

---

**MATERIALIZANDO CONCEITOS: POR  
UMA BUSCA DA IDENTIDADE  
AMAZÔNICA NAS JOIAS PARAENSES**

Amanda Gatinho Teixeira

Graduada em Artes – UFPA, especialista em Design – IESAM e mestra em Antropologia – UFPA. E-mail: [agteixeira10@gmail.com](mailto:agteixeira10@gmail.com)

**MATERIALIZANDO CONCEITOS: POR UMA BUSCA DA IDENTIDADE AMAZÔNICA NAS JOIAS PARAENSES****MATERIALIZING CONCEPTS: SEARCH FOR AMAZON IDENTITY IN THE JEWELS PARAENSES**

Amanda Gatinho Teixeira

**RESUMO**

Neste artigo, abordo a joalheria paraense produzida, exposta e comercializada no Polo Joalheiro no município de Belém-PA, instalado no Espaço São José Liberto. Desde a sua criação, em 1998, o Programa Polo Joalheiro procurou apropriar-se da narrativa poética do imaginário amazônico operando como suporte material e estético sobre as(os) *designers* que criam joias baseadas em suas referências, sejam elas memórias imagéticas e/ou visuais, ao agregar significados e valores pertencentes à cultura local, traduzindo assim a *identidade regional* através de: conceitos, história, costumes, lendas, mitos e inserção de elementos culturais como fauna, flora, festividades folclóricas e religiosas. Para tal entendimento, abordo as questões da construção da *identidade* dos sujeitos pós-modernos, a fim de compreender as especificidades da chamada *identidade amazônica*.

**PALAVRAS-CHAVE:** Joias Paraenses. Polo Joalheiro. Identidade Amazônica..

**ABSTRACT**

In this search, I broach of paraense jewelry produced, exposed and commercialized at Polo Joalheiro in the city of Belém-PA, installed in Espaço São José Liberto. Since its creation in 1998, the Programa Polo Joalheiro has sought to appropriate the poetic narrative of the Amazonian imagination by operating as a material and aesthetic support on the designers who create jewels based on their references, whether they are imaginary memories and / or Visual, by adding meanings and values belonging to the local culture, translating the regional identity through: concepts, history, customs, legends, myths, insertion of cultural elements such as fauna, flora, folkloric and religious festivities. To that end, I approach the issues of identity construction of postmodern subjects in order to understand the specificities of called amazonian identity.

**KEY WORDS:** Paraenses Jewels. Polo Joalheiro. Amazonian Identity.

## A JOIA E A CULTURA MATERIAL

O ser humano, enquanto ser social, faz uso de diversos veículos de comunicação para a expressão de suas ideias. Neste sentido, podemos atribuir aos objetos materiais diversas funções como um meio de expressar simbolicamente nossas identidades individuais e coletivas.

[...] os objetos materiais [possuem] o poder não só de tornar visíveis e estabilizar determinadas categorias socio-culturais, demarcando fronteiras entre estas, como também o poder, não menos importante, de constituir sensivelmente formas específicas de subjetividade individual e coletiva. (GONÇALVES, 2007, p.8).

Dentro do extenso orbe de objetos produzidos pela humanidade ao longo da história, destacamos, por exemplo, as joias que recebem inúmeros significados, tais como: símbolos culturais; objetos de ostentação e de distinção entre as pessoas, além de possuir significativo valor artístico, entre outros.

A joia, como adorno, possui um vínculo com os desejos e intenções do seu usuário de construir novas linguagens através de símbolos e, com eles, significados eficientes na construção de identidades, ou ainda um elemento de inserção social a um determinado grupo. No período pré-histórico, nossos ancestrais exibiam, em seus corpos, conchas, plumas, sementes, pedras polidas, ossos e presas de animais, compondo colares e anéis, como verdadeiro troféu de caça, demonstrando assim, o *status* representado pela força física do caçador. Logo, estes adornos surgem com a carga valorativa de distinção para *o outro*, o que se pode caracterizar como uma necessidade de embelezamento.

Ao longo da história das mais diversas civilizações<sup>1</sup>, os seres humanos utilizavam alguma forma de adorno que possuía um vínculo com os desejos ou demonstrava poder espiritual, alegria, amor, luto, dentre outras intenções, a fim de construir novas linguagens por meio de símbolos e, com eles, significados eficientes na construção de identidades, ou ainda ser um elemento de inserção social a um determinado grupo: “[...] os objetos materiais são pensados como um sistema de comunicação, meios simbólicos através dos quais indivíduos, grupos e categorias sociais emitem (e recebem) informações sobre seu *status* e sua posição na sociedade” (GONÇALVES, 2007, p.20).

<sup>1</sup> Como o principal objetivo da pesquisa não é demonstrar a história das joias, considereirei pertinente apenas pontuar alguns momentos a fim de situar as(os) leitoras(es) para compreender tal importância e seu desdobramento na atualidade. Porém, se desejar consultar mais informações, ver: Gola 2008 e Pedrosa 2010.

É importante realçar que, neste breve percurso histórico, entre outros momentos, a joalheria<sup>2</sup>, além de ser considerada uma das mais antigas formas de arte, também foi responsável por refletir os valores de cada época, recebendo diversas contribuições de estilos, técnicas, dimensão estética e materiais diversos em sua composição.

