

A JÓIA: DA TACTILIDADE À VISUALIDADE

José Carlos Saraiva Praça Garcês Marques

Dissertação de Mestrado apresentada à Escola Superior de Arte e Design
para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de
Mestre em Design de Produto e Interfaces, sob orientação da
Professora Doutora Rosa Alice Branco
ESAD_Matosinhos_2012

No percurso da jóia inscreve-se o percurso do homem.

No decorrer do processo civilizacional, que tornou o recolector em cibernético, muitas foram as transformações que ocorreram. Quase tudo mudou. Ambiente, espécies e modos de vida. A genética, contudo, conserva marcadores ancestrais que se mantêm inalterados. Existirão, para além destes, outras provas vivas desse tempo, ainda que não visíveis nem quantificáveis?

Para o homem primitivo a jóia desempenharia um papel;
E para o contemporâneo, desempenhará outro?
Que marcas conserva a jóia da sua origem?
Que marcas do nómada subsistem na ligação do homem a ela?

A jóia serve de pretexto à reflexão de aspectos da cultura material e do comportamento social humano.

Da apreensão tátil do mundo à hipervisualidade, constrói-se uma metáfora que fala através da jóia: acerca do homem, da sua relação com o mundo e da sua relação com as coisas.

Palavras-chave: *Jóia, corpo, matéria, toque, (in)visualidade, mito, realidade, sinestesia, cibercultura, contemporaneidade.*

Abstract

In the path of jewellery is written the history of men.

During the evolutionary process that transformed collectors in cybers, many transformations had occurred. The environment, species and lifestyles have change considerably, however, they retained some ancestor genetic markers that remain unchanged.

Is there other still alive, although not visible or quantifiable?

To primitive men jewellery played a role;

does it play the same to contemporary one?

What remains in the jewel from the ancient times?

What remains from the connection between the nomadic man and the jewel?

Jewellery serves as a pretext to reflect aspects of material culture and human social behavior.

From tactile apprehension to hipervisuality will be written a metaphor that speaks through jewellery about men, is connection to the world and with things around him.

Keywords: *Jewel, body, material, touch, (in)visuality, mith, reality, synesthesia, ciberculture, contemporanity.*

Índice

Introdução: objectivos e âmbito do trabalho	11
1.0. Breve panorama histórico	13
1.1. Na génese da jóia	14
1.2. Apontamentos acerca do percurso histórico	20
1.3. O século XX e as novas tipologias da jóia	26
1.4. A joalharia na contemporaneidade	27
2.0. A percepção da jóia	41
2.1. A jóia como “objecto” sedutor	41
2.2. Mitos e realidades em torno da jóia	43
2.3. Uma visão (des)actualizada	47
2.4. O papel de diferenciador social	50
3.0. A dimensão semântica da jóia	53
3.1. A percepção da jóia pelos invisuais	55
3.2. Invisuais no mundo dos visuais	58
3.3. A sinestesia praticada em diferentes projectos	68
4.0. A sociedade de consumo	77
4.1. A importância do mercado	78
4.2. A jóia inserida nos modelos culturais dominantes	84
5.0. Futuro e sustentabilidade do projecto contemporâneo	89
5.1. Da tactilidade à visualidade	93
Conclusão: sentir e valorizar o corpo da jóia	103
Bibliografia	107

Introdução: objectivos e âmbito do trabalho

No decorrer do processo civilizacional, a *jóia* foi sofrendo consideráveis mutações formais e estilísticas; no entanto, o seu significado e função primordiais mantiveram-se, de certa forma, inalterados: ainda se entende a jóia como um objecto completo e altamente valorizado, tendencialmente de adorno e que se leva no corpo.

A valorização foi-se colando à perspectiva economicista e universalmente evangelizadora do Ocidente, que passou a identificar a jóia a um artigo de acesso restrito, disponível sobretudo às elites economicamente favorecidas. Esta aura fetichista afasta a jóia da sua génese. A jóia, enquanto objecto protésico por excelência, é muito mais do que a matéria e aculturação que a compõem. As propriedades materiais estão para a jóia como a carne está para o homem, ou seja, são a interface e o que os separa do *outro*.

No projecto ocidental a primazia dada ao sentido da visão, responsável pelo reconhecimento da cor e do brilho encantadores dos metais e das pedras, leva a que as qualidades lumínicas se sobreponham às tactéis ou sonoras. Na contemporaneidade, a hipervisualidade e as plataformas digitais potenciam este fenómeno, levando ao afastamento do contacto directo da experiência consumada.

Se todas as imagens se esfumassem, o que seria do homem e das suas relações, nomeadamente com a jóia? O que se alterava e perduraria? O objecto de reflexão deste trabalho centra-se nestas questões e apresenta uma perspectiva de quem não vê somente com os olhos, procurando tecer considerações através da análise do seu comportamento, percepção e apreciação que faz do mundo e da jóia. Os invisuais, impossibilitados que estão de consumir imagens visuais e de identificar a hierarquia nobiliárquica dos materiais, ganham permeabilidade a estímulos e valorizam experiências, que se entendem negligenciados. Identificados estes aspectos, evidenciam-se os componentes extra-visuais, permitindo enriquecer o projecto, beneficiar a prática, e orientar o processo de concepção de novos objectos.

1.0. Breve panorama histórico

Para compreender o presente é importante que se conheça o passado, recuando até à origem, até às primeiras manifestações de determinada característica ou ocorrência, pois, na sua génese, reside a essência do seu ser (cf. Burgelin, 1995); assim, para perceber o fenómeno do adorno- jóia, recuamos até à pré-história, ao encontro dos primeiros vestígios conhecidos dessa ordem de objectos.

As extensas áreas de distribuição geográfica, a profusão dos achados e a configuração dos depósitos arqueológicos, comprovam a importância que era dada aos objectos de adorno. Eles foram, ao longo dos milénios, uma constante da produção humana e um testemunho precioso do seu desenvolvimento, das suas heranças, trocas e conquistas. A universalidade e continuidade temporal do acto de adornar o corpo indiciam tratar-se de uma necessidade básica do homem e de uma prática indissociável à sua existência (cf. Polhemus & Procter, 1978, p. 11).

Independentemente das inúmeras variações e mutações ocorridas ao longo do tempo e do espaço, salienta-se, em cada artefacto, uma confluência de significados. Cada adorno é “o ponto de encontro de determinados materiais (de elevado valor de troca), com um desenho que lhe dá forma e sentido, dotando-o de uma simbologia social própria e produzindo-o de modo a evocar um conjunto de funções, que varrem o extenso leque desde as simbólicas às decorativas e de capitalização, integrando sob o mesmo aparato a resposta às solicitações do mercado” (Providência, 2004, p.28). A importância desse mercado, em incessante crescimento e actualização, estrutura as sociedades industrializadas sobre a égide dos modelos de consumo, conotando o adorno-jóia a objecto de luxo de difícil acesso. Contudo, nem isto é regra nem sempre terá sido assim.

1.1. Na génese da jóia

A paleontropologia estuda a origem física e mental da natureza humana, debruçando-se, essencialmente, nos aspectos materiais e sociais inerentes à sua condição. Entre os vestígios mais antigos de produção humana que se conhece, estão, segundo a paleontropologia, pequenas contas que serviriam como elementos de adorno. Elas são o testemunho da emergência de uma cultura material que teve, tem e terá, crescimento contínuo. Nessas pequenas provas, que tendem a ser menosprezadas, nesses pequenos elementos de embelezamento, tomados por supérfluos e irrelevantes, escondem-se irrefutáveis provas da singularidade da espécie. No acto de conscientemente ornamentar o corpo, encontra-se a essência diferenciadora do *homo sapiens*. No seguimento desta linha de pensamento, o fabrico das contas ornamentais pode ser entendido como o primeiro passo que conduziu às diversas revoluções que, umas após outras, estruturaram a actual sociedade.

Os primeiros vestígios de componentes de objectos de adorno são conchas marinhas perfuradas. A escolha do meio é justificada pela durabilidade do material e sua profusão, pela facilidade de manipulação, transporte e estandardização, e também pela possibilidade de poderem ser agregadas infinitamente, presas ao corpo ou ao vestuário. Devido à fragilidade e efemeridade dos suportes, apenas poderá especular-se acerca da sua composição, mas crê-se que pudessem ser encontrados em diversas configurações.



Figura 1: Colar do Alto Paleolítico, encontrado em Pavlov, na Morávia, feito de conchas unidas, entretanto fossilizadas, datado de 28.000 A.C.

A origem acerca das razões que levaram o homem a adornar-se manter-se-ão obscuras, mas talvez seja consensual indicar que pode ter-se tratado de uma tentativa de reproduzir exemplos encontrados na natureza, de espécies animais que, especialmente no decorrer do período do acasalamento, exibem sedutores atributos de força ou beleza. São inúmeros os animais que exibem cores e texturas apelativas com o objectivo de seduzir e cortejar parceiros, ou intimidar oponentes. A beleza, especialmente dos machos, foi resultando da selecção sexual, já que “as fêmeas escolheram continuamente os mais belos” para parceiros (Darwin, 2010, p. 250). Podemos, com isto, dizer, que o acto de adornar o corpo é reflexivo e está em analogia com a natureza.

O homem distingue-se das demais espécies, morfologicamente falando, pela dimensão do seu cérebro que, proporcionalmente ao resto do seu corpo, é mais desenvolvido. Isto confere-lhe um certo domínio sobre as suas capacidades cognitivas, permitindo-lhe manipular signos e planejar antecipadamente determinada acção. Os objectos de adorno comunicam e foram sendo utilizados pelo homem como instrumentos especializados, servindo um propósito concreto, que teria como objectivo estabelecer um diálogo, comunicar com o outro.

A comunicação através do ornamento mostra-se bastante eficaz quer pela visibilidade e reconhecimento da mensagem, quer na amplitude do alcance da mesma. É sugerido, por isto, que o público destinatário das mensagens a veicular, seria o situado a meia distância, isto é, aquele que sendo desconhecido do emissor, situar-se-ia numa proximidade relativa que permitisse reconhecer os seus cânones linguísticos (cf. Kuhn & Stiner, 2007, p. 43). O volume ajustável da ornamentação, mais do que o impacto visual que causaria, informava aos outros do poder e estatuto do portador. Estabelecer-se-iam assim hierarquias de valores que promoveriam concorrência e competitividade (idem, p. 46).

Quando se assiste a um agrupamento crescente de indivíduos verifica-se, em diferentes espécies de animais, uma tendência para que se estabeleçam regras e hierarquias. O homem, utilizando o vestuário e os objectos de adorno como informadores de identidade, expõe essas diferenças de uma forma simples, eficaz e imediata. Como foi dito, abre-se ao debate o papel que os objectos não utilitários do Neandertal teriam, mas especula-se, mediante as descobertas arqueológicas e as demais observações efectuadas sobre o meio envolvente, que, sendo estes objectos reveladores de estatuto social, ajudariam ao estabelecimento de uma hierarquia dentro do grupo.

O progresso civilizacional encontra-se inscrito nos ornamentos de forma bastante explícita. Eles narram a história do homem, o seu percurso, e as várias mudanças ocorridas. Existe uma continuidade temporal de contas produzidas a partir de conchas, que serve de argumento ao seu potencial sim-

Figura 2: Membro da tribo Kuli, da Nova Guiné, no decorrer do festival Moka, adornada com um turbante de penas, carapaça de tartaruga sobre a barriga, colar de conchas, piercing de nariz e pulseiras várias.



Figura 3: Tumba número 43, do núcleo arqueológico de Varna, de túmulo de homem, datado de c. 3000 A.C. onde se contam mais de 900 objectos de ouro, claro indicador de poder.

bólico, de acordo com a teoria expressa, de que a redundância e a estandarização são uma forma de identificar um símbolo. A existência deste tipo de componentes de adorno, em áreas tão vastas, revela o crescimento das populações, o contacto que se estabelecia entre tribos e a importância em difundir eficazmente determinada mensagem, a cada vez maiores audiências.

As conchas, musicais, agradáveis ao olhar e ao toque, foram a primeira matéria conhecida a ser utilizada em objectos não utilitários, sendo o mais antigo testemunho de matéria de intervenção humana. Segundo opinião partilhada por etnólogos e arqueólogos, duas analogias poderão explicar a valorização simbólica e consequente disseminação das conchas, uma é o olho, que tudo vê, e a vulva, que todos gera. Salvaguardava-se assim, simultaneamente, fertilidade e protecção contra o mal.

Da valorização do adorno pelas suas capacidades comunicacionais e estruturais, simbólicas e mágicas, sedutoras e ornamentais à valorização económica, deu-se um passo largo, que corresponde a mudanças profundas na ordem e organização social.

Colin Renfrew, professor de arqueologia na Universidade de Cambridge, autor, entre outros livros, de *Approaches to social archeology*, lança pistas que permitem elucidar a emergência e consolidação do paradigma de economia de valor, muito associado ao conceito de jóia. Renfrew distingue em dois, os tipos de sistemas produtivos pelos quais se estruturam as sociedades: os sistemas de produção caseiros, com vista, sobretudo, à subsistência e obtenção de bens primordiais, que estão na base das sociedades “arcaicas”; e os sistemas de produção massificada, excedentária e das trocas comerciais, que estruturam as sociedades industrializadas.

Dizer que a economia de mercado, característica das sociedades industrializadas, tem origem na antiguidade clássica, é tentador, mas incorrecto. A troca de bens ou serviços é o motor de desenvolvimento das sociedades, como tal, a procura do lucro e do excedente é uma característica inerente ao homem, anterior à época greco-romana, e amplamente estudada por arqueólogos e antropólogos. A inovação e desenvolvimento de determinado bem é mais social que técnico (cf. Renfrew, 1986) e desde as primeiras sociedades caçadoras-recolectoras que o homem o compreendeu, levando-o a intensificar os seus sistemas produtivos e a desenvolver o seu potencial transformador do meio circundante, com o claro objectivo de aumentar o excedente. Esta relação articulada permitiu a expansão dos grupos, a estratificação social e a emergência de elites.

À medida que as sociedades sedentárias formavam teias mais complexas, foram procurando colmatar outro tipo de necessidades que não as primárias, de instinto e sobrevivência. Supridas as carências básicas, intensificou-se a inclinação humana de atribuir significado social e simbólico aos

bens materiais, sobretudo aos que permitissem diferenciação social.

Em 1972, quando a construção de edifício em Varna, na Bulgária, foi acidentalmente descoberta uma necrópole de imensurável importância, quer pela dimensão, quer pela qualidade dos achados nela encontrados. Estimam-se que ainda hoje estejam por explorar cerca de 30 % de toda a extensão desse importante núcleo arqueológico. Daí datam os mais antigos objectos em ouro que se conhece, de cerca de 4000 AC, e daí se começam a diferenciar as peças segundo o género a que se destinavam.

A profusão de objectos em ouro é considerável e de distribuição variável; mas também são comuns os objectos em cobre, pedras ou conchas, nomeadamente de duas variedades provenientes do mediterrâneo, *Dentalium* e *Spondilus*, o que sugere que já se estabeleciam relações comerciais com os povos ali residentes (cf. Renfrew, 1986, p. 152). Também se encontram na Grã-Bretanha, artefactos de ouro, âmbar ou bronze, datados de 2000 AC, em contextos indicadores de um novo tipo de prestígio, que se associa à hierarquização social.

A leitura feita nos achados arqueológicos, de evidências de estratificação e hierarquização social, baseia-se no volume dos objectos com que cada membro da comunidade era sepultada. A acumulação excedentária de bens denota maior poder e supremacia, entendidos para lá da perspectiva economicista. O excedente de produção, o capital cumulativo, permite ao homem melhor assegurar a sobrevivência do próprio e dos que entende como seus. A partir do momento em que consegue produzir excedentes, acumula “riqueza”, tornando-se mais forte, capaz de vencer mais facilmente as adversidades, ficando, por contraponto, menos vulnerável aos reveses do destino. A procura pelo excedente foi potenciada pelo mais básico instinto de sobrevivência.

O incontestável prestígio do ouro não aconteceu à escala global; vestígios arqueológicos comprovam que o cobre tinha um papel central na América do Norte e que o bronze, na China, era o metal mais usado na produção dos artefactos mais estimados, como são os objectos de adorno e de ritual. No mundo antigo, o ferro era altamente considerado e denotava riqueza e prestígio, e só a partir do momento em que os avanços técnicos possibilitaram a sua exploração e produção a uma escala mais consistente, é que perdeu o encanto da singularidade, a aura de raridade e preciosidade, e passou a ser essencialmente utilizado em ferramentas ou em objectos utilitários do uso quotidiano, ao invés de ser levado no corpo, adornando-o. De uma maneira geral, todos os materiais novos, invulgares, apelativos, exóticos, seduzem, e antes de serem empregues no fabrico de objectos do uso quotidiano, de índole marcadamente prática e funcional, foram sendo utilizados como material de *display*, que se leva no corpo e exhibe ao outro (Renfrew, 1986, p. 146).



Figura 4: Ornamento em ouro, representando um touro, c.3000 A.C. do depósito de Varna, Bulgária, Museu arqueológico de Varna, Bulgária.

O metal, pelo trabalho de transformação que requer, foi mais tardiamente incorporado, no entanto, assim que a técnica permitiu o seu uso, logo cativou, tornando-se bastante valorizado. A durabilidade e resistência do metal, a possibilidade de ser trocado com relativa comodidade e a facilidade de manuseamento e transformação, fez dele, desde a Idade do Bronze, um aliado na conquista do mundo. Desde as mais antigas sociedades estruturadas que se tornou valor-moeda, em forma de lingote. O ouro, com a sua cor solar, foi-se tornando num símbolo de excelência. Contrariamente aos outros metais, não oxidava, e possibilitava obter, a partir dele, superfícies de um brilho reflector inigualável, que seduzia o ocidente e américas. De início, era mais valorizado pelas suas características plásticas e visuais que pela sua raridade, mas isso haveria de mudar.

O estudo da história da joalharia, acompanhando a visão mercantilista e burguesa, centra-se nas matérias-primas de excelência, contudo, ao abordar as configurações primordiais, a valorização não é estabelecida sobre a mesma égide. São destacados o seu valor de uso e de durabilidade, de expressão e de manuseamento, independentemente da preciosidade que agora lhes é atribuída. É, aliás, curioso de observar, que finda a pré-história, em todos os documentos consultados sobre este propósito¹, exista um claro *gap* que omite os objectos de adorno feitos de matérias comuns, de acesso imediato, e de todos os objectos produzidos a partir de matérias não “preciosas”.

Quererá isto dizer, que os objectos de adorno de uso quotidiano, “populistas”, deixaram de ser usados? Ou, simplesmente, que o processo civilizacional, que foi sendo estabelecido e estruturado mediante valores economicistas, em detrimento doutros, negligenciou a importância da jóia comum?

