, as vendas acabaram por cair.

Outra tentativa de comercialização de joia com expressão artística – na época a denominação corrente era joalheria de autor – foi a galeria Plural, em Ipanema, Rio de Janeiro, a qual iniciou suas atividades em 1987 e durou apenas dois anos. Em entrevista com uma das sócias da Galeria, Sonia Santa’Anna⁴, ela conta, que nessa época, houve outras tentativa de criar galerias de joias, mas todas acabaram por fechar. No primeiro ano, a galeria contava com três sócios: Caio Mourão, uma amiga contadora e Sonia, mas a sociedade não durou muito tempo. No segundo ano, os outros dois sócios saíram e entrou Fred Pinheiro, que ficou até o fechamento do negócio. Segue um trecho da entrevista:

Alguns joalheiros representados pela plural: Caio Mourão, Márcio Mattar, Yvon Piederrière, Alfredo Grosso, Fred Pinheiro, Paula Mourão, Alain Viallon, Ana Luiza Rego, Abner Salustiano, Hilson Cunha, Sonia Sant’Anna. O público achava linda a loja, mas tinha dificuldade em aceitar como joia aquelas peças tão diferentes. Mas havia o grupo que não só aceitava como preferia essas joias, as quais se destacavam mais pela forma do que pelo valor monetário dos materiais. [...].

Mais recentemente, outra experiência de galeria de joias que ocorreu no Rio de Janeiro, também em Ipanema, foi o “Banquete”, cujo funcionamento se deu entre dezembro de 2007 e março de 2011. De acordo com Elizabeth Franco⁵, joalheira e uma das sócias, as vendas não cobriam as despesas com a loja. Ou seja, ocorreram algumas tentativas de comercialização de arte joalheria no decorrer das últimas décadas, mas ainda sem o êxito necessário para manter o negócio aberto.

Mesmo atualmente, alguns dos nossos artistas joalheiros atuam com mais expressão no exterior. Mais uma vez, o aspecto mais crítico desta categoria é a exposição e consequente comercialização do trabalho. Segundo Mirla Fernandes⁶, artista joalheira com crescente atuação internacional, “existe, no entanto, um mercado bastante específico e limitado para a arte joalheria, que é predominantemente europeu e que se distingue do mercado da joalheria comercial, seja ela industrial ou artesanal. Distingue-se ainda do mercado da moda e do acessório.” Assim, a inexistência desse mercado no Brasil, impossibilita a atuação para muito

⁴ Entrevista realizada com Sonia Sant’Anna pela internet em 16/03/14.

⁵ Entrevista realizada com Elizabeth Franco pela internet em 18/02/2014.

⁶ Entrevista realizada com Mirla Fernandes pela internet em 13/02/2014 e presencialmente em 31/05/2014. Mirla estudou joalheria em Pforzheim, Alemanha, na Hochschule für Gestaltung und Technik, como aluna visitante entre 1999 e 2000. Disponível em: <http://cargocollective.com/mirlafernandes/BIO> Acesso em 17/03/2014.

dos interessados pela atividade. Na medida em que não há instâncias de comercialização da arte joalheria, não dá para viver com os frutos dessa produção. A trajetória que Mirla optou em atuar foi comercializar e divulgar seu trabalho na Europa, onde, inclusive, realizou parte de sua formação. Durante um período, Mirla operou como uma representante local do campo, assim, procurou promover eventos e estabeleceu diálogos com artistas de outros países. Dessa forma, aproximou os artistas locais das questões mais atuais do campo e criou uma ponte com o que ocorria nas regiões onde a arte joalheria é mais consagrada e berço desse microcosmo.