## OS PRIMÓRDIOS DA JOIA PARAENSE

Na região amazônica, a literatura de viajantes e cronistas mostra que grupos indígenas da etnia Tapajó utilizavam os muiraquitãs<sup>3</sup> que consistem em adornos de produção artesanal em forma de batráquios com o objetivo de supostamente se protegerem de moléstias ou como um tesouro pessoal (GUIA DO MUSEU DE GEMAS – JOIAS E ARTESANATOS DO PARÁ, 2004, p.12) que, segundo Anna Cristina Meirelles<sup>4</sup>, foram as primeiras joias confeccionadas e utilizadas no Estado do Pará.

Alguns séculos depois, mais precisamente nas décadas de 1950 e 1960, sob este mesmo solo amazônico rico das mais diversas matérias-primas, também ocorreu um intenso processo de mineração, no município de Itaituba, localizado no sudoeste paraense, com a descoberta de metais e a consequente abertura de garimpos que o transformou na maior área de garimpagem do Brasil (NUNES; PINTO; SANTOS 2003 *apud* BALDI; CASTRO 2010, p.498).

Assim, a grande extração de ouro dos garimpos locais provocou um alto crescimento do setor joalheiro de Itaituba na década de 1980. Porém, este setor não possuía organização formal e as joias eram confeccionadas em pequenos ateliês ou em oficinas artesanais e

---

<sup>2</sup> A joalheria consiste na criação e feitura de objetos para servir de ornamento usando metais como ouro e prata, por exemplo, associados ou não a pedras preciosas (e até mesmo a imitação simulando seu brilho). Ao lado de joalheria, é comum surgir ourivesaria que é responsável a conceder valor artístico a metais considerados preciosos, segundo as culturas e as épocas, não importando se os objetos com eles confeccionados sejam joias, armas, baixelas ou objetos utilitários. Ambas as definições são importantes na história da cultura material, embora hoje estejam bastante misturadas (GOLA, 2008, p. 16).

<sup>3</sup> O vocábulo vem do tupi, mas há divergências sobre sua origem e seu objetivo. Os objetos já foram considerados vestígios de antigas culturas asiáticas, peças esculpidas pelas Amazonas, mulheres guerreiras, ou ainda distintivos usados por caciques ou chefes, como amuletos de boa sorte (GUIA DO MUSEU DE GEMAS – JOIAS E ARTESANATOS DO PARÁ, 2004, p.12).

<sup>4</sup> Entrevista com Anna Cristina Resque Meirelles, realizada em 26 de agosto de 2015, no Museu de Gemas do Pará, do qual é diretora. Anna possui doutorado em Geologia e Geoquímica pela UFPA com a tese “Muiraquitã e Contas do tapajó no Imaginário indígena: Uma análise Químico-Mineralógica dos Artefatos dos Povos Pré-Históricos da Amazônia”.

familiares que geralmente não recolhiam impostos, além de não possuir controle e estrutura de produção pois as joias costumeiramente eram cópias de catálogos e revistas internacionais.

Com a escassez dos minérios, a partir da década de 1990, a produção dos garimpos enfraqueceu e o setor mineral do Estado passou a ser dominado por grandes empresas e por processos mecânicos. Por meio de ações que tinham como objetivo reverter o cenário de baixa qualificação foi criada a Associação dos Joalheiros e Ourives de Itaituba (AJOI) que posteriormente originou a Cooperativa dos Joalheiros da Amazônia (COOPERJAM) que foi transferida de Itaituba para Belém.

### **O PROGRAMA POLO JOALHEIRO**

Diante deste contexto em 1998, o governo do Pará, então governado por Almir Gabriel, criou o Programa de Desenvolvimento do Setor de Gemas e Joias do Estado do Pará, denominado de Polo Joalheiro do Pará, tendo como principal objetivo agregar valor aos metais e gemas<sup>5</sup> por meio da verticalização da cadeia produtiva do mineral<sup>6</sup> que historicamente eram comercializados em estado bruto (SECTRAM 2002 *apud* BALDI; CASTRO, 2010, p. 499).

Com a finalidade de possibilitar o maior escoamento desta produção e funcionar como uma espécie de vitrine para o Programa recém-criado, no ano de 2002, surge o Espaço São José Liberto (ESJL) que abriga o Polo Joalheiro. O Espaço é mantido pelo Governo do Estado, por meio da Secretaria de Indústria, Comércio e Mineração (Seicom) e gerenciado pela organização social Instituto de Gemas e Joias da Amazônia (Igama).

O prédio que abriga o Espaço São José Liberto é originário do século XVIII, ocasião em que era denominado Convento São José. Posteriormente, funcionou como depósito de pólvora, quartel, olaria e hospital, mas certamente o que povoa a memória de grande parte dos paraenses é o espaço como presídio, seguido de rebeliões.

Em uma tentativa de conceder uma nova e inspiradora importância ao lugar, que por anos foi sinônimo de dor e sofrimento, o espaço ganhou novos ares, além de ganhar outro

<sup>5</sup>Nome genérico das pedras preciosas. Utilizadas na elaboração de joias e objetos de adorno durante todas as épocas devido a sua dureza, brilho e rareza (GIL, 2006, p. 81).