¹ (Clark, 1986); (Evans, 1989); (Hinks, 1969) (Jones, 1847); (Ogden, 2006); (Phillips, 1996); (Pointon, 2009); (Scarbrick, 2007).

Como refere Ogden, há queixas nas escolas de Inglaterra, que a história é contada como um rol de datas e feitos de reis, e que a vida das pessoas comuns não é convenientemente conhecida (cf. Ogden, 2006, p.3). O mesmo paralelismo constata-se na história da joalheria, que focaliza a sua matéria de estudo nas jóias das elites.



Figura 5: Anel modesto, de bronze fundido, com imagem simplificada da Virgem e o Menino, entre folha palmeira e cruz, símbolos da morte e ressurreição de Cristo. Bizâncio, século VI-VII.

Prosperidade e poder traduzem-se em valor económico que vai faltando nas classes menos favorecidas, e assim, são as classes superiores que alimentam a produção e a história que se considera importante. Como os modelos hierarquicamente superiores tendem a ser copiados, generaliza-se a imagem da jóia com a configuração que dela fazem, as camadas sociais economicamente privilegiadas. Obviamente que este é um entendimento que distorce a realidade. O amor e a beleza são imunes à hierarquização. As coisas, mesmo para o observador casual, não têm que ser grandes nem valiosas para serem evocativas e estimadas. O valor sentimental associado a determinado objecto estabelece-se pelo vínculo com o seu portador, seja feito num material corrente e executado da forma mais simples, seja nascido do mais raro e exótico dos materiais e técnicas.

A valorização que se atribui a determinado material não é universal. Depende, em primeiro lugar, da história pessoal do indivíduo, das suas vontades e crenças, e também dos valores culturais associados à sociedade onde se insere. A par doutros, os exemplos de Varna demonstram que existe um valor intrínseco associado ao ouro, pelas suas características, propriedades físicas e simbólicas, mas que é muito mais que isso: é a relação estabelecida entre o artefacto e o seu portador que determina a sua importância.

O poder de sedução de certos objectos, palpáveis ou não, o seu po-

der de atracção, depende, sobretudo, da sua performance sobre os sentidos e sentimentos. Sejam ouro, pedras coloridas ou peles macias, sejam produtos efémeros como a mirra ou o incenso, tudo se relaciona com o deleite dos sentidos. Na verdade, o derradeiro prestígio, atribuído a objectos e seres, é determinado pela afectividade que estabelecem. A durabilidade e a raridade do material, embora possam ser uma mais-valia - afinal, anseia-se a vida eterna e a diferenciação absoluta - não são propriedades a considerar isoladamente, de valor intrínseco *per si*. Se assim fosse, polímeros resistentes, e não degradáveis, seriam mais frequentemente empregues, e aceites, na joalharia.

O conceito de precioso muda no tempo e no espaço: os índios do equador utilizavam a platina para fabricar anzóis, e os chineses buscavam os diamantes - que partiam em pequenos pedaços - somente para servir ao entalhe do seu afamado jade (cf. Odgen, 2006, p.11). Não obstante, quaisquer que sejam as diferenças culturais notadas, a joalharia e o uso da jóia, estiveram sempre ligados à prosperidade e à beleza, ao amor e ao poder.

Idealmente espera-se que a jóia perdure (cf. Odgen, 2006, p.21), portanto, os materiais duráveis são, à partida, melhor considerados. Contudo, este predicado e valorização são circunstanciais: a platina, até ao final do séc. XVIII, era considerada a liga do diabo, talvez por se julgar intratável; e o uso do ouro, com todas as propriedades que já foram descritas, manteve-se praticamente omissa, até ao início da actividade metalúrgica. É possível que ainda venha a ser testemunhada, uma total inversão na escala de valores, se as circunstâncias assim o determinarem.

1.2. Apontamentos acerca do percurso histórico

O testemunho físico de jóia é vasto na sua extensão temporal. Do rol de informação existente e recolhido, salientam-se alguns aspectos que se julgam pertinentes, sobretudo de *Jewelry, from antiquity to the present*, de Clare Philips, que relata de uma forma sintética e inteligível a evolução estilística e formal da joalharia no ocidente, contextualizando-a em cada época. No entanto, também neste livro é clara a omissão de jóias de materiais não nobres, não podendo, por isso, ser matéria tratada.

As primeiras manifestações de objectos de adorno, entendidos como as primeiras configurações de jóias, datam do paleolítico e são, como foi referido antes, de materiais orgânicos; depois, o neolítico introduz os metais: cobre, ferro, ouro. A partir de então, e até à contemporaneidade, poucas referências se encontram de peças produzidas a partir de materiais não preciosos. Isto é uma clara demonstração do *mainstream* que explicitamente tem

vindo a focalizar a sua atenção no capital económico dos materiais.

Peter Hinks apelida de “jóias primitivas” o que muitos chamam de objectos de adorno. Diz que a condição primeira para ser *jóia* é ser “bela”, e que, por ser íntima, deve ser preciosa (cf. Hinks, 1969, p.69). Não se discordando, entende-se por isto que uma jóia, ao tornar-se íntima, torna-se (a mais) bela e preciosa. Os primeiros testemunhos da jóia primitiva revelam, desde logo, a perícia e paciência de execução que requeriam. Se recuarmos ao tempo das cavernas e circunscrevermos a tecnologia disponível às ferramentas arcaicas que se conhece daquela altura, então compreendemos que o trabalho de recolher conchas de idêntico tamanho, furá-las e acoplá-las metodicamente, equivalerá à mais sofisticada técnica actualmente disponível (cf. Hinks, 1969, p.8.).



Figura 6: Pendente do alto paleolítico, datado de 12500 AC, com representação de lobo, proveniente de França. British Museum, Londres.

Graças ao costume que perdurou, desde a Idade da Pedra até ao século VIII, de enterrar os mortos com os seus pertences mais estimados, existe um grande conjunto de testemunhos, que permite traçar, e reconstituir com clareza, o percurso histórico da jóia. Crê-se, no entanto, que existissem muitos mais, mas que foram sendo vítimas de constantes e sucessivas pilhagens (cf. Phillips, 1996, pp. 12-49). A partir desse contributo, é possível dizer que nem só de matérias nobres se adornava o homem: no Antigo Egipto, por exemplo, também as classes mais pobres e operárias eram sepultadas com os seus estimados tesouros, colares simples de fibras e contas (idem, p. 14).

A civilização egípcia deixou um espólio riquíssimo em todas as esferas da cultura material, a que, obviamente, não se exclui a joalharia. Salienta-se aqui o facto de conjugarem simultaneamente materiais ditos nobres com outros correntes. É comum encontrar-se peças que incorporam pacificamente e sem qualquer constrangimento, o vidro ou a faiança com turquesas, com o ouro ou o coral.



Figura 7: Vários exemplos de broches e fivelas medievais, em ouro e pedras, de Inglaterra e França, entre os séculos XIII e XV.

No bizâncio a jóia ganha uma função marcadamente prática, como no caso das fivelas, fechos e pregadeiras, que prendiam ou seguravam o vestuário (cf. Philips, 1996, p. 56). A longa Idade Média caracteriza-se pela “elegante formalidade” das peças, marcada por uma relação próxima com a arquitetura. As pedras, nesta época, eram mais valorizadas pelas suas propriedades espirituais e terapêuticas, que pelas suas cores, brilho ou raridade (idem, pps. 44,58). Na época das trevas, as propriedades dos minerais eram do conhecimento geral da população, que encarava esta matéria como parte obrigatoriamente integrante da sua *cultura geral*. Para o homem do medievo, não havia porque distinguir entre magia e ciência; para si eram uma só, indissociáveis, como tal, nem uma nem outra podiam ser descuradas, merecendo idêntica atenção (cf. Hinks, 1969, p.124).

No decorrer da Idade Média, à medida que a Europa se tornava mais rica, a expansão do uso de jóias e de pedras preciosas levou a que fossem sendo criadas leis com o intuito de regulamentar o acesso a elas e condicionar o seu uso, de forma a manter evidentes os padrões diferenciadores.

A partir de 1355, os joalheiros de Paris não podiam “misturar” pérolas de rio com outras; Eduardo III de Inglaterra, em 1363, proibia aos artesãos, suas crianças e mulheres, o uso de ouro e prata, e proibia, aos cavaleiros, o uso de brincos ou broches em ouro e pedras. Em Castela, João I, ainda mais restritivo, impunha norma que decretava que somente as Infantas poderiam vestir seda e usar ouro, pérolas e pedras preciosas (cf. Evans, 1989, pps.53,54). Estes são alguns exemplos de leis sumptuárias seculares, que, pela primeira vez, estabeleciam um perímetro de acesso a certas matérias.

Com o passar dos séculos foram sendo estabelecidas leis cada vez mais rígidas, que visavam preservar as hierarquias sociais e que restringiam o uso joalharia, fabricada em matérias nobres, a certas classes. O facto destas medidas serem aplicadas em muitos dos países da velha Europa, sugere que o uso de joalharia aumentava para níveis que ameaçavam o controlo e o benefício que a realeza e as demais classes dominantes, do clero e da nobreza, faziam dele. Todos estes grupos agiam em proveito próprio; emitindo esta espécie de decretos-lei, tentavam, de uma mesma assentada, confinar o uso e posse de matérias “nobres” e controlar o status, o poder e o dinheiro que lhes estava associado.

No renascimento renasce o interesse por Roma e Grécia antigas, recuperando-se costumes da época clássica, como adornar o cabelo com pérolas. Com a transmutação do Homem para o centro do mundo, assiste-se a um renovado florescimento do uso de jóias- independentemente do género- potenciado pelas grandes odisséias marítimas do séc XV (cf. Philips, 1996, p. 78). A par deste incremento, crescia e sofisticava-se igualmente a produção de imitações de pedras e pérolas.

Data de 1530 o aparecimento do conceito de “jóia da coroa”, estabelecido por Francis I de França, que diz respeito à sobrevalorização das gemas face ao seu suporte, mantendo inalteradas as gemas. A partir de então, é comum haver uma re-estilização do objecto, de acordo com a vontade e o gosto do monarca regente. As crenças do medievo, acerca das propriedades terapêuticas ou mágicas dos materiais, vão perdendo força e a temática religiosa, ainda se encontrando presente, vai perdendo preferência para as figuras da mitologia clássica (idem, p. 81). Também a função prática das jóias foi-se tornando mais subtil: anéis que possuíam um reservatório secreto para perfume ou veneno, ou os *memento mori* - que lembravam a fragilidade e mortalidade do homem (cf. Scarisbrick, 2007, p.161) - são disso exemplo.

Com o barroco os motivos naturalistas e os laços ganham destaque; as gemas mantêm-se em uso, e os esmaltes e as imitações de qualidade ganham protagonismo. A imitação de pedras atingiu uma qualidade e valorização tais, que passaram a ser frequentemente usadas na corte. Em Londres, George Ravenscroft foi pioneiro no fabrico de vidro com dureza suficiente para permitir ser facetado como uma pedra.

Esse processo foi melhorado por Georges Frédéric Strass (1701-1773), tornado joalheiro de da coroa francesa por Luís XV em 1734, que, ainda hoje empresta o nome a esta tipologia de matéria: o strass. As vantagens das pedras de pasta sintética eram imensas, a começar pelo processo rápido de fabrico; pelas inúmeras possibilidades de cor, tamanho ou forma que permitiam produzir, e, conseqüentemente, as diferentes possibilidades e tipologias de cravação (idem, p. 116). Em Itália produziam-se óptimas pedras sintéticas,

no entanto, era em Paris o epicentro da *joalharia de imitação*, onde, em 1767, foi formalmente criada a corporação dos “Bijoutiers-Faussetiers”, composta por uma centena de artesãos.

Quando acontece a revolução francesa, quaisquer objectos, de adorno ou não, que evocassem a aristocracia eram mal considerados. Em Paris, naquele tempo, os únicos objectos de adorno admitidos eram os comemorativos da revolução: anéis em ferro com frases patrióticas de celebração inscritas, ou com retratos de heróis como Marat². Por toda a França, as pessoas eram encorajadas a entregar as suas jóias para ajudar a jovem república a erguer-se, e na Alemanha, no decorrer da guerra da Prússia (1812-1814), as senhoras entregavam as peças em ouro que possuísem, para ajudar a custear as despesas militares, e recebiam, em sua substituição, jóias em ferro, muitas das quais com a inscrição “Gold gab ich für Eisen- entreguei ouro por ferro”

(Hinks, 1969, p.8; Philips, 1996, p. 131).

² Marat, médico, filósofo, ensaísta, e jornalista do século XVIII, que ficou sobretudo conhecido pela agitação política que promoveu em França, ajudando à fomentação da Revolução de 1793.



Figura 8: Par de brincos em trabalho de ferro proveniente de Berlim, provavelmente por Devaranne. Prússia, c.1850. Victoria and Albert Museum, Londres.

As jóias de ouro, trocadas pelas famosas jóias de ferro que se fabricavam em Berlim, serviam como medida de constituição de um fundo para ajudar as tropas nacionais contra a ocupação nazi (cf. Evans, 1989, p.170). Embora o ferro seja um metal que enferruja e parta, não havendo, por isso, um grande número destas peças bem conservadas, sabe-se que, na Alemanha do início do séc. XIX, o ferro era o material mais usado no fabrico de joalharia, em peças de grande qualidade e complexidade de execução e, claro, com preço condizente (cf. Philips, 1996, p. 142). A sua estética era de inspiração gótica, à boa maneira do romantismo de Goethe.

Na instauração do império, por volta de 1800, a actividade dos joalheiros e dos *bijoutiers* voltou, ainda que de forma mais discreta (idem, p. 135). A industrialização acelerou o transporte e facilitou a deslocação das pessoas. Abria-se um nicho à joalharia de *souvenir* como os camafeus em lava de Pompeia e, um pouco por toda a Itália, as peças com micro-mosaicos em *pietre dure*³ tornavam-se comuns (idem, p. 148).

Em meados do século XIX, o alumínio teve um aparecimento repentino e uma breve presença na alta joalharia, que o considerava como “rari-dade dispendiosa”. Esse material novo, leve e que não oxidava chegou a tomar o lugar dos faqueiros de prata à mesa de Napoleão (cf. Odgen, 2006, p.4), contudo, no espaço de uma década, o desenvolvimento técnico, possibilitando novos métodos de refinação e de exploração deste material, passou a produzi-lo massivamente, tendo o seu prestígio caído vertiginosamente, deixando de ser utilizado no fabrico de jóias e de finas cutelarias (cf. Philips, 1996, p. 151).

No final do século XIX assiste-se à incorporação do plástico na joalharia, quer imitando o azeviche, tão popular na Inglaterra vitoriana, quer em jóias coloridas. “Parkesine”, em Inglaterra, e “Hyatt Brother’s American Celluloid Company”, nos Estados Unidos da América, por volta de 1871, produziam, industrialmente, peças tridimensionais, ocas e delicadas, o que constituiu um passo importante para a produção de joalharia mais barata e acessível. Às portas do século XX, a expansão comercial globalizada das marcas começava a tomar forma. Em 1837 a “Tiffany & Young” abria na sua loja em Nova Iorque e, no espaço de trinta e três anos, em 1870, já possuía sucursais em Paris, Genebra e Londres.

A figura de proa da joalharia do último estilo total foi René Lalique. As suas peças eram conceptualmente arrojadas e denotavam uma exímia qualidade de execução e um absoluto domínio técnico (idem, pp. 160-164). Lalique pode ser entendido como precursor do joalheiro contemporâneo: distanciou-se das normas e com mestria tornava o objecto e repelente em desejável. Fazia conviver os materiais pelas suas propriedades plásticas e comunicacionais, fosse o vidro com as gemas, o corno com o marfim ou o ouro com o cobre, abolindo quaisquer hierarquias nobiliárquicas culturalmente estabelecidas.



3 Técnica de entalhamento de pedra, sobre pedra.

Figura 9: René Lalique, ornamento de peito em vidro, topázio, corno e ouro esmaltado, Paris, c. 1903-1904.

1.3. O século XX e as novas tipologias da jóia

Na transição do século XIX para o século XX, a curva sinuosa da Arte Nova cedia lugar à recta e à estética da máquina. Na instauração do modernismo consolidavam-se as sociedades industrializadas, decretava-se culto à novidade e à mudança, abolindo a tradição. O sistema mostrou-se especialmente eficaz na reconstrução dos pós-guerras, demonstrando uma suplementar vitalidade produtiva, em virtude dos conhecimentos que a indústria bélica proporcionou.

Assistiu-se, num exíguo século, a tremendas e profundas mudanças na estrutura social do mundo. Da manufactura e primeiros veículos motorizados chegou-se à tecnologia digital e à conquista espacial. Caíram grandes impérios coloniais e ditaduras, melhoraram-se as condições gerais de vida, possibilitou-se o acesso a inúmeros bens e serviços e, com isto, cresceram todas as indústrias que a alimentam.

Obviamente que esta mudança de paradigma é testemunhada na joalharia, quer pela introdução de materiais e tecnologias, quer pela constituição de novos géneros e diferentes espécies como a *Costume Jewellery* (joalharia de moda, dos palcos e das passarelas), a *Haute-Joaillerie* (a alta-costura da jóia, acessível somente a uma minoria) ou a *New Jewellery* (que serve essencialmente de linguagem criativa do autor). No final dos anos dourados, a década de 50 do séc. XX, a joalharia começa a ser encarada como um terreno fértil de expressão artística e como plataforma de experimentação, seduzindo grandes nomes da elite intelectual e cultural que a exploram: Picasso, Dali, Matisse, ou o escultor do movimento Alexander Calder, ou são alguns deles.



Figura 10: Alexander Calder, bracelete em prata. Peça única, colecção privada de Nathalie Seroussi.

1.4. A joalheria na contemporaneidade

A pós-modernidade traz consigo novos valores – dos quais se destaca o hedonismo – que, em pouco tempo, alterariam não só a produção cultural mas a própria estrutura social. Um importante ponto de promissora viragem ocorre entre as décadas de 60 e 70, no auge da era espacial e do psicadélico. As revoluções que questionavam os modelos vigentes e que ocorreram um pouco por todo o globo simbolizam a passagem à pós-modernidade. Mudadas as estruturas sociais, entrava-se num estado novo da modernidade: admite-se a citação e a diferença, refreia-se a obsessão pelo novo, promove-se a heterogeneidade, observa-se, questiona-se, experimenta-se e relata-se.

A partir dos anos 60 cruzam-se estilos, encontram lugar a citação e a paráfrase, seja na reinterpretação ou apropriação de objectos e linguagens do passado. Assiste-se a uma pluralidade e diversidade de representações; recorre-se à multi perspectiva e multiplica-se a mestiçagem intelectual e material. Foi uma década de grande expansão: política, económica, tecnológica, cultural e social. Uma década de grandes conquistas: espaciais e terrenas. A partir dessa altura não se fala duma só linguagem mas de várias; as características não se enumeraram: são múltiplas e por vezes contraditórias. Não se fala mais do objecto puro, de uma linguagem universal ou de fronteiras estanques entre disciplinas.