2. Campo da Joalheria

A joalheria que analisaremos aqui é a ocupação profissional desenvolvida nos dias atuais. Essa atividade apresenta uma série de denominações, algumas dessas denominações estão mais relacionadas à função de ornamentação corporal, como a alta joalheria, a joalheria industrial, joalheria ligada à moda ou ao design, de um lado; e, no outro extremo, encontramos as categorias que problematizam a joia como ornamentação, como é o caso da arte joalheria. Portanto, a compreensão da joalheria dependerá do contexto ou da segmentação que se esteja abordando, em que pode prevalecer uma compreensão mais artística ou mais mercadológica da atividade. Como as várias categorias coexistem neste campo, o nosso interesse reside em apresentar a estruturação desse espaço, no intuito de compreender como essas diferenças se articulam no interior da joalheria e, dessa forma, identificar o espaço ocupado pela arte joalheria.

Através da comparação entre as diferentes formulações dos dois campos que influenciam a joalheria, o campo da arte e do design, podemos identificar o que é uma disposição propriamente estética e o que não é. A disposição estética, demarcador do campo da arte, também constitui e reconstitui a joalheria, apesar de subsumi-la na função. Ou seja, embora a arte joalheria tome por base os pressupostos do campo da arte, a arte a concebe por meio da função corporal. Nesse sentido, poderíamos pensar a joalheria como a clivagem do campo, já que adota o princípio de hierarquização que prevalece no campo da arte, embora também sofra efeitos advindos do campo do design. É nesta perspectiva que podemos falar de um entrelugar da Joalheria.

Através do conceito bourdieusiano de campo, pretendemos compreender a maneira como essas diferentes influências se articulam. A opção por esse referencial teórico se deu após termos observado a fecundidade da teoria para explicar a questão do posicionamento das categorias que compõem o campo da joalheria e sua relação com os membros de uma determinada condição econômica, para os quais esses artefatos são produzidos. Como a análise de uma categoria do campo implica em compreender a atuação das diferentes categorias que compõem a joalheria e as disputa que tem origem nesta atividade, entendemos que o conceito de campo pode ajudar a analisar o espaço estruturado onde se produz joalheria. Vai ser através do espaço de disputa que se determinam as lutas e o que elas visam manter ou redefinir (BOURDIEU, 2013, p. 229). Assim, é a lógica do campo que vai estabelecer as propriedades tanto da relação de consumo, entre classe e prática, como da produção. Portanto, entendendo que a análise direta da própria categoria não daria subsídio

suficiente para a pesquisa, optamos, antes, por uma contextualização, no intuito de identificar e localizar a posição que a arte joalheria ocupa no campo da joalheria.

Deste modo, a joalheria é crivada por questões e concepções que tem uma procedência exterior, o que implica numa luta de poder a fim de consagrar um arbitrário, pois de acordo com a compreensão da noção bourdiesiana de campo, não é possível conceber nichos relativamente independentes, cada um dos quais movidos por concepções diferentes do que seja joalheria; assim, de acordo com a correta terminologia utilizada pelo autor, teríamos que conceber cada um desses nichos como campos autônomos. Segundo Bourdieu, teríamos que pensar, antes, o campo da Joalheria enredado em uma luta pelo monopólio da consolidação, em cada momento, por uma concepção de joalheria. Isto é, os efeitos dos outros campos, ou o entrelugar da joalheria, repercute do ponto de vista das lutas internas do campo a fim de consagrar um arbitrário hegemônico. Dito de outra forma, as lutas são para conquistar o monopólio da capacidade de dizer o que é joia.

3. O Design na Joalheria

Partiremos de uma breve exposição das categorias mais expressivas que compõem o campo da joalheria, a fim de melhor compreender o espaço ocupado por essa nova categoria. Inicialmente abordaremos as categorias que sofrem maior influência do mercado.