<sup>6</sup>De acordo com o relato oral de FONSECA (2016) na palestra realizada no dia 30 de abril de 2016 intitulada de “Joalheria Paraense: a memória a partir da construção do design a chamada verticalização da cadeia produtiva consiste em concentrar todas as fases do processo produtivo em um único lugar.

nome em sua composição, tornando-se Espaço São José Liberto, fazendo uma clara alusão à liberdade. Como principal diferencial dos produtos produzidos e comercializados no espaço, com destaque para as joias, o Programa procurou apropriar-se da narrativa poética do imaginário amazônico para criar coleções com referências locais, sem perder o caráter universal, o que fica evidenciado desde a 1ª Coleção de Joias do Pará (Fig. 01).



Figura 1 - 1º Coleção Joias do Pará

Fonte: Seteps, 2002, Primeira Coleção de Joias do Pará – Amazônia – Brasil  
Arquivo de Pesquisa – Agosto de 2016.

Assim, neste contexto, a joia paraense já nasce no cenário contemporâneo procurando combinar tendências tradicionais e vanguardistas em sua materialização. É importante salientar que as joias contemporâneas permitem o processo de experimentação não apenas de formas mais inusitadas mas, sobretudo, pelo trabalho com outros tipos de materiais não convencionais, os chamados materiais alternativos. Então, não é de se estranhar que estas joias mesclam em sua composição metais nobres aliados ao plástico, tecido, couro, madeira, fibras naturais, sementes, entre outros múltiplos materiais que a imaginação das(os) *designers*<sup>7</sup> permitir.

## A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE CULTURAL NAS JOIAS PARAENSES

<sup>7</sup> O termo *design* de joias pode ser considerado como “concepção de produtos industriais que engloba as diversas categorias, classes, tipos e modelos de peças de joalheria, incluindo a criação de folheados e bijuterias” (GOMES FILHO, 2006, p. 19). Portanto, *designer* configura o(a) profissional que desempenha tal atividade.

Desde o início do Programa Polo Joalheiro, o desenvolvimento das ações se dá em três grandes vertentes: a capacitação e a inovação tecnológica, promoção e comercialização e o funcionamento do território do ESJL. Para a diretora do ESJL, Rosa Helena Neves<sup>8</sup>, a ideia da complementaridade entre arquitetura, o *design*, a história, o patrimônio histórico, a cultura, o turismo e a economia criativa são os fatores que contribuem no fortalecimento das joias com as características do Programa. Tal como fica evidenciado em Nunes (2013, p.43) ao expor que:

Do total de peças produzidas por cada joalheiro ou produtor, 70% deve ser com inspiração amazônica e mão-de-obra local. Isso compreende fauna, flora, lendas, costumes, manifestações culturais, tudo que pertence à região, toda sua biodiversidade e, os 30% restante, podem ser a partir de temática universal (utilização de referenciais de criação inspirados em todo o mundo), porém também com mão-de-obra local. A definição de percentuais cria no produtor uma prática de incentivo e valorização da sua própria identidade fortalecendo, com isso, as diretrizes estabelecidas no início do Programa.

Dessa forma, o imaginário amazônico opera como suporte material, poético e estético sobre as(os) *designers-artistas* que criam joias baseadas em suas referências, sejam elas memórias imagéticas e/ou visuais, ao agregar significados e valores pertencentes à cultura local, traduzindo assim a *identidade regional* através de: conceitos, história, costumes, lendas, mitos, inserção de elementos culturais como fauna, flora, festividades folclóricas e religiosas.

Assim, a representação da santa e o seu manto, o desenho de flores e folhas encontradas na região, o grafismo indígena, os desenhos rupestres, a fruta proveniente das mangueiras – uma das árvores mais comuns encontradas nas ruas de Belém, a iconografia da lenda da cobra grande, os pássaros, os ícones do Círio de Nazaré representado pelos ex-votos, a menção ao remo - lapidado com a iconografia marajoara - usado pelos ribeirinhos e o muiraquitã estilizado (Fig.2) são alguns dos exemplos encontrados nestas joias, ainda que estas peças refletem a fragmentação e a hibridação tão presentes na construção de identidades na contemporaneidade.

---

<sup>8</sup>Entrevista realizada em 22 de setembro de 2015. Possui graduação em Pedagogia e mestrado em Políticas Públicas pela Universidade Federal do Pará. Atualmente é diretora do Instituto de Gemas e Joias da Amazônia e do Espaço São José Liberto.



Figura 21 - Joias produzidas no Programa Polo Joalheiro  
Fonte: Igama, 2004 a 2011, Catálogos Institucionais do Programa.  
Arquivo de Pesquisa – Agosto de 2016.

Dessa forma, observo que o discurso oficial do Polo Joalheiro é constituído sob a imagem de uma Amazônia idealizada, no qual a perene e exclusiva herança regional e indígena geralmente se mostra materializada por meio de sua estética, o que fica evidenciado no pensamento de Paes Loureiro (2004, p. 3)<sup>9</sup>.

O que caracteriza a cultura amazônica é a dominante poética do seu imaginário. É natural, portanto, que essa poética se torne pregnante no *design* de joias do Pará. Uma produção criativa de objetos cuja originalidade decorre dessa atmosfera eco-mítico-lendária, que alimenta culturalmente os seus artesãos profissionais, tribalizados na aldeia pós-moderna do projeto do Pólo Joalheiro. Representando o contemporâneo revalorizador da tradição, essas joias tem depurado no seu *design* a universalidade que lhes é estratégia fundamental, a partir de especificidades paraense-amazônicas que lhes são essenciais.