A joalheria testemunha estas modificações tremendas e profundas, assistindo-se, quer à instalação de diferentes orientações e linguagens, quer ao questionamento do próprio significado de jóia e dos valores e materiais tradicionalmente empregues. Paralelamente às marcas que, operando à escala global, continuaram a trabalhar materiais preciosos, actualizando estilos ao sabor da, ou das modas, emerge com vigor uma nova espécie de praticantes, que se servem da joalheria como veículo de expressão.

A joalheria integra as artes decorativas; alguns artistas servem-se dela como linguagem para se exprimirem, como ferramenta para comunicar, para dizerem sem palavras o vai no seu íntimo. As suas propostas diferem, por vezes simultaneamente, em substância e conteúdo das jóias conservadoras e tradicionais que são vendidas um pouco por todo o lado, às quais “o design interessa somente como promotor de venda de pedras e metais preciosos” (Dormer & Turner, 1994, p.7).

Para o público em geral, as peças a que chamam jóia, “não evocam questões nem debate”; são estereotipadas, feitas para massas em trânsito, tão semelhantes em qualquer loja de aeroporto (cf. Derrez, 2005, p.11). Excepções dentro desta amálgama acinzentada são, para Paul Derrez, a “Niessing” e a “Dau”, duas indústrias alemãs de joalheria, que produzem peças com refinadas, inovadoras e originais propostas, que, enquanto produtos de design,

destacam-se do marasmo, quer pelo produto em si, quer pela forma e cuidado aplicados na distribuição e comunicação dos objectos.

Peter Dormer e Ralph Turner utilizam a expressão de “nova joalharia” para designar o tipo de propostas que demonstram ser fruto de um trabalho controlado, intencional e rigoroso, embora possam diferir das formas tradicionais pela adopção de uma estética apurada e por se proporem alcançar outros objectivos para além do lucro cf. Dormer&Turner, 1994, p.23).

Paul Derrez, para designar o mesmo tipo de prática na joalharia, prefere usar o termo de “*art jewellery*”, erradamente traduzido por *joalharia artística*, ao invés de *arte da joalharia*, tal como se diz arte da pintura e não pintura artística. Ainda assim, Derrez propõe também, para falar dessa forma de experimentação artística, que pratica uma liberdade total do emprego de técnicas, matérias e suportes, a designação de joalharia de autor. Para si, os aspectos práticos da comercialização desta nova estirpe de joalharia, relacionados com “produção, distribuição e marketing”, não foram devidamente cuidados assim que apareceram, e assim, a dita arte da joalharia, joalharia artística, nova joalharia ou joalharia de autor - termo ainda aberto ao debate - confinou-se a nichos de reduzida expressão na escala global.

A tendência dos cursos de artes aplicadas, de se fecharem sobre si próprios, origina a que possíveis sinergias entre as indústrias duras e os centros de investigação, que produzem novas ferramentas e tecnologias, sejam pouco expressivos (cf. Derrez, 2005, p.12). Existem excepções, particulares e colectivas, como Christopher Zellweger ou o colégio “Hiko Mizuno”, em Tóquio que procuram, promovem e praticam a sinergia entre diferentes áreas.

Lin Cheung utiliza uma referência, para a arte da joalharia, que se entende curiosa. Ela utiliza a expressão de “*joalharia-a-ser*” (*jewellery-to-be*), para referir-se a esses objectos de arte, cujo papel está predefinido mas que só passam a ser, a existir, depois de estabelecerem uma ligação com o seu portador (cf. Cheung, 2006, p. 13). Tal como um livro só acontece quando é lido, uma jóia só será jóia quando for adoptada; só “ao usar, possuir, interagir com uma jóia” (*idem*), é que lhe será dada uma dada nova vida, totalmente distinta daquela que caracteriza a que passivamente repousa nas vitrinas dos museus, galerias ou oficinas dos produtores.

A relação estabelecida, entre a jóia e o seu portador, é idêntica a tantas outras: nem sempre o vínculo estabelecido é pacífico, sólido e duradouro: há experiências falhadas, saturadas, desequilibradas, que é preferível que cheguem a seu término. Aí, o melhor a fazer é deixar ir e saber largar a jóia, deixando-a encontrar o corpo a que pertence, a quem chame seu.

Qualquer artista-autor-joalheiro que se preze, trabalha com igual cuidado todo o material que se proponha utilizar - seja entendido ou não como precioso - por ser ele o mensageiro de sua palavra. No enquadramento

à sua prática, é condição absoluta gerar objectos com alto grau de exigência em cada pormenor, bem desenhados e produzidos. O facto de haver melhor, e mais aprofundado acesso à informação, permite conhecer mais do mundo e apurar o sentido crítico. Não se crê que, por serem admitidas quaisquer linguagens e matérias, se deva legitimar, e transformar, todo o objecto produzido, em obra de arte.

Veja-se o caso de algumas propostas de Lisa Walker: por mais curiosa seja a sua linguagem, e interessantes sejam a plasticidade e conceptualização praticadas, elevar certas peças do seu reportório a estatuto de obra de museu, parece excessivo e mesmo promotor de descrédito e dúvida. Verter cola sobre um monte de lixo apanhado no chão da sua oficina, acoplando-lhe um fecho, não faz do broche um bom exemplo da *nova jóia*, por mais intencionalidade política que se injecte. Comer arte como lixo já conheceu os seus dias: o *statement à Duchamps*, aplicado à joalharia, vem tardiamente e em má hora.



Figura 11: Lisa Walker, *Rubbish from workshop floor*, 2006, broche, d: 10 cm.

É importante ter-se consciência que ainda há um grande trabalho por fazer, fazê-lo honestamente e com discernimento, pela (in)formação da população. Na sociedade de espectáculo o hábito do “vale tudo” deve ser contrariado; a política do gosto é discutível mas o valor intrínseco não (cf. Dormer&Turner, 1994,114). É enriquecedor, e até louvável, que se pratique a reciclagem no projecto. Fazer nascer a obra do desperdício é diametralmente oposto a fazer do lixo a obra. Ao validar-se esta, degenera-se o princípio criativo e fértil, fecundando espécies daninhas.

É necessário que o espectador, tenha conhecimentos e ferramentas que lhe permitam distinguir o trigo do joio; é desejável que o encenador que utiliza a joalharia como difusor de mensagens políticas e sociais, configure o guião ou libreto que as guia, de acordo com idêntico critério. Dormer e Turner referem que os joalheiros, tal como os escultores, são, por vezes, demasiado optimistas nas expectativas criadas acerca do correcto e benigno alcance do seu trabalho. Talvez seja este o caso da mencionada joalheira que, certamente, acredita estar a fazer o melhor que sabe e pode.



Figura 12: Otto Kunzli, Wallpaper
Brooch, 1983, broche, espuma e papel.

Todos sabemos que a joalharia, tal como o vestuário, fala do gosto e da personalidade de quem os usa. A joalharia, como palco de encenação pública, não se concentra tanto na usabilidade do objecto mas no convite à reflexão e discussão pública. Ao contrário das peças de Lisa Walker, os broches sobredimensionados de Otto Kunzli pretendem servir de chamada de atenção para as convenções estabelecidas, reais ou construídas. As peças em questão são funcionais, bonitas, baratas e distanciadas tanto quanto possível do valor moeda. Não sendo convencionais para a época, são extremamente bem elaboradas. Seja na execução de um sistema de fecho, seja na parte visível da peça, o joalheiro deve procurar elevar ao limite a perícia técnica e as qualidades estéticas e materiais da sua proposta de jóia, tal como acontecia nos primeiros cordões de singelas contas.

A joalharia como teatro faz-se, tal como a dele, de sinergias, e pretende, tal como ele, oferecer um palco de debate e crítica, de rejeição ou aceitação, mas sobretudo de poder de decisão. Para o bem ou para o mal, a joalharia é um “comunicador social” (Dormer & Turner, 1994, p.184) poderoso e capaz. Se analisarmos os produtos de joalharia, com a profundidade de Omar Calabrese, considerando “cada objecto da cultura como qualquer coisa de comunicável, veremos imediatamente que ele se integra numa cadeia de comunicação. É criado por um sujeito, individual ou colectivo, é produzido segundo certos mecanismos de produção, manifesta-se segundo certas formas e conteúdos, passa através de certos canais, é recebido por um destinatário, individual ou colectivo, e determina certos comportamentos” (Calabrese, 1987, p.20), entendemos que o seu estandarte e vínculo são bem mais amplos do que se pode supor .

Alguns dos movimentos contraculturais, que no caso da arquitetura e do design foram exemplo os “Archigram” e “Superstudio”, denunciavam dúvidas bastante pertinentes. Estas e outras minorias nunca estiveram em condições de desencadear uma verdadeira guerra e acabaram por ceder terreno aos opositores que rapidamente as absorveram, reintegrando-as novamente no sistema - a diversidade gera lucro - mas o seu contributo, nada desprezível, teve um carácter essencialmente formativo e ajudou à consolidação de novas linguagens francamente alternativas.

A prática disciplinar que é a joalheria poderá servir, e mostrar, como se pode fazer bem, ética e responsabilmente. Não se espera que a jóia seja capaz de mudar o mundo, mas pode, com certeza, ajudar a melhorá-lo. “As gerações de artistas que emergiram nas décadas de 1960 e 1970 questionaram a natureza da joalheria e o seu papel na sociedade, e, tal como noutras formas de arte, as convenções estabelecidas foram postas de lado” (Philips, 1996, p.196). A partir dessa altura debate-se que materiais farão a jóia, quais as suas fronteiras e se é, ou não, legítima forma de arte.

Um autor, que nesta altura, contribuiu para a divulgação e implementação da nova abordagem na joalheria, equiparável aos exemplos acima citados, foi Gijs Bakker. Bakker procurava aprofundar o alcance da jóia perseguindo a harmonia na forma, a compreensão do espectador e a relação da jóia com o corpo. Apesar da sua formação convencional, foi dos que mais se debateu por banir o pendor artesanal da joalheria, transpondo-a a outras dimensões. O maior contributo da sua obra não será a inovação formal, mas a inscrição da joalheria como a expressão do autor que revela o *zeitgeist*, ou espírito da época, que no seu tempo correspondia a uma crença inabalável nas mudanças, na renovação e no progresso tecnológico.

Tanto Bakker quanto Emmy van Leersum, sua companheira de vida e de trabalho, acreditavam e comprometiam-se com a ideia que a joalheria deveria ser democrática; para isso, trabalhavam materiais do uso quotidiano como plásticos vários e alumínio. A introdução deste tipo de materiais foi verdadeiramente inovador na joalheria, porque, e pela primeira vez no curso da história, os materiais eram entendidos como meios de transmissão de ideias, aproveitando todas as suas potencialidades, não só plásticas mas também simbólicas.

Doravante, os materiais empregues na joalheria não procuravam somente imitar, mas assumiam-se plenos de identidade: inovando não por se tratar da utilização de materiais novos, mas por transmutarem valores. Ao tornar, intencionalmente, o vulgar em precioso, consolidava-se a obra, cuja pedra basilar havia sido depositada por Lalique, no início do século.

Figura 13: Archigram, *Living Pod*, 1966, modelo de David Greene.



Figura 14: Gijs Baker, ornamento de pescoço, *Halskraag met sluiting*, 1967, alumínio, d: 300 x A: 55 mm.

Na contemporaneidade, a joalheria mantém um vínculo com o artesanato, no sentido em que continua a servir-se de todo um experiencial adquirido; contudo, é totalmente errada a ideia que a define como tal. Existem diversas orientações na joalheria, essa será apenas uma delas, a que se mantém refém do tempo, virada para o passado sem o questionar, sem reinterpretar ou revitalizar. “Sem um constante questionamento, o artesão limita-se a reproduzir as pré-existências, estagnando o desenvolvimento do seu trabalho (...) ele deverá ajustar o seu papel e atitude, despendendo esforço criativo em projectar, desenhar, e não apenas executar” (Dormer, 1988, pps. 143-144).

Actualmente, os novos artífices distanciam-se tremendamente dessa realidade. Muitas das vezes, escolhem essa forma de actuar por opção, e não por falta de alternativa.

Quando Ezio Manzini, em *A Matéria da Invenção*, aborda a questão dos modos do saber, também menciona a figura do modesto artesão dizendo que o seu conhecimento “é o de alguém que, fazendo bem determinada coisa, não consegue explicar porque a faz desse modo” (Manzini, 1993, p. 57). E que “a inovação, quando surge, é o registo de um acaso fortuito, muitas vezes de um erro feliz, porque com bons resultados, e não de uma deliberada opção de design no sentido que lhe damos hoje” (idem).

Observa-se que, e cada vez mais, a joalheria contemporânea distancia-se da artesã manualidade cega, ampliando a sua área de actuação para campos tão inusitados quanto a biotecnologia, a cibernética ou a electrónica, passando a ocupar um território que ultrapassa quaisquer fronteiras. “A cultura burguesa moderna fez uma nítida separação entre o mundo das artes e o mundo da técnica e das máquinas, pelo que a cultura foi cindida em dois ramos que se excluem mutuamente (...) A palavra *design* inseriu-se nessa brecha e fez de ponte entre os dois ramos (...) representa o ponto onde convergem grandes ideias” (Flusser, 2010, p.11). É nesse território de convergências que habita, e onde se acomoda, o Design.

A acção de design é gerada a partir de um pensamento analítico, reflexivo e activo, e pressupõe a astúcia, perspicácia e criatividade do praticante, “um *designer* é um conspirador dissimulado que estende as suas armadilhas”. A acção conspiradora é a força motor que está na base de toda a cultura, e é ela que possibilita “transformar dissimuladamente simples mamíferos condicionados pela natureza em artistas livres” (Flusser, 2010, pps.9-12). A joalheria contemporânea assume contornos que oscilam entre arte e ciência, ou artesanato e tecnologia, detendo-se, por breves instantes, num ponto intermédio entre elas a que se poderá chamar Design; a inovação, que pode continuar a ocorrer fruto do acaso, é, na maior parte das vezes, resultado dum intenso e árduo trabalho de investigação e de experimentação controlados.

Para enquadrar, o *modus operandi* da nova joalheria, recorre-se novamente a Manzini, quando escreve:

“Desde o homem da Idade da Pedra, o artesão aparece-nos como uma figura cujos “conhecimentos” obedeciam a regras ditadas pela matéria; as suas acções e pensamento estiveram sempre ligados – e subalternizados – às exigências do material que trabalhava. O conhecimento técnico do artesão provinha então, de uma profunda familiaridade – tanto em termos físicos como perceptivos – com os materiais. Mágicos, filósofos e sacerdotes, pelo contrário, agem no reino do pensamento, das imagens, das associações abstractas e da linguagem. Não estão sujeitos aos requisitos da matéria, não têm que produzir resultados palpáveis. O seu modelo mental é sintético, e não analítico. Num determinado ponto da história, sur-

giu uma nova estratégia de pensamento, que tendia a fundir estes dois modelos mentais: a ciência moderna. A ciência está limitada pela matéria, isto é, por resultados, mas parte de hipóteses iniciais baseadas no pensamento, ou seja, na imaginação de um resultado

(Manzini, 1986, pps. 56,57).

Em seguimento à análise de Manzini, que sintetiza em três, os modelos de pensamento, poder-se-á afirmar que a joalharia contemporânea está mais próxima do modelo científico – entendido como confluyente dos modelos concreto e abstracto – que do artesanato, uma vez que se conjugam, no seu desenvolvimento projectual, conhecimento empírico e prático sobre a matéria, reflexão teórica e crítica, e emprego, conjugado, ou singelo, das mais actualizadas às mais antigas técnicas, ferramentas ou tecnologias. No entanto, para se ser mais exacto ou menos polémico, dir-se-á antes que o modelo contemporâneo é influenciado, sobretudo, por um pensamento pragmático.

No pensamento pragmatista a teoria e a prática são entendidas como engrenagens que actuam entre si, simultaneamente. A teoria é o instrumento que permite ao homem avançar, é a abstracção da acção, tal como a acção é a concretização da teoria. A verdade ou a realidade percebida, que não são mais do que construções humanas, não sendo negadas, entendem-se contingentes. Os conceitos e as verdades, tal como a própria identidade, nascem e amadurecem, actualizam-se e também morrem.

O pragmatismo não proclama ser o melhor método; propõe uma constante reavaliação, actualização e revitalização do capital disponibilizado, com o objectivo de o manter em plena forma. Trata-se, como diz Ábalos, de “uma forma de pensar que não se institui como negação a outras concepções, mas que as cruza de forma singular, adotando-as para construir uma “conversação” particular, até iluminar novos léxicos cuja única validade não se ancora mais em sua verdade, mas em sua “verosimilhança”, em sua capacidade para criar no outro o efeito de verdade através da experiência” (Ábalos, 2003, p.174).

A grande diferença metodológica no pragmatismo, comparativamente ao existencialismo ou ao positivismo, modelo de pensamento claramente associado ao movimento moderno, reside na flexibilidade de adaptação a diferentes contextos, na multiplicidade de estratégias aceites e na suposição de que a instabilidade e a heterogeneidade são materiais criativos preciosos.

A abertura permissiva não é sinonímia de anarquia ou de promiscuidade; refere-se a uma aceitação, democratização e dinâmica de progresso, adequadamente apropriadas às sociedades globalizadas da contemporaneidade. A própria noção do binómio tempo-espço altera-se. O pragmatista privilegia o tempo presente, o tempo dos factos e das acções, do aqui e do agora. O passado e a história não são âncoras no lodo, mas ancoradouros de conhecimento acumulado que servem para informar; são pontos de partida

ou de chegada que permitem contextualizar acções presentes e destinos vindouros. O espaço não se encerra na edificação, é entendido como um “corredor de hotel” (W. James), onde se cruzam, num ambiente acolhedor e confortável, “propício para um habitar escassamente regulado, suavemente codificado” (Ábalos, 2003, p.183), o natural e o artificial, o artesanato e a tecnologia, a arte e a ciência, entre tantos outros.

O ambiente natural do pragmatista é um cenário “que promete aventura, prazer, crescimento, transformação - do próprio e do mundo - e, ao mesmo tempo, ameaça destruir tudo quanto temos, tudo quanto sabemos, tudo quanto somos” (Berman, 1988, p.36). O pragmatista tem plena consciência do potencial energético das transformações profundas. Ele entende a destruição metaforicamente, encarando a ruptura como promessa de futuro, como possibilidade de novas descobertas. Sem ser alienado ou insensível, bem pelo contrário, é munido de conhecimento e discernimento, que o pragmático se desprende das construções positivistas, ilusoriamente sólidas.