Isso dito, de um lado, temos o design cujas práticas são fontes da racionalização da atividade típica do domínio técnico e cognitivo sobre o que é o objeto do campo. Para Bomfim, o Design é o “processo de configuração de objetos de uso, qualitativamente superior a outras práticas intuitivas que ainda predominam no meio de produção” (BOMFIM, 1994, p. IV-16). No design busca-se otimizar as informações através de métodos e técnicas que visam auxiliar na organização das tarefas, tornando-as mais claras e precisas. A disciplina oferece suporte lógico ao desenvolvimento de projeto, isto é, através de metodologia, organiza-se as informações obtidas entre similares, nas tecnologias e meios de produção disponíveis, assim como nas informações alcançadas através do comportamento do público-alvo. Para Bomfim, o design, como atividade que se ocupa com a configuração de produtos fabricados em série, deve atentar para cinco fatores principais que determinam o desenvolvimento de um projeto: designers, empresas, usuários, sociedade e produto. As demandas do produtor, consumidor e sociedade, com suas leis, normas e diretrizes, convergem para o designer. Segundo o autor, seria ingênuo pensar que o designer ou outro técnico tenha ampla liberdade para decidir sobre o conteúdo de sua atividade (Idem, p. IV – 18). Todos os dados são levantados no intuito de oferecer orientação para o desenvolvimento do projeto.

Uma compreensão mais abrangente do design implica em pensar o projeto e processo produtivo, simultaneamente. São etapas de um processo maior. Segundo a pesquisa realizada por Walsh, as empresas adotam uma grande variedade de significados para design. Entretanto, para uma visão mais ampliada da atividade de design, mais relacionada à gestão da atividade, o sentido é de construir vínculos entre as várias

funções das empresas e seus ambientes, daí não fazer sentido separar a área de configuração ou projeto, do processo produtivo, quando o objetivo da empresa é um só, atingir os melhores resultados nos negócios (WALSH, 1996. p.525).

Conforme Virgílio Bahde menciona no seu depoimento, a partir da década de 80 o design passa a ser adotado pelo setor joalheiro. Mas ainda era uma atuação pontual. Foi necessário uma ação mais efetiva do IBGM (Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos), para que o design, paulatinamente, passasse a ser mais fortemente adotado e a contribuir para melhorar o desempenho de empresas no Brasil. Porém, para que esses resultados pudessem aparecer, o IBGM promoveu uma série de ações, como concursos e ações de marketing, para que as empresas brasileiras do setor de joias passassem a incorporar o design nas suas práticas. Nesse sentido, podemos sugerir que a consolidação da concepção de joalheria, para os representantes do campo, implicaria na incorporação do design. Ou seja, todo o esforço do campo joalheiro foi no sentido de se aproximar do design, modernizar as empresas, torná-las mais competitivas em termos de tecnologia para gerar inovação, a fim de alavancar as exportações. Assim, vemos o Estado, através do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) e associações de classe, tentando transformar e erradicar os obstáculos que dificultam a consolidação e crescimento desse campo, pois identifica o potencial de crescimento da joalheria industrial e cria políticas visando o favorecimento do campo.

§

Iniciaremos a apresentação das categorias da joalheria sob a influência do design pela a alta joalheria, que ao produzir peças de luxo, enfatiza, sobretudo, dois elementos, matéria-prima rara, de excelente qualidade, e mão-de-obra altamente qualificada e extremamente habilidosa. As matérias-primas utilizadas nestas peças são, sobretudo, as ligas, que é a combinação de dois ou mais metais, e as gemas⁷ com características naturais especiais. Para as gemas alcançarem valor no mercado joalheiro, precisam possuir algumas características, como; elevado teor de pureza, intensidade na cor (quando se trata de gema corada), não apresentar clivagem, nem incrustação. Como é exigido um alto grau de perfeição nos produtos desta categoria, a produção não pode prescindir da maestria do artesão, combinado com matérias-primas especiais e raras. Esse aspecto acaba por não permitir muita escala, pois a ênfase recai na qualidade da execução. O resultado da produção são peças muito sofisticadas e, talvez por isso mesmo, a sua fabricação permanece ainda artesanal, pois exige excelência em todas as etapas do processo. É preciso contar com extraordinários especialistas da ourivesaria, tanto o cravador, como o polidor, ou o ourives; todos precisam ser excelentes profissionais, mesmo que parte da peça seja fundida. Virgílio compara a fabricação de peças de alta joalheria com a fabricação de produtos de marcas de luxo. Assim, ele diz, “é um sistema de indústria, mas uma indústria que passa por um processo artesanal. É como a fabricação de bolsas da Hermès, que conta com o melhor couro,