Discurso que é reiterado pela diretora Rosa Helena Neves: “as pessoas que estão aqui não fazem a joia pela joia, pois elas acreditam que podem preservar e dinamizar a cultura da região. Nossas peças apresentam uma valorização da tradição do imaginário local e também uma contemporaneidade”.

<sup>9</sup>Texto de apresentação do catálogo Pará Expojoia 2004.



Em sua narrativa ela também afirma que além destas características, as(os) *designers* possuem total liberdade para criar: “o que eles criam a gente promove. O Programa não impõe para o *designer* o que ele tem que fazer, as pessoas estão livres”. No entanto, a identidade é sempre resultante da identificação imposta pelos outros e ainda da que o grupo ou o indivíduo afirma por si mesmo (CUCHE, 1999, p. 197).

Adicionalmente a estas falas, observo claramente o discurso de *identidade* sendo empregado constantemente nas narrativas individuais das *designers-artistas* que são integrantes do Programa, ao reportarem este termo para explicarem suas produções, como é evidenciado a seguir: “Acho que a questão da **identidade** amazônica está incutida no meu repertório de memória” Rosângela Gouvea<sup>10</sup>; “[...] o lugar que nasci reflete muito na minha produção, na minha **identidade**” Selma Montenegro<sup>11</sup>; “[...] recebo muita influência de Belém em sua dupla **identidade** cidade/natureza” Barbara Müller<sup>12</sup>; “O mote do meu trabalho é **identidade** Amazônica e todas as experiências do cotidiano são minhas fontes de criação” Lídia Abrahim<sup>13</sup>; “[...] acredito que eu utilizo os repertórios de **identidade** da cidade [de Belém], como a cultura, a dança e tudo o que se refere a região, porque sou induzida, por meio dos *workshops*, a criar desse jeito” Clarisse Fonseca<sup>14</sup>.

É válido ressaltar que o termo se tornou muito evidente no pensamento contemporâneo das Ciências Sociais como pauta necessária à compreensão de determinadas temáticas do final do século XX (ROSA, 2007, p. 2). Neste contexto, diversos autores pensam sobre a temática das identidades e seus desdobramentos para o sujeito pós-moderno.

Para Denys Cuche (1999, p. 177), o conceito de identidade cultural no domínio das ciências sociais se caracteriza por sua polissemia e fluidez. Este conceito remete à questão da

<sup>10</sup>Foi a primeira paraense a se tornar especialista em *Design* de Joias, é graduada em Artes pela Universidade Federal do Pará e mestra em Gestão de Recursos Naturais e Desenvolvimento pela mesma instituição. Atua como consultora do Programa Polo Joalheiro, além de ser professora universitária nas áreas de *design* e moda.

<sup>11</sup>Nascida em Afuá, no arquipélago do Marajó, realizou diversos cursos na área artística quando ainda morava em Macapá. Entrou na graduação em Artes, porém não finalizou o curso. Formou-se em *Design* de Joias pelo então Centro Federal de Educação Tecnológica do Pará e é proprietária da loja Montenegro's situada no Polo Joalheiro.

<sup>12</sup> Natural de Ji-Paraná Rondônia (RO). Aos cinco anos de idade, ela e sua família mudaram-se para Belém e é graduada em *Design* pela Universidade do Estado do Pará, já expôs suas produções de joias em eventos internacionais.

<sup>13</sup>Nascida em Belém, possui graduação *Design* pela Universidade do Estado do Pará e possui marca independente e joias *Yemara Atêlie*.

<sup>14</sup>Natural de Manaus (AM). Aos sete anos de idade, ela e seus pais mudaram-se para Belém. Possui graduação em *Design* pela Universidade do Estado do Pará e é mestra em Artes pela Universidade Federal do Pará, além de atuar como consultora do Programa Polo Joalheiro.

identidade social de um indivíduo que é caracterizada pelo conjunto de suas vinculações em um sistema social além de ser localizado socialmente.

O autor aponta ainda que todo o grupo é dotado de uma identidade que corresponde à sua definição social, dessa forma a identidade social ao mesmo tempo que é inclusiva, ao identificar membros do grupo que são idênticos sob um determinado ponto de vista, também é excludente, ao distinguir um grupo dos outros grupos (1999, p. 177). Neste sentido, o Programa Polo Joalheiro procura enfatizar em seus participantes o sentimento de vinculação e pertencimento à região amazônica para desta forma trabalhar uma espécie de identidade coletiva para ser projetada no produto joia e conseqüentemente serem comercializadas.

Quando um grupo trabalha intensamente em conjunto, há uma tendência de se criar esquemas coerentes de narração e de interpretação dos fatos, verdadeiros “universos de discurso”, “universos de significados”, que dão ao material de base uma forma histórica própria, uma versão consagrada dos acontecimentos. O ponto de vista do grupo constrói e procura fixar a sua imagem para a história (BOSI, 1999, p. 66).

O sentimento de vinculação e pertencimento à região amazônica é trabalhado nos *workshops* de criação a partir do que é chamado de “imersão” pelo Programa que consiste basicamente em visitas técnicas aos espaços comumente históricos e os arredores da capital paraense para, assim, “despertar a inspiração” das(os) *designers-artistas* que consiste em uma metodologia muito empregada no *design*.