Desprovido de dogmas, o pragmatismo propõe uma abordagem pessoal e subjectiva do mundo: “o sujeito pragmático é uma criação artística individual de cada um sobre si mesmo, uma sucessão de experiências, metáforas e linguagens que constituem a própria identidade e em cuja maior riqueza reside sua plena realização” (Ábalos, 2003, p.176). Nesta realização também está veiculada uma ideia de progresso moral e social, e só será plena se orientada para uma cultura humanista; da essência do sujeito extrai-se o comum a todo o homem: corpo e espírito, razão e emoção, percepção e intuição. O acumulado de experiências e o produto da envolvente geográfica, social e cultural, poderão diferir substancialmente entre indivíduos, mas as suas alegrias e dores serão, ampla e eternamente, reconhecidas.

Na joalheria contemporânea são vários os exemplos claramente explícitos da atitude pragmática: o conceito de jóia em construção, que oferece a possibilidade ao fruidor de adaptar e continuar e transformar o objecto proposto; a jóia que é portadora do corpo, numa clara inversão de papéis, que se pode deslumbrar nas performances de Noam Ben-Jacov; a incorporação de objectos encontrados em novos projectos como em Fred Woell e Robert Ebendorf; o cruzamento disciplinar presente nos trabalhos de David Watkins, Anton Cepka, Fritz Maierhofer ou Friedrich Becker; ou, entre tantos outros exemplos, a parceria que se estabelece entre o joalheiro e o público, no projecto *Chew your own brooch*, de Ted Noten, levado a cabo no Museu Boijmans van Beuningen, em Roterdão, com a participação de cerca de oitocentas pessoas (cf. Astfalck, 2005, p.19).



Figura 15: Noam Bem-Jacov, *Room*, 1987, alumínio, nylon e aço. 175 x 280 x 250 cm.

Nos campos expandidos da arte, o contorno das fronteiras entre diferentes práticas são ténues e mal se reconhecem, confundem-se. A obra – tal como a verdade – é aberta, faz-se da simbiose entre actor e espectador, entre escritor e leitor; faz-se do diálogo estabelecido entre o emissor e o receptor. O processo e os meios utilizados pelo pragmático podem diferir, mas a proposta que apresenta, seja talhada de crítica, romance ou narrativa, será validada pela sua autenticidade, quer se constitua por matéria de especulação ou invenção, interpretação ou reinterpretação, ficção ou reflexão.

Na entrevista que Manuel Castro Caldas fez a Christoph Zellweger, a aventura intelectual e a experiência do joalheiro suíço revelam-se com nitidez. Christoph assume-se como pertencendo ao conjunto de joalheiros que (continuamente) questionam o significado de jóia, o que foi no passado e o que poderá vir a ser no futuro. Verdade (até ao momento) inquestionável – e que também ele defende – é a intrínseca relação que a jóia estabelece com o corpo; contudo, a crítica e a ruptura com as tradições instituídas não o parecem incomodar, chegando a afirmar que “a rejeição radical de tudo quanto veio antes, é uma ferramenta criativa” (Zellweger, 1999).

O excerto que se segue, retirado da citada entrevista, explicita a simétrica similitude entre o espaço que Zellweger ocupa enquanto joalheiro e o espaço pragmatista. Trata-se de um espaço sem lugares concretos, sem fronteiras nem verdades:

“O desafio consiste em implementar ideias para além do visível. Interessa-me uma certa ambiguidade; nada que tenha leitura objectiva e somente dois pontos de vista...interessa-me também a interdisciplinaridade. As fronteiras entre design, moda e política,

arte e filosofia não são estáticas. Existe movimento nas margens, e elas estão constantemente a expandir-se, a cair, e a ser repostas. Os espaços transfronteiriços interessam-me porque vibram. A joalharia pode orientar-se para a função prática e para o design, ser expressiva e pessoal, mas também pode ser conceptual, ser uma ideia” (idem).

Na sua obra, o interesse pelo corpo enquanto matéria acompanha a tendência do contexto actual. A manipulação do corpo, tal como a manipulação da realidade, são temas actuais, contudo, Christoph Zellweger concentra-se na primeira, e são as próteses em aço cirúrgico que lhe despertam os sentidos. Por um processo de desconstrução e nova contextualização, os fragmentos do interior do corpo transformam-se em jóias que se exibem pelo exterior.



Figura 16: Christoph Zellweger, *Body pieces*, 1996-1997, poliestireno expandido, prata com banho de cromo, tubo de silicone, 7-14 cm.

O trabalho, que Zellweger intitula de *Body pieces*, demonstra que uma reacção intuitiva aos materiais, às experiências do quotidiano, e ao meio envolvente circundante, podem conjugar-se numa força criativa motora, capaz de gerar um sistema de objectos, estética e conceptualmente poderosos. Um grupo de peças, em poliestireno expandido, surpreende pela sua leveza, inovação, e perícia técnica. A cada pequena bola de poliestireno (vulgo esferovite) corresponde, por analogia, uma célula; acopladas formam tecidos e frágeis corpos. *Nunca nenhum objecto me tocou tanto quanto ao olhar para um osso despido*, diz ele; e da contemplação nasce a obra, resultado do trabalho sincronizado entre o corpo e a mente.

Talvez seja a formação em escultura que motiva Zellweger a investir tanto na sua relação com os materiais, a tornar-se íntimo deles, adequando o tom e o toque, a pressão e a temperatura. Com eles aprofunda os conhecimentos técnicos, e por eles adequa, criteriosamente, as ferramentas com que intervém. Talvez seja um perfeccionismo obstinado ou descontraído, ou uma simples lição de vida, que o ensinou que, domando a matéria, consegue apaziguar os conflitos próprios de uma relação a dois.

Esta aprendizagem permitiu-lhe chegar aquele privilegiado ponto, em que consegue imprimir o traço preciso, aplicar o movimento motivado e singular, que no final, conferem à forma a fluidez perfeita. A obra de Christoph Zellweger, “a casa pragmatista” ou o “corredor de hotel”, são espaços de plurais referências; de mestiçagem intelectual, material e cultural, aos quais corresponde uma corporalidade de estética híbrida, gerada pela heterogénea mescla de citações. À luz da contemporaneidade, serão admitidas quaisquer orientações, linguagens e objectos, desde que bem fundamentados.

Uma das principais características da cultura contemporânea é a “relação singular com o nosso próprio tempo, que a ele adere e dele se distancia em simultâneo” (Agamben, 2010, p.20). É a dissolução das fronteiras que facilita o aparecimento de novos híbridos, e que possibilita viver na fusão do passado, do presente e do futuro; insistir em identificar a joalharia com determinada expressão – nomeadamente como sendo artesanato – apenas revela uma ignorância tão escabrosa quanto aquela que define o design como sendo um adjectivo formal de estética apelativa. Foi necessário chegar à contemporaneidade, a essa cultura-mosaico, para novamente haver um espaço exíguo, tímido e, de certa forma, elitista, onde coubessem certas tipologias de jóia, paralelas à comumente aceite, e sobre as quais só agora se começa a considerar. Esse tipo de distinção, é, de certa forma, discriminatória; uma versão actualizada das normas reais, que desta vez é decretada pelos mercados, governos, galerias, críticos, entre outros.

No seguimento a esta exposição, que procurou sintetizar o percurso histórico da joalharia, da sua génese à actualidade, da forma à matéria, do pensamento, tecnologia e *modus operandi*, formula-se a questão em torno da qual se procurará reflectir mais aprofundadamente no próximo capítulo. Se nos primórdios o adorno era fabricado com o material a que se tinha naturalmente acesso, e aos poucos, consoante as conquistas técnicas foram possibilitando a introdução de diferentes matérias e processos de fabrico, como, e porquê, se terá perdido o rasto dessa parte tão importante do património universal do homem, que diz respeito à singela jóia? Os escravos da história e os donos do mundo mantiveram refém a jóia uma aura da preciosidade e nobreza da matéria totalmente inconsistente, e simultaneamente, de perfeita solidez, que não dá sinais de afrouxar.

2.0. A percepção da jóia

Como tem vindo a ser dito, os objectos de adorno são particulares à espécie humana e com ela têm evoluído. O seu poder de atracção mantém-se imutável, continuando a seduzir como sempre. Em que reside o seu charme e quais as qualidades que se lhe evidenciam é a questão que em seguida se passará a tratar.

A multiplicidade de linguagens acompanha a diversidade dos públicos, porém, é mais frequente observar que as jóias produzidas a partir de matérias ditas nobres conseguem beneficiar da preferência da maioria. Será, então, que a valorização das propriedades associadas à matéria que as compõe, se sobrepõe à valorização das suas propriedades formais, conceptuais ou simbólicas, ou actuarão elas em simultâneo?

2.1. A jóia como objecto sedutor

O poder de atracção da jóia impregna-se dos valores culturais envolventes, que, indiscutivelmente, se encontram colados a uma escala de valor económico. A tendência natural para classificar e hierarquizar fez constituir uma *upper-class* dos materiais, de que constam aqueles que cativam a preferência da generalidade das pessoas, e que, por coincidência ou não, também são os mais valiosos no mercado. Clark Grahame, em *Symbols of excellence*, expõe alguns factos que poderão indicar pistas acerca da origem do mito nobiliárquico associado aos materiais utilizados na joalharia.

Segundo o seu estudo, as tecnologias não serviam propósitos meramente funcionais, operativos, mas foram sendo desenvolvidas para promover sistemas de valor nas esferas religiosa, política e cultural. Diz Grahame que o homem é o único ser que junta, recolhe e exhibe materiais exóticos da natureza com o intuito de se embelezar, de se destacar e diferenciar. Assim, facilmente se compreende que, tal como a uma criança, as matérias de cores fortes e brilhos intensos tivessem sido, desde os primórdios, as melhor consideradas. O facto das qualidades lumínicas terem sido as mais destacadas, indicia que o órgão que as reconhece, teria que ser aquele onde se depositou a superlativa responsabilidade pela sobrevivência.

No desenrolar do processo civilizacional foi sendo instituída uma hierarquia de valor e preciosidade dos materiais, cujo atractivo e apelo aos sentidos, assentando invariavelmente na cor, textura, ductilidade, dureza e durabilidade, se colou às qualidades lumínicas que, associadas à raridade, a determinaram a configuração de “símbolos de excelência” (cf. Clark, 1986, p.6). No

entanto, esta classificação não pode, nem deve, ser entendida como universal.

A história da joalharia, e dos materiais que a configuram, necessitam de ser, social e culturalmente, contextualizados. No Japão, por exemplo, o brilho intenso não é apreciado. Ali, o simples facto de “observar um objecto reluzente” transmite mesmo uma certa repulsa e “um certo mal-estar” (Tani-zaki, 2008, p.24). Houvesse sido a cultura nipónica, e não a ocidental, a domar o mundo, e estaríamos a apreciar, e melhor considerar, materiais, acabamentos e superfícies totalmente distintos do que comumente se faz. As diferenças expandir-se-iam a todas as esferas, afectando, igualmente, a forma de vestirmos, de nos alimentarmos, habitarmos, e toda a estrutura política, religiosa, artística ou económica (idem, p.22). Estes aspectos da cultura material foram chamados com o intuito de re-afirmar a pluralidade e diversidade estética, refutando a universalidade de cânones globais da política de gosto.



Figura 17: Chōjirō, taça de chá em raku negro e terracota, século XVI.

A proxémia poderá servir para enriquecer o projecto e a metodologia projectual criativa, dotando-os de multiculturalidade ou aculturalidade. Deveria ser manipulada como ferramenta activa por quem projecta, procedendo à incorporação de estímulos plurisensoriais, activando diferentes acuidades e matrizes perceptivas e agregando contributos transversais. “Tal como a diversidade de espécies é necessária à vida, o pluralismo cultural é um imperativo em matéria de civilização” (Lipovetsky & Serroy, 2010, p.160), extremamente enriquecedor em toda a actividade que produza bens materiais e culturais.

Deveria ser permanentemente praticada, e concretizada, uma consciência social global e partilha multicultural, de forma a obter o máximo sucesso em todos os processos de integração social. As desigualdades sociais, as discrepâncias económicas e de acesso à educação, saúde e alimentação, devem ser combatidas; e as diferenças religiosas, étnicas ou de orientação sexual respeitadas. Deixemo-nos, de uma vez por todas, de oscilar na bipolaridade relativamente a matérias tão sérias e determinantes. Encarem-se as questões concretas, que afectam o Eu, o Outro e o espaço entre ambos, sem ironia nem falsidade.

2.2. Mitos e realidades em torno da jóia

Se analisarmos, correcta e imparcialmente, o legado e percurso histórico da jóia e dos materiais que incorpora, somos facilmente obrigados a reconhecer que certas substâncias foram ganhando um estatuto assente em mitos e crenças edificados no imaginário colectivo, que em muito ultrapassa a sua condição física.

O homem do alto paleolítico utilizava as ossadas dos animais para fins diversos. Do conjunto do tecido ósseo do mamute, as presas seriam a parte mais densa e difícil de trabalhar. E sendo a mais resistente, ao invés de ser utilizada para o fabrico de utensílios, era a parte reservada ao fabrico de adornos e de pequenas estatuetas, o que indicia a preferência por essa ordem de objectos. Esses estimados objectos ficavam assim impregnados da majestade e força da besta, e demonstravam também, a força e valentia necessárias à sua obtenção.



Figura 18: Taças em chifre de rinoceronte esculpido, com motivos vegetalistas e cena de caça, séculos XVII-XVIII, c. 15,5 cm.

De longa data existe a crença de que certas substâncias raras, ou difíceis de conseguir, possuem propriedades mágicas, terapêuticas, profiláticas

ou afrodisíacas, o que incrementa o mito em torno delas. Corno de rinoceronte, barbatana de tubarão, testículos ou dentes de tigre, são algumas delas, mas também em metais e minerais muito muito utilizados na joalheria. O coral, por exemplo, era tido como eficaz na resolução de problemas vários de pele, o ouro em fístulas e úlceras, o azeviche no combate à histeria, o âmbar bom para asma e estômago, a calcedónia tida com canalizadora de boas vibrações e vitória, o topázio para o bem-estar, a ametista contra o alcoolismo, a safira contra fraudes e mau-olhado, o jade para os rins, entre tantas e tantas outras curiosidades (Clark, 1986, pps.83,84).

A partir do século XVII a maior parte destes mitos caiu, no entanto, ainda subsistem alguns deles no cerne das sociedades ocidentais ditas civilizadas, como é o caso da simbologia das pedras associadas ao horóscopo solar. Também os cristais mantêm um certo estatuto místico, por se acreditar que possuem propriedades ocultas catalisadoras de boas vibrações, emoções, sorte e amor, levando a que se promovam curas através deles. Tudo isto leva a crer que entre os homens ainda há, e provavelmente sempre haverá, lugar, ainda que exíguo, à magia e ao misticismo, ao imaginário e à fantasia.



Figura 19: Hugo van der Goes, *A Virgem e o menino*, c.1500, óleo sobre tela, 48,3 x 38,1 cm. National Gallery, Londres. Ofereciam-se às crianças objectos em coral, por se acreditar que protegiam do mau olhado.

Da caçada de subsistência do mamute à caçada massiva pelo marfim do elefante inscreve-se o percurso do homem. Como já se disse, são conhecidas e documentadas trocas de objectos e difusão de matérias por amplas áreas; contudo, foram-se mantendo circunscritas até às grandes epopeias marítimas, que do século XV em diante, estabeleciam a ligação entre o velho e o novo mundo, entre o ocidente e o oriente.

Os materiais orgânicos foram na pré-história e são, nas sociedades mais “arcaicas”, os mais utilizados em peças de adorno: penas, pêlos, conchas ou sementes; marfim, corno de rinoceronte, coral; azeviche ou âmbar. O comércio de alguns destes materiais, provenientes de certas espécies de animais, foram comercialmente interditados porque, ao atingirem no mercado um valor elevado, tornaram-se perigosamente apetecíveis por serem altamente rentáveis, tendo a caça ou recolha excessivas provocado o declínio, ou mesmo a extinção, de muitas espécies.

Os primeiros objectos de adorno encontrados - braceletes, pendentes e colares - datam do paleolítico e mesolítico e são compostos de materiais de origem orgânica. Presume-se que serviam múltiplas e simultâneas funções, a do embelezamento, identificação de hierarquias, tribos, papel social, estado marital e acompanhavam os mortos na sua derradeira viagem.

Um dos materiais mais utilizado nesta altura eram as conchas. Os ornamentos encontrados nos depósitos arqueológicos do Reno e do Danúbio mostram que a espécie preferida para esta aplicação era a *Spondylus Gaed-eropus*, oriunda do Mar Egeu. A profusão da área em que se encontra é surpreendente para a época, já que abrange praticamente toda a Europa central, numa área de cerca de 1700km (cf. Clark, 1986, p.9) o que permite concluir que a diáspora e trocas entre os povos é mais antiga do que supostamente se faz crer. O facto de se oferecer o melhor que se tinha a outras tribos, facilitava a aproximação *ao outro*, promovia o bom relacionamento e o estreitamento de laços, e, em certa medida, fomentava a partilha.

Na China, parte de África e Ásia a *Monetaria Moneta* foi utilizada por largos séculos como moeda de troca, havendo sido substituída somente no primeiro milénio AC, por moedas de bronze (cf. Clark, 1986, p.25). Para esta mudança contribuiu a descoberta de grandes vagas de univalves da espécie que destabilizaram “as finanças” da época. Contudo, conforme narrado por Marco Polo, a *Monetaria Moneta* ainda se encontrava em circulação no decorrer da dinastia Shang, já no século XIII!

À medida que o avanço do neolítico ocorria, desenvolviam-se as técnicas e ferramentas para transformar o meio. Idade da Pedra, do Bronze e do Ferro, novos materiais, novas técnicas, novas possibilidades. As primeiras moedas que se conhece são do século 8 A.C., da Grécia, cunhadas de uma liga de prata e ouro em partes iguais conhecida por *electrum* (idem, p. 101).

Figura 20: As primeiras moedas cunhadas conhecidas, em electrum, Grécia, 600 A.C.



O valor-moeda foi associado ao metal, por ter um potencial imenso para acompanhar os novos desígnios do Homem. Foi preterido para esse fim, ao invés das conchas ou pedras, por razões de ordem prática como transporte, identificação, manuseio e resistência. O metal homogeneiza-se, marca-se facilmente, e oferece a possibilidade de ser reciclado, fundido e refundido vezes sem conta, não se perdendo nem se estragando; é um valor-substância-seguro.

No tempo de Alexandre Magno, a documentação histórica ganha consistência, e vai testemunhando a passagem de valores simbólicos e materiais entre culturas. Enquanto que na Europa e grande parte de Ásia o ouro era a matéria preferida, na China e Mesoamérica, o jade ocupou por largo tempo esse lugar, mesmo com todas as condicionantes de manuseio e transformação. Curiosamente, o Japão nunca sucumbiu aos encantos de um nem doutro, preferindo o brilho profundo da laca e o calor da madeira.