⁷ O sentido de gemas é derivado da gemologia, significa pedras preciosas.

[...] é industrial? É, mas é feito com padrões do artífice. Tem que ter um artífice ali, que sabe, a vida dele é aquilo [...]”.

Assim, a produção de uma peça de alta joalheria exige um alto grau de perfeição, evidentemente que outras características são importantes, como o design e as inovações tecnológicas, no entanto, os dois itens destacados são os mais emblemáticos para essa categoria. Mais uma vez, ressaltamos na produção da peça de luxo esses dois itens, a dobradinha dos aspectos naturais/tecnológicos, da preparação das gemas e ligas e os recursos humanos da execução perfeita da joia.

Se pensarmos o conceito bourdiesiano de campo para essa categoria da joalheria, podemos observar que funciona como um demarcador de classe ainda mais predisposto a exprimir as diferenças sociais. O consumidor de uma peça de luxo é portador de um capital simbólico altamente distintivo. Quer dizer, esse consumidor possui um bem que o distingue por pertencer a uma fração dominante da classe dominante. O consumo de uma peça de alta joalheria exige não só possuir um alto capital econômico, como um conhecimento especial em gemas e conhecimento técnico, os quais implicam numa competência cultural específica necessária para a apropriação destes objetos. Significa dizer que, ao consumir uma peça desta categoria, é preciso possuir tanto capital econômico, como capital cultural; daí se poder afirmar que o consumidor da joalheria de luxo pertence à fração dominante da classe dominante. Para Bourdieu, as frações com alto capital econômico, ao consumir bens de luxo, como as que são compostas por matérias-primas especiais e a mão-de-obra com alto grau de especialização, estão se distinguindo através dos instrumentos econômicos e culturais, simultaneamente, a joia não se distingue apenas por ser cara ou por ser especial, mas por ambos (BOURDIEU, 2013, p. 212).

A joalheria industrial, por sua vez, se distingue das outras categorias que compõem o universo da joalheria por adotar as práticas do design com intuito de obter escala. Neste aspecto, a contribuição do design é no sentido de desenvolver projetos que permitam agilizar a produção. Assim, ao otimizar os recursos a fim de atingir escala, essa categoria opera a diferença mais marcante com a alta joalheria. Aqui a tecnologia tem um papel relevante na obtenção de um produto de qualidade, tanto no acabamento, quanto no design, tendo em vista que pode proporcionar o desenvolvimento de peças inovadoras. Assim, a indústria faz uso de várias tecnologias, como a prototipagem rápida, e algumas ferramentas de modelagem que possibilitam a criação de peças que não poderiam ser executadas na bancada do ourives. A solda a laser é outra tecnologia que permite soldar distintos materiais, que não poderiam ser unidos através dos processos tradicionais da ourivesaria, ou seja, ao alterar o processo de fabricação da joia, possibilita sua inovação.