De acordo com Castro (2011, p. 195-196), para chegar a uma determinada síntese [neste caso, ao objeto joia], o indivíduo [as *designers-artistas*] exploram uma série de prospecções mentais passando por fases de imaginação prospectiva e por fases de reprises retrospectivas dessas imaginações [aqui, cito as lembranças pessoais de todas as ordens], de modo que o resultado dessa tarefa resulte num “ato sintético de ordem superior” [a materialização da joia].

Ainda sobre “identidade”, para Stuart Hall o conceito é extremamente complexo e muito pouco compreendido na ciência social contemporânea. Assim, a concepção de identidade para o sujeito pós-moderno está se tornando fragmentada, não sendo mais composta de uma identidade unificada e estável, mas de diversas identidades, tornando-se uma “celebração móvel” (HALL, 2001p. 12).

Neste contexto, a identidade é algo formado, ao longo do tempo, por meio de processos inconscientes, e não algo inato, permanecendo sempre incompleta, estando sempre “em processo” e “sendo formada”. Hall também faz um apontamento sobre este termo “[...]”

em vez de falar da identidade como uma coisa acabada, deveríamos falar de *identificação*, e vê-la como um processo em andamento” (Op.cit., 39).

Outra importante contribuição para a discussão das identidades culturais, agora no contexto dos estudos culturais latino-americanos é o pensamento de Jesús Martín-Barbero que entende a identidade como uma representação da diferença que está ligada ao mercado. “A identidade local é assim levada a se transformar em uma representação da diferença que se possa fazê-la comercializável, ou seja, submetida ao turbilhão das colagens e hibridações que impõe o mercado” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 268). Assim, o autor considera um caráter de hibridação e colagem para as identidades evocando a vivência aberta das identidades culturais.

Ao observarmos as criações destas *designers-artistas* e de outras(os) integrantes do Programa Polo Joalheiro, fica evidenciado a estética local regional em seus repertórios compositivos que pode ou não ser ressignificada. Porém, é válido assinalar que as joias que circulam no Espaço São José Liberto também sofrem processos de contaminação/hibridização por outras zonas de contato a partir da relação dinâmica do povo paraense com outros grupos étnicos que passaram a habitar esta região, sejam elas a joalheria européia clássica (aqui representada principalmente pelas joias comercializadas na loja *Belém da Saudade*), as joias que remontam as religiões de matriz africana (comercializadas na loja *Una*), as joias com grafismos étnicos (comercializadas pelo colombiano Argemiro Muñoz em sua loja *Joiartmiro*), entre outros exemplares.

No tocante a aceitação e reconhecimento das joias paraenses pelo público local, a *designer-artista* Clarisse Fonseca narra<sup>15</sup> que aos poucos os paraenses estão começando a utilizar as joias com a identidade local. Segundo ela este processo se deu por meio de uma *transformação cultural de rua*, sobretudo pelo “estouro da produção audiovisual lá fora, tendo como representante a cantora paraense Gaby Amarantos”. Ela também ressalta outras atividades culturais ocorrendo nas ruas de Belém, como feiras, exposições e atividades gastronômicas, fatores, que segundo Clarisse, “fizeram o paraense começar a olhar mais para tudo isso e se sentir pertencente ao que é originalmente seu”.

Outro ponto relevante é o apelo que o Espaço São José Liberto possui para o turismo da região, desde a visitação do turista ao prédio até a aquisição de um produto seja uma joia ou um artesanato. Creio que este seja o motivo principal de produzir e comercializar produtos

<sup>15</sup>Entrevista realizada no dia 30 de abril de 2016, no mezanino do Espaço São José Liberto.

com características que visem à universalidade que se dá por meio das colagens e hibridações que o mercado solicita.

A diretora do ESJL Rosa Helena Neves afirma que considera genial “como convencemos por meio do *design* que uma pessoa adquira um objeto que fala de um território que não é o dela”. Ainda sobre os turistas nacionais e internacionais ela destaca que o público carioca é o que mais compra as joias paraenses “é como se eles enxergassem uma extensão da cultura deles aqui no Polo Joalheiro e, por isso, ela é muito bem aceita”. Sobre esta relação, conforme Deleuze e Guattari (1997, p. 69) a joalheria possui caráter de arte nômade por excelência, o que evidencia a joia enquanto objeto e sua capacidade de produzir *afectos* (descarga rápida da emoção), gerar desterritorialização e subjetividades.

Para Maurice Halbwachs (2003, p. 38), a memória social é construída e reproduzida coletivamente ao longo do tempo e é considerada dinâmica, mutável e seletiva. Já a memória individual é construída a partir do interior de um grupo. A identidade é um reflexo que um grupo realiza ao longo do tempo, no processo de construção da memória, logo a memória coletiva é fundamental para a construção da identidade, reforçando o sentimento de pertencimento, o que concede a coesão do grupo.

Neste sentido, o Polo Joalheiro por meio de suas oficinas e *workshops* é responsável por reproduzir o repertório da cultura paraense que foi construída ao longo dos anos. E mesmo que as *designers-artistas* possuam memórias individuais, estas são geralmente afloradas durante os cursos promovidos pelo Programa a fim de contribuir no processo da construção de suas respectivas identidades que são materializadas em signos identitários no objeto joia. Assim, “o reconhecimento que a tradição outorga é uma forma parcial de identificação. Ao reencenar o passado, este introduz outras temporalidades culturais incomensuráveis na invenção da tradição” (BHABHA, 1998, p. 21).