A preferência por determinado material, comparativamente a outro, varia no contexto espaço-temporal e social. O coral, de vermelho intenso, que abundava no mediterrâneo era mais valorizado na China do que ali, de onde provinha. Os navegadores europeus, prevendo que iria bem com peles escuras, trocavam-no, também com grande proveito, nas costas da África ocidental. O âmbar era muito apreciado em Inglaterra e na Rússia, onde foi declarado material da coroa, requerendo a sua exploração uma licença especial. De cor e brilho oleosos e maciez ao toque, essa resina de combustão lenta, libertadora de aroma agradável e com propriedades electromagnética é famosa por cobrir uma sala de palácio dos *czares* da Rússia; contudo, na China, nunca foi muito apreciado. Tanto ali, quanto do outro lado do planeta, pela Mesoamérica, o jade era o mais desejado. Os chineses tomavam-no em pó para o seu fortalecimento, e também os astecas acreditavam que possuía propriedades terapêuticas; um pouco mais para norte dali, na Califórnia, já não era particularmente valorizado, sendo utilizado no fabrico de objectos do quotidiano, de cariz marcadamente utilitário.

O azeviche, madeira vegetal fossilizada, também apelidada de âmbar negro, foi por largo período, do neolítico ao século XIX, bastante utilizado. Por seu negro profundo, conotava-se aos estados de dor e de luto, muito em voga na época vitoriana. Com o fim desta, o seu uso eclipsou-se. O ouro, por todas as propriedades já enumeradas e encontrando-se espalhado um pouco por todo o globo, também faz parte da história universal do homem, que o usou com regularidade. A platina, que a Inglaterra só chegou no século XVIII, nunca teve a mesma aceitação do ouro, da cor do sol e da vida. Tendo o ponto de fusão a 1755°C, aproximadamente mais 700°C que o do ouro, as técnicas arcaicas impossibilitavam a sua fundição e manuseio, o que poderá explicar, em parte, a sua omissão por largos séculos no legado da jóia.

O diamante foi sendo parcamente utilizado até ao final do medievo, já que não havia conhecimentos tecnológicos que permitissem a sua manipulação, sendo, por isso, utilizado até essa altura, em estado bruto. Diamante deriva do grego *adamas*, o invencível. Facto incontestável segundo a escala de dureza dos minerais, a *Escala de Mohs*⁴. Embora o diamante seja a mais dura das matérias naturais que se conhece, também é frágil, porque, devido à sua estrutura molecular, pode ser facilmente clivado. Se a força de clivagem for exercida num plano que acompanhe a estrutura octaédrica por que se orientam todas as fibras que o compõem, facilmente parte. O jade, sendo muito menos duro, é mais difícil de partir que o diamante devido à sua estrutura composta por fibras multidireccionais que se interpenetram (cf. Bari & Fritsch, 2001, p35).

No fim da Idade Média, a importância que era atribuída ao diamante, esse antigo e duro material que acompanha o início e o fim de todas as civilizações, sofreu uma mudança brusca, pois passou a ser possível lapidá-lo e poli-lo, extraíndo dele toda a refração lumínica que se reconhece. Desde então, e a passo firme, tornou-se a mais desejada das matérias, aquela que está acima de todas as outras.

2.3. Uma visão (des)actualizada

Thomas More foi proeminente figura da corte de Henrique VIII, da Inglaterra do século XV, até ter assumido posição contrária à do rei, que legalizou o divórcio para possibilitar a escalada predatória de esposas. More, mais que um católico fervoroso ou escritor, era um humanista de visão. *Utopia*, a sua obra mais conhecida, é uma pequena parábola cheia de pequenas delícias, verdadeiramente sábias e encantadoras.

“Utopia” é o nome de uma ilha imaginária que More constrói, onde

⁴ Mohs foi um mineralogista austríaco que no início do século XIX, com os poucos meios que dispunha, elaborou uma escala que dividia em dez níveis a dureza dos minerais. Contudo, esta divisão, ainda que não falaciosa, é algo redutora; então, posteriormente, fazendo perfurações com brocas de diamante aos minerais de referência, fez-se corresponder valores de Mohs em abcissa, a valores em ordenada, que vão de 1 a 10000, e que correspondem escala de Knoop. Assim, é traçado um gráfico dos valores reais de dureza dos minérios que mostram que o talco é o mineral menos duro (1:2,4) e que o invencível diamante se encontra no topo (10:10.000). Para se ter uma noção do que isto representa, acrescenta-se mais um termo de comparação: no degrau de dureza anterior ao diamante encontra-se o corindo, família à qual pertencem a safira e o rubi, com 9:2.060!

existe um reino mais-que-perfeito que é descrito através do relato de Rafael Hitlodeu. A obra, prestes a completar quinhentos anos, mantém-se actual e uma referência inquestionável da boa conduta humanista-universalista.

São citados excertos que ilustram a metáfora em trânsito. Vejamos as seguintes passagens que revelam a profunda sapiência destes habitantes: os utopianos utilizam o ouro e a prata para o fabrico corrente de objectos, como “vasos de noite” e algemas para os condenados. Eles consideram-nos materiais inferiores ao ferro, porque *este é tão útil ao Homem como o é a água ou o fogo*. Quando os embaixadores dos países vizinhos, adornados de ouro e prata, desembarcaram em Utopia, divertiram as suas gentes, que os viam como uma espécie de bobos da corte, tão carregados de brilhos e plumas.

Acerca do valor atribuído à matéria dizem: “a natureza não deu ao ouro e à prata virtude, cuja falta tenha inconvenientes para o homem, e foi a loucura humana que lhes deu tão grande valor, pela sua raridade. A natureza, pelo contrário, como mãe providente e amante, oferece a descoberto as coisas melhores e mais necessárias: o ar, a água, e o próprio solo. E escondeu no seu seio os produtos vãos e inúteis” (cf. More, 1995, p.85).

Os utopianos brincam e usam as pequenas pedras, de brilho colorido, como berlindes. “Apanham pérolas no mar e recolhem diamantes e pedras preciosas em certos rochedos, contudo não os procuram, mas se os acham, gostam de os polir e lapidar. Adornam com eles as crianças, que nos primeiros anos de vida se orgulham de usar tais ornamentos, mas, à medida que vão avançando em anos e inteligência, vendo que só apenas em criança se usam tais frivolidades e brinquedos, libertam-se deles espontaneamente, sem esperar pela ordem dos pais, tal como entre nós, quando se cresce, se abandonam os brinquedos, bolas e bonecas” (idem, p. 86).

Os utopianos praticam e estranham certos comportamentos:

“Espantam-se os Utopianos que alguém seja tão louco que se delecte com o brilho incerto de uma pérola ou pedra preciosa, quando se pode olhar o brilho das estrelas e a luz do Sol; ou que alguém seja tão tolo que se considere mais nobre por se cobrir de lã mais fina, a mesma lã – por mais fina que agora seja – que um carneiro um dia usou e nem por isso deixou de ser carneiro. (...) Mas o que mais estranham e detestam é a loucura dos que prestam honras quase divinas aos ricos, pelo simples facto de serem ricos, sem lhes serem, no entanto, devedores de nada, nem deles terem nada a temer; conhecendo para mais a sórdida avareza desses ricos e sabendo que, enquanto eles viverem, nem um soldo do seu soldo lhes virá parar à mão” (More, 1995, pps. 86-89).



Figura 21: Hieronymus Bosh, *O paraíso terreno*, volante esquerdo do tríptico de *O jardim das delícias*, óleo sobre madeira, 220 x 97 cm, século XV. Museu do Prado, Madrid.

A vaidade é, para os Utopianos, um falso prazer: “porque se julgam certos homens melhores que outros pelos fatos que vestem, pelos bens que possuem? É duplo equívoco: não só julgam melhor a lã fina que a grossa, como se assumem superiores, procurando reverência e reconhecimento. Ora o prazer não será o mesmo ao olhar uma pedra falsa que os seus olhos não conseguem distinguir da verdadeira? Deveriam ter ambas para quem as vê o mesmo valor que para o cego, que as não vê”. Por fim, uma pergunta em aberto: “Que prazer se tira de um homem que nos tira o chapéu ou nos dobra o joelho? Aliviará isto a dor da gota ou a febre da vossa cabeça?” (idem, pps. 94- 95)

2.4. O papel de diferenciador social

A pouco e pouco a verticalização dos grupos sociais foi tomando forma, em virtude do nível de especialização, do poder político, religioso ou económico dos seus elementos. No decorrer do processo civilizacional, consoante se passava das organizações sociais mais simples às mais complexas, das matriarcais às falocêntricas e do feudalismo ao mercantilismo, a tendência de copiar o modelo superior manteve-se, mas também foi sofrendo mutações.

Se, como sugere Grahame, a joalharia é a imagem e reflexo de uma ordem social (cf. Grahame, 1986, p.11), a transição para os estados democráticos de organização capitalista, e as mudanças drásticas na estrutura social que isso despoletou, deverão estar presentes na configuração e entendimento actuais que se faz da jóia. Observemos em seguida o que acontece na telecracia das sociedades actuais, e de que forma, ou formas, são estabelecidos os padrões e sinais diferenciadores exteriores.

O traje e a jóia foram, por largos séculos, projecções públicas do Eu, que identificavam cada indivíduo no seio da sua comunidade, promoviam o reconhecimento e posição social e serviam como marcadores de estatuto. Hoje esse papel é, em larga parte, ocupado pelos novos *gadgets*. O que hoje se usa junto ao corpo são essas próteses tecnológicas que ampliam as capacidades do homem – tal como outrora se procurou fazer com a própria jóia – possibilitando-lhe abraçar de uma só vez todo o mundo, aceder em simultâneo aos seus universos particulares, entretê-lo, comunicar, alternar entre o passado e as novas promessas de futuro. E, o acesso a tudo isto, feito pelo esforço mínimo de um deslizar de dedo, sobre um ecrã de poucas gramas, que se leva em qualquer bolso. Estes super-objects tornaram-se os mais cobiçados, e são eles que, na esfera pública das metrópoles, melhor indicam a que tribo cada qual pertence.

A joalharia, seja inteiramente nascida da mão ou da máquina, mantém o mesmo registo de proximidade e intimidade com o usuário que sempre a caracterizou. As suas particulares características de familiaridade, reconhecimento, identificação e configuração são aproveitadas por indústrias várias, para oferecer aos seus potenciais consumidores, o produto perfeito: simultaneamente sedutor, confidente, onnipresente e plurifuncional; como no caso da pulseira-pen-relógio-telefone desenvolvida pela “LG”.

O mito de que a abundância e a diferenciação, obtidos através dos bens de consumo, são permanentes, (já) não convence, levando apenas ao incremento do poder do mais forte sobre o mais fraco. Embora a concorrência que a jóia enfrenta, pela atenção do consumidor, seja grande, existe, pela perspectiva do usuário, um *gap* que, por enquanto, parece intransponível.

Ao contrário de uma jóia, estes *gadgets* são produzidos para durar

tanto quanto um suspiro. A fugaz existência é condição absoluta e generalizada nos produtos que invadem o mercado, porque é dela que ele se alimenta, com o intuito de perpetuar o lucro. Na relação que se estabelece entre estes novos objectos e o usuário, o compromisso e *real* afectividade são de imediato cessados se, em condições ideais, houver acesso a um *upgrade* no equipamento ou na aplicação. A relação com a jóia, pelo contrário, premeia uma permanência, vínculo e fidelização consistentes, muitas das vezes plurigeracionais.

Desde finais da Idade Média que o costume de enterrar os mortos com seus pertences e objectos mais queridos, entre os quais as suas jóias, caiu em desuso devido à usurpação de túmulos, contudo, é facilmente imaginado que, a ser prática corrente na actualidade, seria muitíssimo mais usual manter uma aliança no dedo de quem fosse a sepultar, que o seu multifuncional companheiro. Nesta situação extrema, a escolher entre jóia ou *gadget* escolher-se-ia a jóia; preferencialmente rara e preciosa. Mas se houvesse que escolher entre esta, desprovida de carácter, e outra, de material corrente, mas de alto valor afectivo e simbólico, a escolha recairia provavelmente sobre esta última.

É o célebre paradoxo particular da espécie: o homem não se alimenta de diamantes nem sacia a sua sede com ouro negro ou amarelo, mas por eles mata e guerreia impiedosamente, com ganância e fúria selvagens; negligenciando, conspurcando e destruindo no processo muitos dos recursos, naturais e humanos, essenciais à sua subsistência. Pode dizer-se que para além do mito nobiliárquico sobre a matéria pulsam outros, ainda mais antigos, como o mito das propriedades mágicas. Talvez a escolha de uma jóia não seja determinada apenas pelo critério estético, mas, como Clark Grahame sugere, motivada pela superstição e desejo, ainda que afectada pelo binómio diferenciação e identificação social, e claro, pelo valor económico.

3.0. A dimensão semântica da jóia

Antes de avançarmos, é tempo de estabelecer um perímetro em torno de um conceito fundamental: o que se entende por uma jóia e qual o papel actual da joalharia. Todas as linhagens da joalharia serão aqui entendidas como parte integrante, e actuante, desta mesma questão, trate-se de joalharia de autor, de aeroporto ou de passarela. O conceito de jóia é altamente individualizado, como tal, torna-se difícil gerar uma opinião consensual: diz respeito ao objecto e ao acto de adornar o corpo, tão particular da espécie humana. Diz respeito à interacção entre estética, simbolismo e poder, na relação entre jóia e corpo. A jóia pode também invocar e concentrar múltiplas funções, práticas ou simbólicas, ou ter somente o propósito de embelezar. Mas pode também ser tudo isto ou nada disto.

A jóia actual conserva parte do capital simbólico, ainda que com diferente expressão que o adorno, ou a jóia primordial, tinha. O processo civilizacional determinou um mapa-múndi com diferenças que não se esgotam na geografia e na territorialidade. Foram, são e serão muitos os factores de interpenetração cultural; embora a proxémia seja palpável, entende-se que já não existirão muitos exemplos de sociedades virgens, sem marcadores culturais mestiços. Existem denominadores comuns, potenciados pela *world wide web*, que permitem identificar uma sociedade globalizada.

Neste largo grupo, é facilmente verificável que o desempenho de reconhecimento e identificação social é feito muito mais subtilmente que antes, seja pela jóia, seja por qualquer outro objecto de consumo. Não quer isto dizer, que não se emitam sinais de pertença e de diferenciação, mas são menos óbvios e ruidosos, dada a profusão e diversidade da oferta. Habitar em determinada cidade, zona ou habitação, pode denunciar determinada condição económica ou de estatuto, que é possível manter no anonimato.

Os sinais visíveis e portáteis de riqueza, posição social e marital, de crenças e doutros géneros, não são tão facilmente identificados, por variadas razões: o acesso à maioria dos bens e serviços é praticamente generalizado, democratizado e possível a todo o grupo; existe o fenómeno *moda*, que permite encenar características ilusórias; porque muitos destes pertences nem sempre se expõem ou pela dificuldade em distinguir as cópias do original. Também ocorrem falsas interpretações dos sinais exteriores revelados, devido a uma intencionalidade, premeditada ou não, do emissor, que usa e/ou se serve de objectos, bens e serviços, indevidamente; se move por espaços de acesso reservado, ou recorre aos mais variados créditos e esquemas fraudulentos.

Os objectos de adorno, nas pequenas sociedades tribais, desempenham um papel de apresentação pública e continuam a ter uma importância

vital na organização social do grupo. Aí, essa apresentação é pouco dada a manobras, devendo ser explícita, imediata e fidedigna. Na sociedade global partilhada, o papel de identificador social através jóia é mais discreto mas também presente: mais do que informar características individuais, serve para inscrever o indivíduo num determinado grupo, convertido num *target* que será atentamente trabalhado pelo mercado.

A definição que cada pessoa guarda de jóia talvez possa definir a própria pessoa. Para Marcia Pointon, as jóias são artefactos preciosos de pequena escala, onde confluem de forma ímpar a matéria natural e o saber fazer, as ideias e os sentimentos do homem. A missão da jóia é mais profunda que a mera ornamentação ou decoração, ela é a representação de uma acção ou intenção e participa no sistema das trocas sociais (cf. Pointon, 2009, pps. 1-4). A jóia é um objecto com que se estabelece uma relação íntima, que se concretiza no e para o corpo, que é *anti-moda* e precioso.

A moda vive da imagem e para a imagem, na construção artificial do eu para o outro, “testemunha a capacidade dos homens para mudarem e inventarem a sua maneira de aparecer” (Lipovetsky, 1989, p. 45). Embora este artificialismo possa ser praticado com, e na, joalheria, é, quase sempre, substituído pela autenticidade das relações honestas. Entende-se a jóia como *anti-moda* por se tratar de um objecto que, ainda que incorpore o espírito da época, e seja permeável a certas tendências de mercado, não se prostra a ela, nem tão pouco é produzida e consumida por impulsos sazonais.

A preciosidade é uma construção e, como qualquer construção, deve ser entendida como ilusória, no sentido de obedecer a convénios culturais, artificialmente fabricados e manipulados. A preciosidade que se propõe para a jóia ultrapassa a matéria que a compõe. Ela é o produto de todos os factores: o cuidado, entrega, empenho e riqueza aplicados na idealização, na execução, na manutenção, na distribuição e comunicação, até que encontre o seu destinatário. Pressupõe uma entrega limite por parte de quem a produz, em todas as etapas do seu crescimento.

A relação que se estabelece com a jóia é íntima e de sentido de pertença: é intensa e profunda, construída corpo a corpo. Existe uma componente de estima, responsabilidade, desejo e dependência, que sendo comum à relação com muitos *gadgets* se distancia dela, pois procura estabelecer vínculos para a vida. Contrariamente a estes e ao vestuário, que são trocados pelo último modelo ou actualização, a relação com a jóia, de uma forma geral, quer-se eterna. “As roupas usam-se e deitam-se fora, mas as jóias permanecem toda a vida” (Hinks, 1969, p.10), por serem, talvez, a parte visível e materializada dos afectos entre pessoas e gerações, de significados, segredos e memórias.

A joalheria permite uma exibição pública de desejos privados, de forma silenciosa e cúmplice, quase lasciva, sem haver por parte doutrem

qualquer julgamento, intromissão ou invasão da intimidade. Dada a complexidade e riqueza da relação, que é estabelecida para perdurar o tempo de várias vidas, a proveniência ou o autor do objecto são parte quase omissa do processo. A jóia perdurará no tempo e nela ficarão gravados corpos, acções e emoções. Esta é uma misteriosa capacidade reservada a alguns eleitos. Difícil chegar à definição categórica de *jóia*; contudo, “a maior parte das pessoas reconhece uma (jóia) assim que a vê” (Odgen, 2006, p.5).