Um exemplo interessante a ser mencionado é o da designer de joia Lívia Canuto⁸. Sua trajetória ilustra bem a distinção das categorias, pois neste momento Lívia opera a mudança de designer de joias de atelier para uma produção industrial. Lívia iniciou sua formação no curso de escultura das Belas Artes, UFRJ e, pouco

⁸ Entrevista com Lívia Canuto no dia 20/05/2014.

tempo depois, ingressou no curso de desenho industrial da UniverCidade, também no Rio de Janeiro. Durante um período, chegou a frequentar os dois cursos, até fazer a opção pelo design. Para Livia, designer de formação, o campo da joalheria pode ser compreendido dessa forma:

Eu vejo a alta joalheria, que é Tiffany, Cartier, H.Stern, Amsterdam Sauer...vejo uma joalheria mais industrial, [...] mais ligada ao design. Para mim o Antonio Bernardo é industrial, tem fábrica, tem muitas lojas, tem produção, mas tem a preocupação de designer. Tem o industrial H.Stern, que cada vez mais tem uma preocupação com o design. Uns são mais bem sucedidos que outros em relação a isso, mas é industrial. Vejo pequenos produtores, designers no mercado, com seus ateliês, com suas oficinas, com suas produções mais reduzidas. Que também estão comercializando. E tem os artistas joalheiros, que infelizmente eu não vejo mercado para eles se mostrarem. Não vejo galerias que estejam abertas para receber esses joalheiros. Não vejo exposições aqui. Mas eu sei que tem uma minoria que tem outra proposta dentro do ramo todo da joia.

Livia, ao ser indagada sobre sua atuação no campo da joalheria, diz que se vê “como um pequeno atelier, uma pequena oficina, como designer de joias, porque tenho preocupações que fazem parte do design, da comercialização, da estética, da funcionalidade.” Mas em breve Livia vai abrir uma loja no Shopping da Gávea, local que se destaca na área da joalheria. Assim, ela diz que vai “deixar de ter a cara de atelier, pra ter um negócio mais industrial, mas sempre com a preocupação do design”. A distinção que Livia faz entre a joalheria de atelier para a joalheria industrial é a escala.

Eu acho que ainda é uma coisa muito artesanal. Eu faço uso de processos da indústria, da fundição, da prototipagem, da produção em serie. Não são peças únicas, não é uma coisa tão artística, tão artesanal, tem esse uso, mas não tem esse uso tão exacerbado, tão dominante. Ainda tenho peças que são feitas à mão, que não são utilizadas o processo de fundição, como o anel laço [...] ele eu não consigo fazer na fundição, não consigo fazer na prototipagem, eu não consigo fazer em nada. Não consigo fazer nenhuma parte dele em nenhum desses processos. É todo feito na bancada. Mas são poucas peças assim. Eu acho que é industrial quando você está fazendo uso das tecnologias para agilizar a produção, para tornar sua produção mais econômica, viabilizar ela em menos tempo. Essas são questões da indústria.

Portanto, a depender do nicho que a empresa escolhe atuar, é possível agilizar e otimizar boa parte da produção, no sentido de eliminar ao máximo as etapas artesanais de montagem das peças e os processos de acabamentos manuais, os quais passam da bancada do ourives para procedimentos automatizados da produção. A fabricação continua a ter uma predominância de materiais nobres, mas a joalheria industrial pode adotar combinações com outros materiais, como madeira, couro, esmaltes, aço e titânio, etc. Para essa categoria de joalheria, tanto o design, como o processo produtivo visam agilizar a produção. Nesse sentido, é importante destacar que ao se pensar em design e processo produtivo, está-se incluindo duas etapas de um mesmo processo.

4. A Arte na Joalheria

A arte é outro campo que exerce uma forte influência sobre a joalheria. Em algumas categorias nos deparamos com uma ação mais efetiva da arte. O modelo que domina a arte na atualidade aponta para

diretivas distintas do modelo de arte moderna, o qual se distingue por não privilegiar o conteúdo da obra e, tampouco, a artesanaria do trabalho artístico. Um dos aspectos bem marcantes desse novo modelo é a participação de todos os agentes – artista, curador, conservador de museus, galerista, consumidor – na construção do valor da obra (CAUQUELIN, 2005, p. 67 – 73). Esses agentes, em conjunto, colaboram na produção das obras do mundo da arte, através de várias instâncias, desde a seleção de um artista para exposição, passando pela crítica de um *expert*, publicação em revistas especializadas, até o consumo da obra, que a depender do consumidor pode fazer toda diferença.