Outro ponto significativo presente nas produções destas cinco *designers-artistas* são as diversas representações simbólicas<sup>16</sup> de Nossa Senhora de Nazaré. Desde as mais figurativas às mais abstratas, a presença da imagem da santa sempre surge nos desenhos destas mulheres, seja por uma convenção social – todas serem amazônidas, não necessariamente católicas – ou

<sup>16</sup>Símbolo é o signo que representa seu objeto independente de sua semelhança (ícone) ou das suas relações causais (índice), e sim por referências abstratas em virtude da associação de idéias produzidas por convenção ou pacto coletivo (Morales 2009:1). Disponível em: <http://www.virginiamorales.com>

ainda por serem induzidas a criarem joias com esta temática, tendo como principal suporte o *workshop* anual do evento “Joias de Nazaré”<sup>17</sup>.

O que fica evidenciado no pensamento de Rodrigues (2012 p. 3) ao afirmar que a sociedade e/ou grupo constrói e reproduz a sua identidade através do apego ao seu passado, mitológico, histórico e, principalmente, simbólico-religioso.

[...] o fator religião desempenha um papel muito importante no processo de construção identitária; o sistema religioso, na lógica funcionalista (Durkheim 1912), é um dos principais meios de construção de solidariedades e de representações identitárias. [...] toda a religião, todo o universo simbólico-religioso, implica uma mobilização específica da memória coletiva e de sua transmissão e reprodução social.

Dessa forma, a religião e seus desdobramentos formam um sistema de fortes referências que as atrizes/os atores sociais recorrem a fim de refletir sobre o universo onde estão submersas(os).

Outra temática que costumeiramente está presente nas coleções das joias do Programa Polo Joalheiro é a representação do açai<sup>18</sup>, fruta muito apreciada pelo povo amazônido (Fig.3), presente desde a 1ª Coleção desenvolvida no ESJL.



<sup>17</sup> Exposição realizada anualmente no Polo Joalheiro que possui como principal objetivo materializar nas joias diversos significados referentes ao Círio de Nazaré, que consiste em uma procissão católica que ocorre no segundo domingo do mês de outubro além de ser considerada uma das maiores celebrações religiosas do mundo.

<sup>18</sup> *Euterpe oleraceae* Martius é uma palmeira que alcança em torno de 15 a 20m de altura e 12 a 18cm de diâmetro. É uma planta que prefere os terrenos alagados e áreas úmidas, por isso sua ocorrência é mais frequente às margens dos rios. É encontrada principalmente na região Norte do Brasil, nos Estados do Pará, Amazonas, Maranhão e Amapá, e estende-se para as Guianas e Venezuela. Dela são extraídos o palmito e o fruto para o consumo alimentar. Seu fruto é popularmente conhecido como açai, é arredondado e pesa cerca de dois gramas. Somente 17% dele são comestíveis (polpa com casca), sendo necessários cerca de 2kg de frutos para produzir um litro de suco. O restante representa o caroço, contendo a semente oleaginosa. A cor do fruto maduro é púrpura a quase preta.

Disponível em: [http://sban.cloudpanel.com.br/files/revistas\\_publicacoes/334.pdf](http://sban.cloudpanel.com.br/files/revistas_publicacoes/334.pdf)

Figura 3 - Representação do açaí nas joias do Programa Polo Joalheiro  
Fonte: Igama, 2004 a 2012, Catálogos Institucionais do Programa.  
Arquivo de Pesquisa – Agosto de 2016.

Tal representação é trabalhada tanto na forma mimética/figurativa, como o conjunto de brincos e colar que ilustra o cacho de açaí como é encontrado nas palmeiras; quanto conceitualmente, como o colar que pesa mais de meio kilo, que simula os caroços do fruto, em grandes bolas e círculos vazados ou não, os quais foram confeccionados em ouro, madeira, caroço de tucumã e fibra de arumã, desenhado por Selma Montenegro.

No que concerne à identidade amazônica, Fabio Castro (2011, p. 12) a observa como um processo de invenção do e no presente, portanto ela não se faz herdeira de um passado e nem se configura na recuperação de uma essência, que é extremamente difundida, assim como a Amazônia seja considerada um espaço híbrido e múltiplo, e não somente uma região.

Nesse sentido, ela é a procura por uma forma, a indagação sobre uma origem, sobre uma casa, sobre um pertencimento que, fundamentalmente, não coincide com o espaço amazônico, especificamente, e nem com qualquer outro espaço geográfico-histórico, mas sim com a forma superior de uma identidade inexistente, ainda que projetada e em constante reelaboração (Idem, p. 89-90).

Assim, a moderna tradição amazônica assinala um desejo expresso sob a forma de alegorias e conceitos. Além de ser construída como uma partilha de conhecimentos estéticos, sejam eles as experiências narrativas desenvolvidas por uma/um artista podem ser assimiladas pelo grupo, gerando cânones, os quais são regras de estilo ou de pensamento, valores estéticos que aparecem ao grupo como universais e que tendem a ser assimilados como propriedade coletiva. Dinâmica que, segundo Castro (2011, p. 195-196) parece estar presente nas artes de Belém que considero o *design* de joias como parte integrante deste meio, sendo assim “setores nos quais viceja uma troca intensa de vivências, conceitos, técnicas e durações”.