3.1. A percepção das jóias pelos invisuais

A percepção da jóia é, tal como a percepção da realidade, idiossincrática; no entanto, é possível encontrar inúmeros dados, factores e fenómenos partilhados que permitem dizer, que, por serem pontos de contacto, se assumem como *A realidade* e *A verdade*. Tendo sido expostos alguns pontos acerca do percurso histórico da jóia, nos seus aspectos formais, simbólicos e materiais, julga-se ter gerado um panorama abrangente e esclarecedor acerca do que *a realidade* contemporânea entende por jóia.

Mas se a cor e o brilho sedutores da jóia são reconhecidos pela visão e se o conceito de preciosidade que lhes está associado, é culturalmente construído, então como a percebem os invisuais? Sendo a percepção da jóia iminentemente visual, aqueles que não reconhecem as propriedades lumínicas, poderiam evidenciar ou evocar outras.

Procuramos saber junto a Mariana Rocha, de 32 anos, casada, advogada, nascida invisual, qual o entendimento que fazia da jóia. Mariana enquanto vice-presidente da ACAP, Associação de Cegos e Amblíopes de Portugal projecta na sua voz muitas outras.

Através do contacto directo, foi possível detectar que existe uma opinião surpreendentemente próxima à que os visuais emitem, embora desse maior importância a determinadas questões que se crê terem vindo a ser negligenciadas. A percepção que um invisual faz da jóia reproduz, afinal, a mesma realidade mas sobre outra perspectiva. Actua como uma metáfora que leva ao debate questões mais profundas que aquelas que se circunscrevem ao objecto e que afectam vários aspectos sociais e culturais.

Transcrevemos o diálogo que ilustra a opinião e percepção que Mariana faz acerca da jóia:

Usa jóias?

Jóias?! Não tenho muitas...a aliança e pouco mais...tenho algumas oferecidas.

E objectos de adorno?

Isso tenho mais: brincos, colares, pulseiras...

Que propriedades mais valoriza na escolha de uma peça?

A forma, conforto, o material.

O valor económico é uma mais-valia?

Claro, é preferível que as jóias sejam valiosas.

Consegue distinguir se os materiais, de que são feitas as jóias, são preciosos?

Pelo tacto não, se comprar em lojas próprias, confio que sejam de ouro ou prata.

Então porque as prefere?

Por razões óbvias, são mais valiosas. Não sou imune à perspectiva económica. Prefiro-as, porque assim é a sociedade onde nos inserimos, que destaca e determina sempre o valor das coisas.

A sedução da jóia faz-se, para nós dotados de visão, sobretudo através da luz e da cor; e para si?

Dou muita importância à textura e à forma. Escolhi a minha aliança de casamento pelo relevo que tinha. Eram quase todas lisas e esta tem esta linha no meio.

Considera a jóia um objecto sedutor?

Sim, as pessoas sentem-se mais bonitas e por isso os outros também o sentem. Gosto de usá-las, são algo que embeleza. Um pouco de vaidade não faz mal a ninguém, gosto de estar e sentir-me bem, bonita; embora invisível também me preocupa a imagem que os outros têm de mim.

E considera que existem materiais mais desejáveis do que outros?

Claro que sim, há materiais desconfortáveis, pouco agradáveis ao toque; e há peças que não são nada práticas. São razões para não as usar.

E a inserção da jóia, ou deste tipo de objectos, na esfera simbólica do invisível; nos aspectos que estão para além da matéria, parece-lhe idêntica?

Penso que é a mesma coisa. Uso sempre a aliança e este fio (com uma cruz). Também valorizo uma peça se for oferecida por alguém especial. Guardo com carinho um alfinete e uma pulseira que eram da minha avó. Gostava muito dela.

Que proporia para melhorar o design de uma jóia?

De uma jóia e não só! As coisas são feitas sem pensar em quem tem dificuldades e em quem precisa de cuidados especiais. Seria desejável que as coisas fossem pensadas em função todos os que as usam e de todos os sentidos, de forma a tirar o máximo proveito de todos eles. Pensar de forma inclusiva, com preocupação para quem não vê, ou não ouve, quem anda em cadeira de rodas...

Das peças que está a usar, se só pudesse manter uma, qual escolheria?

A minha aliança de casamento, sem dúvida.

Muito obrigado.

Na análise a esta entrevista destacam-se pontos bastante significativos. Desde logo, o entendimento de que a entrevistada faz acerca do que é uma jóia. A resposta que deu, ao perguntarmos se usava jóias, revela a mítica que está criada em torno deste género, como algo bastante exclusivo e muito particular. Para ela, que usava alguns objectos de adorno, a jóia era mais pensada como algo precioso, fosse pelo laço sentimental estabelecido, como a aliança e as jóias oferecidas, fosse pela preciosidade do objecto.

Embora admitisse não distinguir a nobreza dos materiais, tal como se previa⁵, assumiu que a preferia, pelo valor económico associado. Isto evidencia o grau de contaminação que a percepção da joalharia apresenta, de aspectos de construção cultural e de estruturação social, edificados sobre a égide do mercado e do dinheiro.

Os aspectos físicos que evidencia na jóia, quando interage com ela, são o conforto, a riqueza da forma, a textura e topografia. Ao apreender o objecto através do tacto, tocando-o com *mãos inteligentes*, reconhece-lhe profundidade e valoriza significativas propriedades. O conforto, o aconchego da jóia no corpo, ganham maior importância que o brilho e a cor, altamente confundíveis e enganadores.

A jóia é entendida como um objecto sedutor, que acentua a beleza e também a força e o poder de sedução do portador. Um dos pontos mais surpreendentes desta análise segue-se a isto, e prende-se com o facto de os

⁵ No decorrer do ano curricular, em Metodologias de investigação, promoveu-se uma experiência no seio do grupo. Vendo os olhos a colegas e professor, procurou-se verificar se era possível distinguir a qualidade dos materiais para além da sua classe: pedra, metal e madeira. À excepção da madeira, cujo aroma, por ser mais familiar, suscitou algumas tentativas aproximadas de resposta; a pedra e o metal entenderam-se, por todo o grupo, totalmente inclassificáveis, nominal e hierarquicamente.

invisuais também se preocuparem com a imagem que projectam aos olhos de quem os vê. Também eles praticam a vaidade e também eles se servem da jóia para complementar a sua imagem, melhorando-a. Ao usarem uma ou mais jóias sentem-se também mais bonitos, e, talvez por isso, também os outros os vêem melhores. Em suma, a importância da imagem que o próprio faz de si, e a que os outros vêem, parece ser transversal e desconhece barreiras, mesmo as de condicionante física.

Outro aspecto em comum, entre visuais e invisuais, bem mais expectável, é a importância que as jóias sentimentais e simbólicas têm. O valor emocional que se atribui a uma jóia, seja por selar um compromisso, por estabelecer uma crença, por lembrar um momento ou uma pessoa especial, é dissociado do material e do valor económico. O sentido de pertença, tal como os laços parentais, não tem preço e mantém-se cotizado no topo.

Relativamente a propostas que a *M.* lança, de forma a beneficiar o projecto de uma jóia, e também a percepção que dela se faz, estende-se a todos aos demais produtos e equipamentos. Sem querer cair em clichés, diz ser fundamental que para este novo milénio seja praticado um design inclusivo, não no sentido comiserativo de servir velhinhos e cegos, mas para beneficiar o maior número de destinatários, independentemente das suas fragilidades, oferecendo objectos e experiências sensoriais, perceptivamente enriquecidas e enriquecedoras.

Propõe-se que se introduzam as diferentes acuidades sensoriais, enquanto se elabora um projecto, para que o resultado final beneficie todo o usuário, independentemente de ser dotado do sentido da visão. Por se tratar de sentidos de reconhecimento da forma, é fundamental cruzar permanentemente a perspectiva da visualidade com a da tactilidade, apurando a relação entre o olhar e o tocar, insistindo na activação e estimulação deste, que vai definindo, em detrimento do imediatismo do primeiro.

3.2. Invisuais no mundo dos visuais

Façamos uma experiência, fechemos os olhos. Ao fazê-lo, não nos tornamos invisuais mas apagamos o mundo, e com ele apagam-se todos os estímulos visuais a que estávamos sujeitos. Cegamos perante a realidade, ampliam-se as distâncias e tudo muda. Abramo-los novamente e confortavelmente tudo volta ao sítio. Mesmo que se permaneça por mais algum tempo de olhos fechados, mesmo no espaço de um largo sono, sabemos que ao abri-los novamente, tudo continua lá; mas e se assim não fosse?

Através do relato pessoal de John Hull, no livro intitulado *Touch-*

ing the rock, entramos num mundo visto às escuras. Hull, professor de estudos religiosos na Universidade de Birmingham, que desde tenra idade sofria de problemas de visão, aos quarenta e cinco anos, acaba por perdê-la por completo. Casado e com quatro filhos muito pequenos, escreve num diário as confissões, angústias, dúvidas, medos e alegrias que todo o processo de adaptação a um mundo sem luz lhe proveu.

O referido livro edita algumas inserções de Hull, primeiramente diárias e depois mais espaçadas, do seu mergulho sem retorno na escuridão. São um testemunho da mudança paradigmática do significado atribuído a conceitos-base como lugar, espaço, presença ou aparência, com a confrontação perante questões práticas do quotidiano como andar de transportes públicos, trabalhar ou cuidar dos filhos e outras, e com outras menos concretas, mas nem por isso menos importantes, como os sonhos, os sons e o amor.

Oliver Sacks, que prefacia o livro, diz tratar-se de pura poesia, pela beleza das suas palavras, e filosofia, pela profundidade da sua reflexão, desconhecendo outro relato que se lhe compare em género. A subtileza do relato e a riqueza sensorial que acarreta, faz despertar um tímido desejo. O que se nos escapa, na soberba do visual? Essa “paisagem da cegueira profunda esboçada a partir de uma centena de vistas” (Hull, 1990, p.X) tem, neste trabalho, um propósito concreto, pois serve de marcador a aspectos de interlimbo que podem escapar a quem sempre, ou a quem nunca, viveu dotado do sentido da visão.

Claro que os cegos diferem tanto entre eles quanto os não cegos, e sensibilidades à parte, o contributo destes relatos é, ou pode ser, entendido e aproveitado para a actividade de projectação do designer. Um cego é, nas palavras de Hull, alguém que vê com todo o corpo e não através de um órgão em particular. O homem moderno tem uma tendência de compartimentar e hierarquizar que somente empobrecem a sua existência. Estes relatos são de alguém que atravessou uma fronteira de sentido único mas que promove a partilha, pratica a comunhão de conhecimentos e a mestiçagem de experiências.

Aproveitando o esquema deste livro de John Hull, passamos em seguida a destacar algumas inserções que o compõem, para, a partir delas ou com elas, tecer considerações que se julga poderem servir, seja por informarem, fazerem pensar ou sensibilizar, conduzindo a uma prática do design mais altruísta e consciente.

Com “Iona Abbey” Hull propomos novas formas de experimentação, que se alterem os hábitos, tocando o que se vê, cheirando o que se ouve; “Nice day”, “Feeling the wind” e “The underground” relatam a percepção atenta que o autor faz de experiências do quotidiano, resultando em testemunhos de riqueza plurisensorial, que pode ser praticada por todos. “Faces”

e “Does it matter what people looks like” são inserções que convidam à reflexão acerca da importância que é dada à imagem. “Seeing with a stick” e “Rain/Acoustic space/ To accept or not accept” são descrições que derivam em ferramentas criativas que podem ser adoptadas à actividade projectual. “Face to face” e “Food and sex” são relatos de viagem por aspectos do inter-relacionamento humano. “Stairs and escalators” e “Are Canada and Australia places” abordam a frágil noção de realidade, advertindo para a mutabilidade do conceito. Por fim, utilizamos “Touch is beautiful” como um resumo das principais qualidades, concretas e abstractas, que *Touching the rock* pode emprestar ao Design e ao designer. Este trecho, que finaliza este conjunto de inserções, incita a redescobrir o tocar activo, a praticar os aspectos corpóreos da matéria, a sentir e desejar no corpo, com o corpo e para o corpo. Vejamos, em seguida, o desenvolvimento de todos estes pontos:

“Iona Abbey”

No início da sua cegueira as abadias pareciam-lhe edifícios complicados, confusos, umas densas florestas de pilares e de labirintos de estreitos corredores e escadarias. Parecia-lhe impossível mapear tal complexidade de espaços mentalmente, até conseguir construir uma imagem do todo, nítida o suficiente, para que se permitisse a mover-se por lá, com algum à vontade. As primeiras tentativas solitárias de incursão, pela Abadia de Iona, mostraram-se um fiasco; aparecia sempre alguém disposto a ajudá-lo a orientar-se. Mudou de tática, passou a esgueirar-se do seu quarto durante a noite para a sua aventura de reconhecimento, quando aí se encontrava instalado para uma palestra ou seminário. Pouco a pouco foi construindo aquele espaço, primeiro chegando à sala de jantar, depois à biblioteca. Numa ocasião chegou a um local que deveria ser enorme, dizia-lho a movimentação do ar, uma escadaria onde não poderia perder-se. A cada oportunidade voltava, explorando um pouco mais.

Certa vez, num dos seus passeios nocturnos, reconheceu o monolítico altar-mor, de mármore segundo lhe haviam dito, com as suas inscrições de cinzel, letras gordas e duras que não lhe despertaram qualquer interesse em ler. O tampo era macio, estendeu mãos e braços e não lhe sentia o fim, era imenso. Esticou-se, estirou-se, deitando-se sobre ele, medindo-o pela proporção do seu próprio corpo. *Era maior e mais velho que ele próprio*, constatou, e mais interessante do que as palavras diziam, eram as marcas que reconhecia. “Há vários sítios na superfície polida que têm longas e irregulares marcas; parecem marcas de impacto. O contraste, entre essas depressões áridas e a grande superfície polida, é extraordinário. Aqui repousa o trabalho de gente, que trabalhou esta massa, amaciando-a até quase ser superfície oleosa, levemente empoeirada nas abrasivas zonas primitivas, do coração nu da rocha,

que a minha língua provou” (Hull, 1990, pps. 215-216).

Existe, em primeiro lugar, a admiração pela determinação, coragem e ousadia que o processo de reconhecimento do terreno requereu. Julga-se importante adequar os pensamentos às acções, praticando curiosidade e ousadia em equilibradas doses. Se se apagasse o espírito criativo e inquisidor das mentes e das mãos do homem, o conhecimento esgotar-se-ia.

Por outro lado, também a hipervisualidade acentua a passividade e inércia na apreensão do mundo. Ao dispender de cada vez mais tempo por detrás dos ecrãs, e com a crescente importância dada à imagem, o interrelacionamento com o outro e com a matéria *descorporalizam-se*, e a absorção do mundo torna-se superficial. Gestos e actos simples quanto procurar determinar a tipologia envolvente, somente pela apalpação do ar; adivinhar a marca do homem e do tempo nas superfícies das coisas, provar o seu sabor, não têm custos e podem ser experiências enriquecedoras.

Hull, ao amar as suas imperfeições em espelho, pouco a pouco, intensamente, ao ver a pedra através do corpo, em sua pele, sentindo diferente a resposta do polido da fenda agreste e sentir o seu sabor frio que queima no contacto com a língua, convida a que façamos igual. Em plena escuridão tanto brilha o diamante quanto o mármore e tão pouco se distingue o azul da turquesa do negro do azeviche; em plena escuridão esbatem-se as diferenças superficiais e somente aquelas que realmente interessam são lidas.

“Nice day/Feeling the wind”

”Para mim, o vento tomou o lugar do sol, e um belo dia é aquele em que corre uma brisa morna” (Hull, 1990, p.16). Significará o vento, para a maioria das pessoas dotadas de visão, mais do que uma corrente de ar em movimento? Conseguirão prontamente dizer a sua direcção? Por onde passa, o que traz e o que leva? Para Hull, o vento quase representa o divino, tal a sua majestade e poder de antecipação (idem, p.108). Para muitos, o vento é vazio, enchido de frio ou de quente. Abrindo os sentidos, procurando diferentes perspectivas e abordagens fará com que o alcance de todo o fenómeno percebido amplie o seu território. Uma jóia é, para muitos, um investimento, para outros mais que isso, é um território que promete muito mais do que aquilo que se vê ou do que aquilo que vale.

“The underground”

A descrição que Hull faz, das suas viagens de metro, são duma riqueza sensorial tremenda. Não obstante a profusão de estímulos, Hull revela-se um espectador atento, navegando placidamente em picado mar de inverno. Corren-

tes de ar carregadas, a intensidade dos diferentes odores: metálicos e de óleo, de jornais, comida e pessoas. A paisagem apagada que pelas janelas passa e que não se perde, a composição em sinfonias cruzadas de ruídos e sons, das pessoas, das máquinas e das suas conversas. O entrar e sair das gentes nas estações entre as curtas e aceleradas viagens, contavam-lhe diferentes histórias que o acompanhavam até à última etapa, a que o levaria ao seu destino. Quantos de nós, que vemos, olha para as experiências do seu quotidiano com a mesma atenção? Quantos pormenores, cheiros e sons retemos delas?

“Faces/ Does it matter what people look like?”

As pessoas que conhecia antes de cegar tinham um rosto, reconhecia-os à distância, depois passaram a ser, na maior parte das vezes, vozes e cheiros sem cara nem corpo (Hull, 1990, p.18). A vantagem que isto trazia era que a expectativa ou ansiedade geradas, acerca de como alguém se parece sempre que se estabelece nova relação, diminuía consideravelmente. A aparência doutrem havia perdido muita da sua importância. No reconhecimento a alguém, as primeiras impressões passam a ser dadas pela voz e pelo contacto do cumprimento.

Hull, diz que a cada dia que passa mais apreende do som da voz, que vai revelando as características que antes encontrava marcadas na cara: o cansaço, a ansiedade, a idade eram muitas vezes denunciados por pequenos nada que até ao emissor escapam. Várias são as nuances que procura, cada vez mais, identificar através da voz.

Enquanto um observador atento poderá decifrar, através do olhar, a linguagem corporal, involuntária, ou não, do seu interlocutor, o cego necessita da vontade do outro em partilhar a sua presença, precisa do seu consentimento em dar-se a reconhecer, porque em conjunto, silêncio e escuridão, escamoteiam as emoções e estados de espírito, mesmo para o mais perspicaz dos seres (idem, pps.23-24). Acredita-se, com fé cega, nas impressões que as aparências gritam, muitas vezes enganadoramente, ao invés de perscrutar o outro para além da sua imagem.