Se pensarmos em termos locais, saber que o trabalho de um jovem artista foi adquirido por colecionadores, como, Gilberto Chateaubriand⁹ ou João Satamini¹⁰, já é um indicativo da qualidade do artista, pois esses colecionadores contribuem na construção do valor da obra ao lhe conferir uma espécie de certificado de qualidade. Da mesma forma, o fato do artista expor em uma galeria consagrada, ou ser selecionado por curadores como Paulo Herkenhoff¹¹, ou ainda, ser representado por certos marchands são aspectos que colaboram na produção da obra. Esses agentes, ao associar seus nomes aos dos artistas, chancelam o trabalho. Outra maneira de garantir o valor do trabalho é através da aquisição de uma obra por um artista consagrado. Assim, quando artistas como, Adriana Varejão ou Cildo Meireles compram um trabalho, significa que eles também reconhecem o valor da obra do artista neófito. De acordo com Cauquelin, “está subentendido que a escolha do artista pela galeria reconhecida como galeria-líder é indiscutível. Se a galeria em questão faz parte da rede, o produto que ela vai lançar só pode ser bom. Não é preciso ir até lá olhar de perto” (Idem, p. 68).

Outro pressuposto do campo da arte que vale ser ressaltado é a renúncia ao estilo, o qual se dissocia das questões de gosto, de belo e de único. Os objetos utilizados nas obras são comuns, fazem parte do consumo corriqueiro. Duchamp foi o primeiro a utilizar o que já existe, ele abriu mão da artesanaria, pois o seu interesse era mostrar como o lugar de exposição dá valor ao objeto (Idem, p.94). Outro balizador da arte contemporânea foi Andy Warhol, para Cauquelin, o mais marcante em sua obra foi refletir uma ação dupla no seu trabalho. Ele se situa no sistema mercantil, de um lado, e, do outro, expõe de maneira crítica o sistema mercantil (Idem, p. 107). Opõe “a repetição em série, saturação das imagens e o paradoxo de uma despersonalização hiperpersonalizada”. É a articulação que o artista opera entre a arte e sociedade e, mais

⁹ Gilberto Chateaubriand é um dos maiores colecionadores nacionais. Filho do empresário das comunicações, Assis Chateaubriand, optou por seguir a carreira diplomática e durante mais de 50 anos reuniu um acervo emblemático e representativo de vários momentos da arte brasileira. A sua coleção é tão grande que parte dela está em comodato no MAM-RJ. Disponível em <http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral.o-colecionador-de-arte-chateaubriand,20010518p8385> Acesso em 10/6/2014.

¹⁰ João Satamini é um importante e reconhecido colecionador de arte contemporânea brasileira. O Museu de Arte Contemporânea de Niterói abriga a sua coleção de arte. Disponível em <http://www.canalcontemporaneo.art.br/brasa/archives/001365.html> Acesso em 10/6/2014.

¹¹ Paulo Herkenhoff é diretor do MAR-Museu de Arte do Rio, inaugurado em março de 2013. Foi Diretor do Museu de Belas Artes do Rio de Janeiro e Curador-Chefe do MAM- Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro. Exerceu vários cargos de coordenação e direção de coleções e instituições de arte, e entre eles, foi curador do MoMA- Museu de Arte Moderna de Nova Iorque, curador da Fundação Eva Klabin Rapaport, consultor da Coleção Cisneros (Caracas) e da IX Documenta de Kassel, em 1991. Entre 1997 e 1999 assumiu a curadoria geral da XXIV Bienal de São Paulo quando orquestrou um panorama da arte contemporânea mundial pelo prisma da Antropofagia. Disponível em http://www.forumpermanente.org/convidados/p_herkenhoff Acesso em 10/6/2014.

especificamente, os negócios da arte, que o torna um exemplo da artista contemporâneo (Idem, p. 109 - 110). Segundo a autora, Warhol possuía total conhecimento do funcionamento do campo da arte e, por isso mesmo, sabia que para entrar na rede era preciso estar no lugar certo, esse lugar era a galeria de Leo Castelli. Esse galerista era uma espécie de líder galerista na década de 60, em Nova York.