Quanto ao processo de criação destas joias, portanto nos desenhos, sigo referenciando Castro (Ibidem, p. 2008) ao reportar a figuração da Amazônia ao reproduzir o modelo de “identidade”, em que as artistas intuem evidências da intersubjetividade da qual participam, tratando-se de um processo muito pessoal, que se dá de modo extremamente diferenciado, o qual parece obedecer a condições bastante subjetivas da produção de cada uma. Portanto, o modo como se tipifica a “identidade” amazônica depende da vivência pessoal de cada artista, que segundo o autor (Ibidem, p.212) há entre todas as formas de intuição e de evidenciação sugeridas, um ponto vetorial [Programa Polo Joalheiro] que acaba constituindo a própria motivação de todo o

processo, gerando assim, uma dinâmica de intencionalidade. Por conseguinte, “a ‘identidade’ amazônica é, portanto, uma vivência intencional”.

Considero importante abordar o processo de “afetação” das *designers-artistas* sobre o cenário regional local para elucidar esta percepção. Início a partir observações de Peirano (2008, p.3) a qual narra no artigo “Etnografia ou teoria vivida” sua surpresa ao notar que em um congresso a etnografia estava na moda em diversos segmentos acadêmicos, tornando-se acessível a qualquer pesquisador, não sendo mais um método apenas dos antropólogos, “todos podem ‘fazer etnografia’, e a todos é desejável uma ‘perspectiva etnográfica’”. Assim, para Peirano a etnografia não é somente uma prática de pesquisa, mas sim a “própria teoria vivida [...]”. No fazer etnográfico, a teoria está, assim, de maneira óbvia, em ação, emaranhada nas evidências empíricas e nos nossos dados”. Ou seja, a teoria e a prática são inseparáveis.

O campo torna-se espaço para “desestabilizar nosso pensamento” (GOLDMAN, 2008, p. 7), caracterizando o antropólogo em “ser afetado” (2005, p.155), ideia difundida por Jeanne Favret-Saada. Ainda sobre a afirmativa de Peirano em que *todos podem fazer etnografia*, em minhas diversas idas a campo, procurei analisar as diversas facetas destas *designers-artistas*; não que elas sejam antropólogas, até porque para isso se faz necessário possuir uma formação teórica em Antropologia, mas ouse-me a tomar a expressão “ser afetado” para explicar a profundidade e a importância do *campo*, neste caso a *Amazônia* em toda a sua multiplicidade, para estas *designers-artistas* que, antes de conceberem suas produções, realizam pesquisas prévias do tema da joia a ser concebida. Dessa forma, o *campo* impacta diretamente nas *vidas e obras* destas mulheres que permitem esta *afetação*.

Partindo do conceito de Roy Wagner (2010, p. 76) que todo o ser humano é um “antropólogo”, ou seja, um inventor de cultura, segue-se que todos os indivíduos necessitam de um conjunto de convenções compartilhadas de certa forma similar à “Cultura” coletiva a fim de comunicar e compreender suas respectivas experiências. Assim, como ficou evidenciado na fala das cinco *designers-artistas*, o grande mote do saber-fazer delas costumeiramente é a temática da região amazônica. Sobre estas convenções, acredito que a Amazônia atua como uma espécie de *alimento* em que estas mulheres se reportam a este cenário para se *alimentarem* de tudo o que está presente nele, incluindo seus laços de memórias e pertencimentos, consistindo em suas respectivas autobiografias e autoidentificações para, então, conceberem joias com características locais e *devolverem* à natureza para a livre circulação.

Neste ponto, aqui representada pela circulação das joias com símbolos figurativos ou não, na sociedade paraense, bem como consumidores de outras localidades, consistindo assim, em um processo constante de *retroalimentação*.

O repertório criativo destas *designers-artistas* versa sobre os mais variados saberes, do regional amazônico ao tradicional universal, que são elaborados pelo uso de elementos simbólicos, materializados em suas respectivas produções. Sobre tais elementos, Wagner (Idem, p. 77-78) aponta que estes só apresentam significados mediante suas *associações*, que eles adquirem ao ser associados ou opostos uns aos outros em contextos – o que ajuda a justificar a constante preocupação com a universalidade das joias – assim, o significado é uma função das maneiras pelas quais são criadas e experienciadas em contextos.

Ainda para o autor, um contexto consiste em uma parte da experiência e também a algo que nossa experiência constrói, além de ser um ambiente no interior do qual elementos simbólicos se relacionam entre si. Neste sentido, a comunicação só é possível na medida em que as partes envolvidas, aqui representada pelas *designers-artistas*, compartilham e compreendem os contextos e suas articulações. Para Wagner, “os símbolos se autoabstraem do simbolizado” (Ibidem, p. 84), haja vista que usamos símbolos para nos comunicar; esses símbolos incluem associações mais ou menos convencionais; o que se torna figuramente representado nas joias. Ainda para este autor, “todas as experiências, pessoas, objetos e lugares singulares da vida cotidiana correspondem, nos traços que as tornam distintas, a esse modo de simbolização - como "símbolos", elas representam a si mesmas” (Ibidem, p. 85).