“Seeing with a stick”

A determinada altura da sua nova condição, Hull sentiu que começava a desenvolver uma capacidade perceptiva, que antes, enquanto via, julgava não possuir. Assemelhava-se a um sonar que permitia, de certa forma, localizar corpos de massa considerável. Esta *nova* aptidão, ainda que falível, era surpreendentemente certa, permitindo que, muitas das vezes, soubesse que um determinado objecto se encontrava na sua trajectória, antes que a sua bengala, seu extensor perceptivo, nele tocasse (Hull, 1990, p.37). Uma explicação

científica que Hull se atreve a expor é a possibilidade de que um campo sólido, maciço, interferir de algum modo na pressão atmosférica, permitindo percepção, sentir, através dos receptores da pele, a sua proximidade.

Esta capacidade, que se julgava particular a outras espécies, tem vindo a ser estudada. Embora possa ser mais desenvolvida nos invisuais, será comum a todo o homem, ainda que passe despercebida. Assim o reporta a revista *The brain*, onde apresenta Daniel Kish, um invisual que orienta grupos de *tracking* em Orange County, Califórnia, usando as suas extraordinárias capacidades sonares e auditivas (Rosenblum, 2011, p.19). Este eco-localizador está afrouxadamente adormecido na maioria de nós, que vemos, mas pode ser despertado, testado e posto em prática.

Outra experiência que também pode ser testada, e até incorporada no processo criativo, é procurar cartografar a topografia de um objecto, tocando-lhe com um instrumento extensor do toque, ao invés de usar os dedos. Ao fazê-lo, a percepção subtil que se configura, distancia-se muito daquela que a pele transmite.

“I see what you mean”

Hull faz uma entrada no seu diário, com certo humor, acerca de expressões do quotidiano, usadas por cegos e não cegos: Até à vista; Gostei de ver-te! Bons olhos te vejam! Vemo-nos por aí! Estou a ver o teu ponto de vista!...E por aí em diante (cf. Hull, 1990, pps.28-29). Curiosa a profusão de expressões, também do quotidiano, onde se incrusta a palavra de atributos da jóia: É uma jóia; um diamante em bruto! Ouro sobre azul! Dar pérolas a porcos. Haverá, com certeza, outras expressões de outras ordens, mas são estas que aqui servem. Se a abundância das “metáforas visuais”, indiciam a organização supra-visual que se reconhece, as “metáforas jóia” e dos materiais a ela associados, evidenciam e caracterizam o reconhecimento e estima que lhes é prestado.

“Rain / Acoustic space / To accept or not to accept”

Para Hull, “o espaço acústico é um palco de revelação” (Hull, 1990, p.84). A forma como percepção a chuva é deveras curiosa, ele entende que ela, de certa forma, perscruta as formas como a sua bengala, ou seja, consegue servir-se dela para, auditivamente, configurar o espaço envolvente: “a chuva tem a capacidade de revelar o contorno de tudo; é como se atirasse um cobertor colorido sobre o que estava invisível; ao invés de perceber um mundo fragmentado e intermitente, a chuva que cá cria uma continuidade da experiência acústica” (idem, p.84).

Excluindo os sons e os cheiros, o mundo circundante só se realiza,

só acontece, mediante o toque, na apreensão está, literalmente, a concretização do tocado, *confinando*, pois, *o mundo, ao alcance do corpo* (cf. Hull, 1990, p.37). Pudesse a refracção sonora, provocada pela chuva, cair copiosamente por todo o lugar, que a expansão do toque e o acontecimento do real, via canal auditivo, realizar-se-iam em permanência, permitindo que deixasse a floresta densa e sombria da incerteza em direcção à clareira reveladora do conhecimento.

A importância da música é notória e amplamente reconhecida, mas quantos projectos de design, e nomeadamente de design de joalharia, tiram proveito da esfera sonora do mundo? Ver a jóia e o mundo como um cego pode trazer grandes benefícios, não por cerrar os olhos mas por abrir os demais sentidos.

“Face to face/Food and sex”

Hull questiona: “será que um cego, por estar tão dependente do tacto, olfacto e paladar, possa desenvolver uma aprimorada tactilidade?” (Hull, 1990, p.55). Parece evidente que a acuidade sensorial possa ser trabalhada e que necessita de estímulos para que se desenvolva salutarmente. Na generalidade, um invisual ao tactear o mundo desenvolve uma acuidade táctil, olfactiva e auditiva, mais apuradas, relativamente a um “visualdependente”, que na prática do seu dia-a-dia privilegia o sentido da visão, descurando exercitar seus demais órgãos sensoriais. Por muito que estes permaneçam despertos, o instinto animal de sobrevivência apoiou-se maioritariamente na capacidade do olhar para a obtenção de alimento, perpetuação da espécie e fuga ao perigo. O mercado, consciente disto, amplia até à exaustão essa predisposição, consolidando a *imagocracia* vigente.

Relativamente aos estímulos sexuais, refere algo curioso e pertinente que importa referir: o facto de levar muito mais tempo a transferir o desejo, que visualmente se estabelecia de forma instantânea ou quase, para os outros sentidos. Isto acontece porque “cedo na infância, aprendemos a associar os nossos desejos com imagens visuais das coisas que os satisfazem” (Hull, 1990, p.49). Entendemos esta ruptura, entre desejo e tacto, curiosa, porque, mesmo no mais fulgurante dos dias, o prazer, no acto sexual, realiza-se sobretudo na tactilidade; e pertinente, porque é um dado que pode ajudar a delinear estratégias mais eficazes, na estimulação de todo o sistema sensitivo, com o objectivo de alcançar um prazer intenso e absoluto.

Como se deseja uma jóia? De uma forma muito semelhante à que se deseja uma pessoa: pelas propriedades físicas e formais (corpo), conceptuais (intelecto) e simbólicas (espirituais) que se lhes associa. Quais as que são evidenciadas? Na jóia são sobretudo as visuais, onde assentam hierarquias

de valor e de gosto, que se poderão comparar, numa relação interpessoal, à hiper valorização do corpo. Também por analogia, poder-se-á dizer que a infância corresponde, de certo modo, aos primórdios da civilização. Os estímulos a que uma criança melhor reage são aos primários de cor, de brilho, de som, o que facilmente explica a inata atracção por materiais coloridos e brilhantes; contudo, a *rarabilidade* é uma posterior conceptualização culturalmente manipulada, que pouco ou nada tem que ver com a atracção inata sobre as propriedades físicas da matéria, mas que mantém os adultos reféns.

Sem a acção ou o acontecimento, sem o conflito e o movimento, sem contacto físico, as pessoas são como que corpos desmaterializados; o contacto abrupto provoca portanto certo choque, porque o corpo do outro surge do nada e realiza-se (*idem*). Para os cegos, “o outro torna-se simultaneamente mais concreto e mais abstracto, com uma abrupta transição entre ambos os estados. Talvez o amante cego seja também mais concreto e abstracto; talvez seja também em simultâneo, mais primitivo e mais sofisticado. Talvez seja por isto que se diz que o “amor é cego” (*cf. Hull, 1990, p.56*). E se isto é verdade, então desejável seria que se conseguisse cegar perante o que nos rodeia, amando pelo que *é* e não pelo que aparenta ser.

“Stairs and Escalators”

A percepção de dado objecto, ou espaço, pode diferir substancialmente, se houver alterações no sistema sensorial que o capte. Quando Virgil⁶ recuperou parcialmente a visão, depois de um largo período de cegueira, entendeu os vãos de escadas como caóticos emaranhados de linhas. Já Hull, depois de se instalar na sua cegueira irreversível, passa a entendê-los como dos lugares mais seguros que um cego pode percorrer. Soubesse ele que se aproximava duma escadaria, conhecendo-lhe o seu sentido e término, que a sua métrica constante o reconfortava. Para ele, a maior dificuldade de locomoção residia nos espaços abertos, amplos e planos que careciam de referentes de orientação (*idem*, pps.102,103). A discrepância da percepção, por Hull e Virgil, face ao mesmo objecto, apenas demonstra a fragilidade da noção de realidade.

Do ponto de vista do cego, a falta de estrutura dum espaço é problemática. Poder-se-á dizer que as estruturas passíveis de serem lidas, e a existência de referentes tácteis correlacionáveis, serão melhor entendidos e valorizados pelos invisuais. Presume-se que este mesmo princípio possa generalizar-se; assim, uma interface que incorpore referentes tácteis será melhor aceite que outra que os omita. As próprias indústrias de tecnologia de ponta sabendo-o, transmutaram o princípio do acesso pelo toque na superfície nos *touchpad* e *touchscreen* que se banalizam. Este toque porém, entende-se aquém do expectável, desejável e eticamente responsável, porque é feito na

⁶ Paciente de Oliver Sacks que referiremos mais tarde.

interface asséptica e frígida, impossível de ler pelos invisuais.

“Are Canada and Australia places?”

Depois de uma viagem à Austrália, que o autor deixou ainda enquanto via, ocorreu um ponto de viragem no seu estado face à cegueira. A ansiedade que a aproximação à sua terra natal desencadeou é compreensível: imagine-se o regresso a um tempo passado, recheado de ternas pessoas e lembranças, e lugares ainda muito vivos na memória, mas que serão reencontrados às escuras, desprovidos de imagem, com todos os traços de mudança e de envelhecimento apagados.

As novas memórias e as velhas memórias confrontam-se, depositam-se, revisitam-se, (re)associam-se às pessoas com quem fala e toca, aos sabores e camas que prova, e tudo muda. As cidades deixam de ser os lugares e seus emblemáticos edifícios, que tão bem conhecia, mas redesenham-se somente pela reciprocidade do contacto, passando então a construir com aquilo a que chama uma *memória do corpo*, experienciada por ele. Já não no ilusório mundo das aparências mas na interacção da matéria corpórea (cf. Hull, 1990, p.138). A memória visual difere bastante da corporal, “por o corpo não sentir o que os olhos vêem” (idem). Contudo, e como bem constata, também esta realidade é ilusória, impermanente e tão-somente percebida. Qual das realidades será, afinal, a mais concreta, a que lembra, a que vê ou a que toca?

“Touch is beautiful”

Mesmo depois de terem passado quatro anos de ter sido dado como cego, continuava, em vão, à procura de resposta para o significado da cegueira. Chegou finalmente uma altura, em que começou a apreciar verdadeiramente o sentido do real, da proximidade e do contacto directo, apenas conferido pelo tacto. Passou, assim, a apre(e)nder e a (re)conhecer o mundo das formas, através dele. A consciência e aceitação do seu corpo tornou-se mais serena. Feito de regularidades e imperfeições tornados (cada vez mais) próximos, pelo tocar amadurecido. Não é mais o corpo realizado na superfície polida do espelho mas na cartografia da mão que vê (idem, p.133).

Num episódio que ocorre durante um jantar em casa de amigos, há uma descrição do deleite sensorial que experimenta, pelo contacto com simples objectos que alguém dali colecionava:

“Ele colocou uma coruja de pedra nas minhas mãos, com cerca de cinco onças de altura. O seu peso na minha mão era agradável. Havia uma outra de madeira. Admirei a simplicidade dos detalhes,

o calor e maciez da madeira, a forma como todo o objecto cabia na minha mão.

Estou a desenvolver a arte e o gosto de ler com as mãos. E surpreende-me que tenham que ter passado praticamente cinco anos até que tivesse começado a apreciar experiências desta natureza. Gosto de pegar e voltar a manusear um objecto belo, absorvendo todos os seus aspectos. (...) Peso, textura e forma; a temperatura e os sons que as coisas têm e fazem, são tudo aquilo que, por agora, procuro” (idem, pps. 175,176).

Esta passagem menciona várias propriedades que se crê deverem ser percorridas no desenvolvimento projectual e também a atitude que, quer o designer, quer o receptor do projecto, devem adoptar na sua relação com os objectos.

O peso, volume, densidade, textura, o côncavo, a superfície, podem projectar-se no olhar, mas somente se tornam reais e íntimos pela mão que os toma. “A vista desliza pela superfície do universo. A mão sabe que o objecto é habitado pelo peso, que é liso e rugoso, que não está ligado ao fundo do céu e da terra de que parece fazer parte (...). O tacto enche a natureza de forças misteriosas. Sem ele, ela seria semelhante às encantadoras paisagens da câmara escura, ligeiras, planas e quiméricas (Focillon, 2001, p. 111). Projectar para o olhar é ficar refém do invólucro e actuar para o mundo das aparências.

A estímulos sensoriais múltiplos correspondem experiências de contacto enriquecidas. Embora nos omitamos à veiculação de opinião crítica, receia-se que a mudança de paradigma, que tem vindo a ocorrer, venha a dar origem a uma mutação do *homo sapiens* em “homo ecranis” (Lipovetsky & Serroy, 2010, p.96). A forma como o homem participa no mundo, e como actua sobre ele, tem vindo a alterar-se: “este novo ser humano que está para nascer à nossa volta e dentro de nós não tem, de facto, mãos. Já não *manuseia* as coisas, assim, neste caso, já não se pode falar de acções, de experiência prática, nem de trabalho enquanto tal. A única coisa que lhe resta das mãos são as pontas dos dedos, que usa para carregar nas teclas, e, desse modo, jogar com os símbolos” (Flusser, 2010, p.100).

Ainda que este fenómeno escape a muitos, parece-nos importante que se faça um esforço por depositar objetos e promover experiências que permitam ao homem realizar-se em todos os domínios e (re)conhecer as coisas ao ritmo de um tique-taqueado arrastado, no passo-a-passo do toque, que acaricia e tenta adivinhar, sem a urgência do imediato e da superficialidade que, eventualmente, conduzirão à mutação para essa espécie de *cyborg*. A não ser possível reverter o processo, que seja viável retardá-lo, dando a possibilidade de assimilar as progressivas transformações que forem ocorrendo.

3.3. A sinestesia praticada em diferentes projectos

Se anestesia é não-sensação, sinestesia é a sensação simultânea, involuntária e automatizada de dois, ou mais, sistemas perceptivos (cf. Cytowic, 2002, p. 8). O estudo científico acerca da sinestesia é relativamente recente, com cerca de 200 anos, embora haja, actualmente, inúmeras investigações a decorrer nesse campo. Hoje sabemos que 1 em 200 indivíduos são potenciais sinestetas, sendo 75% deles, mulheres. Curiosamente, a sinestesia é mais comum em invisuais (idem, pps. 8,13).

É na dicotomia envolvida na experimentação simultaneamente objectiva e subjectiva da sinestesia (idem, p. 9) que reside a sua poíesis que aqui se invoca. As associações entre as diferentes experiências sensoriais são idiossincráticas, como tal, os testes diagnósticos devem ser adaptados a cada indivíduo.

A tecnologia que possibilitou a monitorização do cérebro surpreendeu a comunidade científica que julgava que a sinestesia, conotada com a criatividade, ocorria no lado direito do cérebro, onde se focam os estímulos emotivos e criativos, mas na realidade, ocorre no lado esquerdo, analítico e crítico. Isto poderá significar que a sinestesia é algo que pode ser potenciado e estimulado em benefício do próprio e do próximo.

No seguimento ao exposto nos pontos anteriores, é de crer que, na contemporaneidade, devido, quer à perigosa sedução da tecnologia de ponta, quer pela *videosfera* que configura a distância inter-humana, o sentido da visão tem sido hiper-estimulado. Se a sinestesia é relação que pode ser musculada, então, sugerimos que seja aproveitada a relação natural de parentesco entre a visão e o tacto, para a potenciar. Uma vez que ambos dão acesso à forma, dão-nos duas experiências da distância e do transporte: “a visão dá-nos sempre mais do que aquilo que podemos ter, e o tocar acaba por ser a aprendizagem da mediação e do intervalo que nos separa do que nos rodeia”

(Brun, 1990, pp. 173-174).

Existirão exemplos das mais diversas áreas que demonstram preocupação em conjugar diferentes acuidades e estímulos. Aqui referimos os casos do sistema de ensino do *Istituto per i Ciechi* de Milão; o trabalho do artista Issey Myake, e, dentro da joalharia, três exemplos de trabalhos de Otto Kunzli, David Huyke e Ted Noten.

O Istituto per i Ciechi de Milão é uma organização que conta com 170 anos de actividade. Investe muito na pesquisa de métodos de aprendizagem para cegos e na procura de melhorar as suas condições de vida.

Braille, no início do século XIX, estruturou um sistema de escrita e leitura, que permitiu aos cegos passar de uma cultura oral para outra, escrita. Os institutos vocacionados para a formação de invisuais em Itália direccionaram a sua atenção para o desenvolvimento destas ferramentas e de novas abordagens no ensino, por volta de 1975, o que faz deles, principalmente o de Milão, centros de excelência dentro deste grupo.

O método *Il simbolo*, em constante desenvolvimento e actualização, conjuga o sistema Braille com representações tácteis, ampliando o espectro sensorial e experiencial do aluno. Embora este tipo de material tenha dado os primeiros passos quando o braille, foi sobretudo nos últimos cinquenta anos que conheceu um desenvolvimento exponencial. Desde essa altura foi sendo direccionado para funções e especialidades: ensino, lazer; geografia ou história.

O método de aprendizagem do Istituto per i Ciechi de Milão, denominado *Il simbolo*, resulta de um trabalho meticuloso, e bastante moroso, que visa constituir um compêndio enciclopédico de representações figurativas com o intuito de ajudar as crianças invisuais a reconhecerem mais facilmente determinado objecto. O método *Il simbolo* consiste em disponibilizar diferentes registos desse objecto que a criança, através do reconhecimento táctil, faz associar ao nome que lhe corresponde. Para isso a representação faz-se sintética mas reveladora, concentrando-se no essencial e omitindo o acessório. É talvez por isto que as figuras apresentam uma elegância e subtilidade encantadoras com as quais se estabelece uma afinidade imediata. Estes objectos artísticos, pela sua forma e plasticidade particulares, parecem não se adequar a qualquer esquadria temporal ou histórica, ordinária ou convencional (cf. Mascheroni, 2010, p.93).

As representações figurativas são acompanhadas por pequenas inserções em Braille e muitas das vezes têm informadores de escala. Mostram diferentes perspectivas do objecto representado, têm profundidade e são sempre suficientemente robustas para permitir descarado manuseio. A textura desempenha um papel activo e simbólico no reconhecimento de determinado objecto, ou acção, e a cor utilizada é normalmente primária, por ser mais facilmente reconhecida por quem tenha alguma réstia de acuidade visual.

Os protótipos são produzidos nas oficinas do instituto, em madeira ou resina, com todo o saber e rigor que se reconhece ao artesão italiano, e depois reproduzidos em série para as escolas, famílias e professores. O desafio em projectar e conceber estes tesouros é grande: pretende-se que compensem a ausência da visão, promovendo o (re)conhecimento da forma, estímulo da

Figura 22: Cartela do método *Il simbolo* representando um cavalo, com respectiva legenda e indicador de escala.

criatividade e liberdade de interpretação. Pelo tacteio sequencial, enriquecido com as sensações térmica e de textura, de qualidade e consistência, adquire-se e aprimora-se a sensibilidade e acuidade tátil. Somente através da experiência é possível desenvolver tal competência; “uma pessoa cega pode perceber a forma de um objecto, a sua dimensão, significado e valor estético, mas somente se a exploração for guiada pelo conhecimento; isto desenvolve um tipo especial de inteligência que requer um prévio mapeamento do objecto que apenas o toque pode providenciar. Então o indivíduo é capaz de reconstruir com “mãos inteligentes” as representações dos objectos que não podem ser percebidas pela visão” (Mascheroni, 2010, p.95). De acordo com os dados que Mascheroni fornece, na década de noventa foram efectuadas ressonâncias magnéticas a invisuais que comprovaram que enquanto liam pelos dedos, o seu córtex visual mostrava-se activo. Desempenhará o tacto, função idêntica à visão, no reconhecimento da forma pelo cérebro?