Como a arte contemporânea mistura diversos elementos, os valores da arte moderna não deixam de estar presente na arte contemporânea. Para Cauquelin, encontramos “dispositivos complexos, instáveis, maleáveis, sempre em transformação” (Idem, p. 127). Ou seja, vemos distintas preocupações convivendo simultaneamente e até misturadas.

Estes pressupostos de autonormatividade das artes visuais, embora permitam uma série de misturas entre aspectos tradicionais e novos, bem como, e permitam desprezar os conteúdos formais ou, ao contrário, recuperar o ornamentalismo, criam barreiras para que atividades como as da joalheria, cerâmica, mobiliário ou moda, denominadas de artes aplicadas ou artes decorativas, sejam consideradas como uma atuação no campo da arte. Ao contrário da joalheria, o campo da arte possui mais autonomia, e é o terreno por excelência para a delimitação dos espaços (BOURDIEU, 2013, p. 168). Para Bourdieu, o campo da arte reivindica o controle exclusivo da forma, sendo o domínio que dita o que é de bom ou mau gosto. Os critérios que os especialistas adotam para classificar e distinguir as obras de arte são os instrumentos indispensáveis para corroborar a criação e consolidação do campo. Vale ressaltar, no entanto, que esses mesmos elementos, entendidos como definidores do campo da arte, são objetos de luta entre os membros do campo e entre os que estão em posições distintas, entre dominantes e os pretendentes a ocupar espaços no interior do campo. Não são elementos fixos. Resta, aos defensores da joia como um bem artístico, a luta com a *doxa* do campo da arte; quer dizer, a opção dos artistas joalheiros é combater a ideia dominante estabelecida por aqueles que se encontram na posição dominante, pois são eles os defensores do “arbitrário cultural” legítimo de cada momento.

Uma característica da arte joalheria foi procurar alternativas aos materiais preciosos e tradicionais da ornamentação. Vale lembrar que, para a categoria da joalheria vinculada à produção de bens de luxo, os elementos nobres que compõem a peça também a definem. Ou seja, para ser joia tinha que ser produzido com metais nobres e pedras preciosas, podendo ser aceito a mistura com materiais alternativos, sem nunca implicar na exclusão do material nobre. Neste sentido, trabalhos como o do artista joalheiro Otto Künzli, marcaram a categoria por suas estratégias heterodoxas, responsáveis por revolucionar o modo de fazer e conceber joias. Ele fez parte de um grupo que passou a questionar seu próprio campo de ação, pois esses produtores passaram a se sentir desconfortáveis frente às convenções do mundo da joalheria e suas tradicionais conotações de luxo e riqueza (BESTEN, 2011, p. 46). Embora os artistas joalheiros da geração de Otto Kunzli tivessem feito formação em ourivesaria, passaram a reagir diante dos preceitos do campo. Essa geração de joalheiros desafiou as noções de preciosidade e usabilidade, explorando criticamente a história e tradição da área para poder contestá-la.

Muitas experiências da arte joalheria foram constituídas da arte, como, as exposições realizadas em galerias de arte/joia, as performances, as montagens – à semelhança com as das artes visuais. Ou seja, procuram atuar no campo da arte. Mas o fato dos objetos terem função, servir para ser portado ao corpo, descartaria a possibilidade da joia ser arte. Uma pergunta que surge é quais seriam as motivações que levam essa categoria da joalheria ter interesse em fazer parte do campo da arte.