Sob esta ótica, a concepção das joias paraenses vai além do caráter ornamental, comum a todos os adornos, mas também pode ser configurada em algumas peças, como *mimese* dos elementos presentes na natureza, estejam eles presentes no mundo *real* ou *imagético*. Ao longo da existência do Programa Polo Joalheiro, observo o notório desenvolvimento das joias paraenses, sobretudo no *design* e no acabamento das peças. Nos primeiros anos, a maioria das joias possuíam um desenho mais figurativo, assemelhando-se às representações das formas reais que eram vistas na natureza. Com o passar dos anos, analiso que as joias recebem desenhos mais estilizados e complexos em suas formas compositivas. Mas mesmo diante deste cenário, também é importante ressaltar que existem peças que continuam com seus desenhos clássicos, como os famosos muiiraquitãs. Sobre esta perspectiva Bhabha (1998, p. 27) afirma que:



O trabalho fronteiriço da cultura exige um encontro com "o novo" que não seja parte do continuum de passado e presente. Ele cria uma idéia do novo como ato insurgente de tradução cultural. Essa arte não apenas retoma o passado como causa social ou precedente estético; ela renova o passado, refigurando-o como um "entrelugar" contingente, que inova e interrompe a atuação do presente. O "passado-presente" torna-se parte da necessidade, e não da nostalgia, de viver.

Para Nunes (2013, p. 34-35), o processo produtivo das joias paraenses do Programa Polo Joalheiro também recebe influências da transmissão oral, primeiramente dos saberes que compõem a própria região, seguidos dos saberes técnicos necessários à fabricação das joias e pela apropriação dos sentidos na perspectiva de ver e perceber a região como realidade inspiradora na construção estética das joias. Neste sentido, as joias traduzidas por estas *designers-artistas* confluem em um processo de idealização (da própria realidade ou de uma "realidade" mítica), representação e conseqüente objetificação das joias com características regionais locais. Sobre os objetos materiais, Gonçalves (2007, p.8) aponta que estes possuem:

[...] o poder não só de tornar visíveis e estabilizar determinadas categorias socio-culturais, demarcando fronteiras entre estas, como também o poder, não menos importante, de constituir sensivelmente formas específicas de subjetividade individual e coletiva.

Por meio da construção de símbolos materializados nas joias paraenses, estas representam uma das diversas estratégias do processo identitário da construção e conseqüente valoração das raízes locais, as quais são pautadas na constituição da territorialidade paraense, semiografando nosso território cultural.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO SÃO JOSÉ LIBERTO. **Guia do Museu de Gemas e Joias e Artesanato do Pará**. Belém: ASJL, 2004.

BALDI, Mariana; CASTRO, Renato Brito de. A inovação no Pólo Joalheiro de Belém: uma análise a partir do mecanismo de imersão estrutural. *Cadernos EBAPE* 3(8), Rio de Janeiro, Set., 2010, p. 492-513.

BHABHA, Homi. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998

BOSI, Ecléa. **Memória e Sociedade: lembranças de velhos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

CASTRO, Fabio Fonseca de. **Entre o mito e a fronteira**. Belém: Labor Editorial, 2011.

CUCHE, Denis. **A noção de cultura nas ciências sociais**. São Paulo: EDUSC, 2002.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**, vol. 5. São Paulo: Ed.34, 1997.

FAVRET-SAADA, Jeanne. “Ser afetado”. Trad. Paula Siqueira. *Cadernos de campo* 13(1), São Paulo, Jun., 2005, p. 155-161.

GOLDMAN, Marcio. Os tambores do antropólogo: antropologia pós-social e etnografia. *Ponto Urbe - NAU/USP* 1(3), São Paulo, Ago., 2008, p.1-11.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. **Antropologia dos objetos: coleções, museus e patrimônios**. Rio de Janeiro: IPHAN – Coleção Museu, memória e cidadania, 2007.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 5.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas de comunicação na cultura**. São Paulo: Loyola, 2004.

NUNES, José Tadeu de Brito. **Elementos da biodiversidade Amazônica no pensar-fazer de joalheiros de Belém: a vivência como educação**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade do Estado do Pará, Belém 2013, p. 34-35.

PAES LOUREIRO, João de Jesus. As jóias reais do imaginário, in **Catálogo de jóias do Pará – Coleção Agosto 2004**. Belém: Associação São José Liberto. 2004

PEIRANO, Mariza. Etnografia, ou a teoria vivida. *Ponto Urbe - NAU/USP* 1(2), São Paulo, Ago., 2008, p. 1-9.

RODRIGUES, Donizete. Patrimônio cultural, Memória social e Identidade: uma abordagem antropológica. **UBImuseum - Revista Online do Museu de Lanifícios da Universidade da Beira interior** 01(01), Portugal, Fev., 2012, p. 01-08.

ROSA, Guilherme Carvalho da. A discussão do conceito de identidade nos estudos culturais, in **Anais do 11º Colóquio Internacional sobre a Escola Latino Americana de Comunicação**, Pelotas/RS, Jun. 2007. pp. 1-16.

WAGNER, Roy. **A invenção da cultura**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

\*\*\*

Artigo recebido em outubro de 2017. Aprovado em dezembro de 2017