5. Conclusão

O objeto de arte, de acordo com Bourdieu, é a materialização de uma relação de distinção e ela está predisposta a manter essa relação nos mais variados contextos. Além de se engendrar, a cada momento, um “arbitrário cultural legítimo”, temos os reflexos sociais que esta posição acarreta. Assim, os detentores da cultura legítima lutam para manter o monopólio da concepção do objeto de um campo. Nesta perspectiva, pode-se identificar a luta travada por setores da joalheria para fazer parte das atividades artísticas nas várias dimensões do campo, desde as questões relacionadas à formação profissional – pois alguns cursos de joalheria estão associados aos departamentos de arte e outros à área do design – passando por disputas dos espaços expositivos, publicações, produção e atuação acadêmica, chegando até a comercialização e ao consumo.

Entretanto, alguns pensadores do campo da arte joalheria questionam os caminhos adotados pelas instâncias de consagração da categoria. Lisbeth den Besten, historiadora da arte e especialista em arte joalheria, escreveu, em Abril de 2014, um artigo, onde tece sua crítica ao modelo adotado na *Schmuckashau*. Trata-se de um evento que ocorre anualmente em Munique e é uma referência para a arte joalheria. Segundo den Beste, a *Schmuckashau* ao ter se tornado uma indicação de qualidade, gerou um estilo e tornou os produtos muito parecidos. O mundo todo estaria fazendo a mesma joalheria. Porém, a crítica mais seminal diz respeito à alienação do objeto a sua destinação como joalheria e, portanto, ao seu afastamento do corpo. O objeto ao se autoreferenciar se esquece do usuário e da usabilidade.

Reflexões semelhantes estão sendo elaboradas por outros membros da categoria, sobretudo por identificar a joalheria como um campo autônomo. Assim, durante um período, foi importante adotar e perseguir os preceitos que a arte promoveu, pois esse movimento permitiu a reinvenção da arte joalheria. No entanto, qual seria a contribuição da arte joalheria se o corpo for banido da sua atuação? Em que medida essa categoria poderia se distinguir da arte, ou possa fazer diferente do que a arte já não tenha explorado? Talvez o caminho da arte joalheria seja outro, que implique em uma expressão artística vinculada ao corpo e seu usuário. A relação entre objeto e sujeito, ao ser explorado criativamente, pode ser muito reveladora. Faz parte das discussões da cultura material e antropologia do consumo aspectos que revelam o modo como os objetos constituem os sujeitos e como esses objetos estabelecem relações entre os sujeitos. Buscar refletir sobre o que é próprio da joalheria, através de um modelo relacional, poderia ser maneira de se autonomizar como campo e se diferenciar da arte.

Referências Bibliográficas

BOMFIM, G. Sobre a Possibilidade de uma teoria do Design. In.: Anais P&D Design 94. Rio de Janeiro: AEND-BR, 1994, pág. IV-21.

BOURDIEU, Pierre. A distinção – crítica social do julgamento. 2. ed. rev. 1. reimpr. Porto Alegre: Zouk, 2013.

CAUQUELIN, Anne. Arte Contemporânea: uma introdução. São Paulo: Editora Martins, 2005.

DANTON, Arthur. Andy Warhol. São Paulo: Cosac Naify, 2012, 208 pp.

BESTEN, Liesbeth den. On Jewellery – a compendium of international contemporary art jewellery. Stuttgart: Arnoldsche Art Publishers, 2011.

_____. The Golden Standard of Schmuckshau” Overview Magazine.
<http://www.artjewelryforum.org/articles/the-golden-standard-ofschmuckshau>

WACQUANT, Loic. “Mapear o campo artístico”. Sociologia, problemas e práticas. Lisboa: número 48, 2005, pp. 115-121.

WALSH, Vivien. Design, Innovation and the boundaries of the firm. Manchester. ELSEVIER. Research Policy 25/509-529. 1996.