É iniciada a prática neste método, na altura em que se inicia o reconhecimento do mundo, na faixa dos 0 aos 3 anos. Por esta altura, as crianças dotadas de visão também começam a dar os primeiros passos nas escolas. Os manuais pedagógicos servem-se, salvo excepções, da forma e cor na bidimensionalidade, não explorando a tactilidade na aprendizagem. A visão ganha lugar preponderante na percepção do mundo, com todas as qualidades reconhecidas, mas também com todos os defeitos já mencionados. Seria interessante verificar quais os resultados que se alcançariam se, nesta idade, se complementasse a aprendizagem visual com a tátil. Decerto, ao ganharem *mãos inteligentes* recuperariam o gosto pelo toque.



Figura 23: Cartela em madeira, do método *Il simbolo*, que ensina posturas e movimentos do corpo humano.

Issey Miyake é um artista japonês, que, desenhando roupa há cerca de quarenta anos, não se considera como sendo um designer de moda. Não está interessado em tendências, nem vai em ventos de moda, prefere manter a constância, e ocupar-se em produzir produtos que devem ser apreciados em profundidade.

O seu reconhecimento e popularidade devem-se, em grande parte, às suas peças e objectos drapeados *Pleats Please* ou a linha *A-POC*. Ao entrar nos setenta anos, lança uma linha de origamis usáveis *132 5*, que se entendem exemplares.

São, aparentemente, objectos mudos, mas ao serem desdobrados, transformam-se em peças prontas a vestir. Antes mesmo de levadas no corpo, quando ainda estão sobre uma qualquer superfície plana, já distam tremendamente do objecto que antes *eram* e não oferecem quaisquer pistas sobre o que se irão tornar. Trata-se de um processo mágico, de coelho na cartola, tão surpreendente quanto aquele em que o casulo medeia a lagarta da borboleta. Diz que só é possível criar, e dar vida, a um projecto como este, se se der um afastamento do estúdio e do computador, confrontando a realidade corporalizada. Miyake pratica a comunicação presencial, partilhando experiências e preocupações.

O projecto *132 5*, é baseado na comunicação humana e para o conseguir foram implicados todos os sentidos. Miyake interessa-se pelas tradicionais técnicas do país do sol nascente como as dobragens, lacas ou estampagens, mas também é adepto e praticante de todas as inovações. Sempre atento a todo o material e técnicas disponíveis, foi uma postagem de um blogue, de um cientista de computação, que falava de um *software* que através de algoritmos matemáticos permitia, pela multiplicação -como nas dobragens- com por formas tridimensionais, que lhe despertou os sentidos. Este foi o pontapé de saída que gerou as propostas que se apresentam, só possível pelo impulso gerado entre a curiosidade, inteligência, sentido de antevisão e cruzamento de *inputs*.

Também na joalharia existem trabalhos, e autores, que se julga corresponderem a bons exemplos da prática interdisciplinar e da incorporação dos diferentes sistemas perceptivos. Se um autor é capaz de estabelecer novos domínios e possibilidades, citam-se três exemplos, de três autores, de três gerações distintas, que não pretendendo ser heróis, murmuram interessantes possibilidades dentro deste paradigma sem paradigma: no meio do excesso não se limitam a depositar mais do mesmo nem pactuam no *copy-paste*. Retrabalham valores, materiais e técnicas; recuperam, reciclam, e repropõem. Trabalham em contexto e com conteúdo, numa prática envolvida e envolvente, convivendo, sem ceder, com os mitos da abundância e da tecnologia.



Figura 24: Issey Miyake, *132 5*, vestido, transmutação do tecido em peça usável.

Otto Kunzli, que também é professor na Escola de Belas Artes de Munique, incita os alunos a não emular ídolos e a procurar a sua própria escrita. Admite, com ressalvas, diferentes orientações no âmbito da joalheria: “não importa se se trata de uma peça única ou de um produto orientado para o comércio, cada qual deve sempre procurar o material mais adequado e a técnica mais acertada para formar a ideia original com persuasiva harmonia” (Teipel). Encara a joalheria como uma forma de expressão artística, que, comparativamente à pintura ou à escultura, apenas utiliza outros meios e estabelece outro tipo de relações. Não tem a intenção de mudar o mundo, mas não lhe interessam os monólogos, é um comunicador: interessa-lhe a troca, o dar e receber, o tocar e ser tocado.

Gold makes you blind é uma pulseira em borracha com uma esfera de ouro no seu interior, “como uma cobra com um elefante na barriga” (Kunzli, 1991, p.20). A utilização desta metáfora não é gratuita, evoca *O Príncipezinho* de Saint-Exupéry. O seu emprego permitirá tecer duas considerações: há um claro apelo à infância perdida, ao estado em que nos sensibilizamos com as coisas simples, em que estamos imunes às construções sociais e intenções do mercado; e exprime uma crítica ao exacerbado capitalismo.

Ao dotar uma cobra de borracha com capacidade para engolir um elefante de ouro, faz o gigante desaparecer e voltar para as trevas de onde provém, aniquilando o brilho que cega. No seguimento da descrição deste seu trabalho – Otto Kunzli habitualmente partilha os fundamentos das suas obras – o autor explica que pretendia criar um manifesto que exprimisse o seu desagrado perante aquela vertente da joalheria que se tornou, tal como tantos outros objectos e produtos, “esvaziada de conteúdo, intermutável, arbitária” (idem). Há uma nítida inversão na escala de valores, da ordem social e da própria hierarquia dos materiais, fazendo lembrar que “a nobreza hereditária do material existe somente por uma ideologia análoga à do mito aristocrático na hierarquia humana” (Baudrillard, 1997, p.45). Este é mais um mito que o vampírico mercado insiste em manter actualizado.



Figura 25: Otto Kunzli, *Gold makes you blind*, 1980, borracha, ouro d. 1, 2 cm.

Segundo Peter Dormer, o artesão tradicional limita-se a reproduzir o preexistente; sugere que ele adquira a capacidade de se actualizar, despendendo mais esforço criativo em programar, em vez de se limitar à execução mecanizada. Pela sua obra, David Huycke aproxima-se da figura actualizada do artesão. Recupera uma das mais antigas e conhecidas técnicas da joalharia tradicional, a granulação e, com exímio rigor e irrepreensível perícia, dá corpo a formas simples, compreensíveis e esteticamente actuais.

Vernáculo desempoeirado este, que se remove do contexto e da prática comum e que torna possível a criação de “novos” objectos com grande poder para comunicar com o receptor e para estabelecer diálogos. Profética referência: “O passado, sem deixar de conservar o picante do fantasma, retornará a luz e o movimento da vida, e far-se-á presente” (Baudelaire, 2006, p.280). Uma lição simples, acidentalmente propositada: no acoplar do grânulo a grânulo evoca-se o passado, forma-se o presente e oferece-se possibilidade de futuro.



Figura 26: David Huycke, *Pearl sphere*, 1996, taça, prata, 7 x d. 16, 5 cm.

Descrito na primeira pessoa, o processo criativo de Ted Noten é facilmente sintetizado: surge uma ideia a partir de uma imagem, de um encontro, de um qualquer turbilhão. Então, mentalmente, visualiza a ideia e exterioriza-a, mais vezes por palavras que por desenho. Teoriza e pesquisa, tenta ser original no meio de tanto feito. Recolhe materiais e deixa que a intuição lhe guie as mãos e as ferramentas. As máquinas dão o seu contributo; a mente sossega, despertando novamente após a conclusão, para avaliar o resultado alcançado.

Contrariamente a Otto Kunzli, e embora não assuma explicitamente que tenciona mudar o mundo, pretende claramente deixar a sua marca, dá-lhe prazer praticar uma política bem-humorada. Em comum, tem o facto de não querer normalizar ou classificar o que quer que seja, deixando essa discussão para os críticos de arte e para todos os outros que pretendem controlar o que não tem que ser controlado, e que analisam, compartimentam e rotulam.

Chew your own brooch é a proposta citada. A ideia para este desafio surgiu ao presenciar num qualquer museu, um qualquer mortal perante uma qualquer obra, o comentário: “qualquer um faz isto”. A escolha da pastilha elástica que se usa, mastiga e deita fora, como matéria-prima para uma jóia, faz chamada de atenção para uma falha crassa e generalizada na atenção que se dedica aos materiais: “olhar para os materiais de uma forma pouco consciente, muitas vezes pode gerar soluções que desafiam as ideias estabelecidas de função, configurando um processo criativo de design, baseado no conhecimento instintivo e na experimentação” (Letteri, 2007, p.111). Este trabalho comprova, que uma intuitiva reacção aos estímulos do quotidiano, e ao desprezível desperdício de cada dia, pode originar pequenos feitos. Para que tal aconteça, torna-se necessário esquecer, ainda que por breves instantes, tudo quanto seja impecavelmente novo e que tenha o sabor gelado da tecnologia.

Neste projecto, evidencia-se também a aproximação e o diálogo que se estabelece entre emissor e receptor. Mais do que uma obra aberta, estas foram sendo construções a quatro mãos: foi programado um workshop para o efeito; os participantes eram convidados a mascarem a pastilha elástica “Chew your own brooch” e a darem-lhe a forma que entendessem, para posteriormente a verem fundida em metal e transformada num broche. O diagnóstico fez reconhecer que não é assim tão fácil ou totalmente correcto dizer-se, que qualquer pessoa possa, ou deva, no caso, fazer uma jóia.

A importância deste projecto reside, quer no processo de *desconstrução* e de nova contextualização, quer na qualidade da transmutação de predicados: o privado torna-se público; o local, universal; o descartável, eterno; o desprezível, nobre e o espectador torna-se actor.



Figura 27: Ted Noten, *Chew your own brooch project*, 1999, pastilha elástica, broches fundidos de bronze, prata e ouro.

Neste estado em que nada se sedimenta e poucas coisas maduram, a preocupação em criar o novo deixa de ser um objectivo. Tal como “um homem que houvesse vivido um único dia, poderia sem custo passar cem anos numa prisão. Teria recordações suficientes para não se massar” (Camus, 2003, p.64), também a cultura se encontra “entretida a re-trabalhar, a recombina e a analisar o material dos vários media anteriormente acumulado” (Manovich, 2000, p.436). Seria desejável que este entretenimento tivesse um efeito pedagógico e terapêutico sobre o homem, fazendo-o compreender que já possui tudo quanto precisa para assegurar a sobrevivência da sua espécie: o toque, o outro, a vida.



Figura 28: Olivier Goulet, *Combinaison*, *body-suit* em latex à escala humana, como extensor do corpo, 2004.



4.0. A sociedade de consumo

Pelo património intelectual e material de determinada sociedade define-se a sua cultura. É através da percepção que o homem faz do mundo, “que se faz sobre um fundo cultural e em função dele” (Vieira, 2001, p.293), que o homem, estrutura a sua noção de realidade e a quem recorre na sua adaptação ao meio envolvente. O que ele é, o que ele tem e o que ele dá, é o resultado da sua herança genética, meio socio-cultural, e percurso de vida.

Numa perspectiva sociológica, a principal função da cultura é reunir uma multiplicidade de indivíduos em torno de um único conjunto social. A proximidade continua, e continuará a observar-se, contudo, é possível verificar que se atenuam algumas diferenças, se interpenetram as culturas e se alcança uma consciência da diversidade que mesmo sendo aparente e superficial, incita, seja por dever democrático, ético ou religioso a uma maior respeitabilidade e tolerância, que por sua vez parecem inflamar alguns focos de oposição e resistência ao avanço inquestionável da ocidentalização.

No amadurecimento do fenómeno da globalização vai-se formando uma cultura, também global, onde se inscrevem valores, normas, signos e modelos de comportamento entre outros, que são amplamente difundidos e partilhados. Nessa estratosfera cultural, dinâmica e evolutiva, não existem fronteiras de qualquer espécie: evocam-se diferentes tempos e heranças, experimentam-se novas combinações e sabores, recuperam-se tradições, adere-se às mais surpreendentes inovações tecnológicas e promove-se o conhecimento.

A responsabilidade pela difusão de uma cultura partilhada fica a cargo de diversos agentes; destacam-se os meios de comunicação de massa, que com os seus processos de produção, transmissão e difusão, conseguem atingir simultaneamente, ou próximo disso, um vasto número de indivíduos que se encontram dispersos no espaço e que não possuem relações aparentes. Vulgarmente apelidados de *mass-media* são os mais recentes conquistadores, aqueles que colonizam, para o bem e para o mal, praticamente todo e qualquer recanto. São eles que dão, ou tiram, a visibilidade pública que confere o reconhecimento pelas massas. São deles exemplo: o cinema, o rádio, a imprensa, a televisão ou as jovens redes informática e móvel. À medida que o gigante cresce, as culturas individuais perdem terreno, pois qualquer que seja a ideologia a propor necessitará da confirmação da audiência e do reconhecimento e aceitação públicos.

Os que melhores condições possuem para vender a sua cultura, mais valores próprios incutirão na cultura partilhada. Historicamente falando, o resultado do processo só se constatará depois da sua conclusão, pelo que qualquer previsão será de momento especulativa, no entanto, quer a nível

Figura 29: Joana Vasconcelos, *Rabelais*, 2011, faiança Rafael Bordalo Pinheiro, crochet de algodão, 82 x 42 x 30 cm.

político quer social se continua a assistir à adesão em massa à ideologia do consumo e à crença do crescimento pelo crescimento.

O *status* cede prioridade ao estilo, modelos pré-fabricados veiculados pelos média servem como inspiração ao consumo; o designer funcionalista cede lugar ao profissional que projecta essencialmente desejos materializados que, por sua vez, espelham uma imagem de quem os consome. Também o passado e tudo o que faça parte do imaginário colectivo é novamente citado e frequentemente revisitado. Mais do que qualquer temor a um futuro incerto, ao visitar ou reinterpretar o passado, procura-se um estimulante mental de simulacro, que em nada prejudica o desempenho e progresso da espécie.

De novo a estrutura social sofre profundas mudanças ao consolidar-se uma cultura visual, totalmente fragmentada. A lógica do uso das imagens reside na sua eficácia no sentido em que possuem uma dimensão simbólica podendo, inclusivamente, ser consideradas instrumentos de poder na cultura contemporânea.

Curada a ressaca que celebrou a passagem de uma cultura industrial para uma cultura visual, é possível adivinhar grandes discrepâncias, verdadeiros abismos entre os que partilham o repasto e os que perdem o banquete. Seria desejável que ocorresse uma modificação estrutural, profunda e em simultâneo, entre quem projecta quem produz e quem consome.

4.1. A importância do mercado

Tanto Max Weber quanto Karl Marx admitem que, algures entre o século XVI e XIX, instala-se, na Velha Europa, um novo modo de organização económica. O alimento motor desta mudança é prontamente identificado por Weber, como sendo a força do trabalho do proletariado que começa a ser vendida, permitindo a franca expansão económica dos detentores das terras e dos meios de produção. O capitalismo que, nas palavras de Braudel, consiste em contornar as regras da concorrência de modo a obter maiores lucros, não se reduz à economia de mercado, mas é todo um sistema económico, político e estruturação social e é, para Weber, o primeiro sistema económico totalmente organizado em torno da obtenção desse lucro (Vega, 2010, pp. 8-11).

Do primata é “a tendência para ver o mundo como uma colecção de recursos (...) a tendência para pensar que as coisas mais importantes da vida se resumem a uma análise custo-benefício” (Rowlands, 2009, p.19). Se este espírito, de conquista palpável, sempre habitou o corpo do grande símio, a partir desse tempo, as alterações nas estruturas sociais potenciaram-no, e permitiram que se materializasse. Assim, à medida que as pessoas adquiriam alguma autono-

mia e independência, supriam as suas necessidades básicas e pouco a pouco procuravam colmatar as demais ordens. Pouco a pouco, as sociedades dessas pessoas, foram-se organizando e consolidando em torno do consumo, - traduzível, obviamente, em lucro - que tão bem conhecemos.

A mobilidade é um factor determinante no sucesso fulgurante do cenário globalizado dos mercados, seja da informação ou da finança. Os factores produtivos essenciais tornam-se “puros nómadas capazes de fertilizar rapidamente o capital social sedentário pacientemente acumulado dos “países emergentes” como a China ou a Índia” (Giraud, 2010, p.85). A máquina produtiva concentra-se idealmente em países exploradores da mão-de-obra, quer pelos salários, quer pelas condições de trabalho precárias que permitem reduzir o preço final dos produtos, enquanto que os serviços, actuates, concentram-se nas grandes metrópoles e países dominantes.

De igual forma, o fenómeno bolsista e as sequentes oscilações do mercado globalizado, que são um fenómeno relativamente recente, também acentuam a clivagem entre países e indivíduos, baseando-se quer em resultados concretos quer especulativos. Os ocupantes do navio da contemporaneidade, embora trajem as últimas tendências de moda, continuam a seguir o rumo traçado pelas figuras da proa: os estados actuais “comportam-se como as sociedades mercantilistas que sugavam o ouro dos seus impérios” (idem, p.86), fazendo-o, agora, aos países e indivíduos subjugados. Estas dinâmicas geram grandes desigualdades de riqueza, quer entre nações, quer no seio de cada uma.



Figura 30: Richard Hamilton, *Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?*, colagem, 26 x 25 cm, Tübingen, Kunshalle Tübingen

O processo civilizacional conduziu o Homem à configuração de uma figura de dimensão olímpica, a um Cronos dos tempos modernos. O modelo capitalista sendo igualmente incorpóreo, devora os seus filhos com um apetite ainda mais voraz que a figura mítica. Actuando segundo as leis de mercado, o capitalismo tornou-se numa força colossal, onnipresente e onnipotente, que tudo influi: “quase toda a nossa existência está colonizada pelas marcas e pelo mercado. Este não cessa de se alargar, penetrando em todas as dimensões da vida: depois dos objectos, é a cultura, a arte, a política, o tempo, a comunicação” (Lipovetsky & Serroy, 2010, p.72).

Se nas últimas décadas do século passado, o logótipo e a marca valiam per si, na actualidade ganharam uma atitude mais actuante: “as grandes marcas já não se contentam com implantar o seu logótipo em todo o planeta: elas esforçam-se por invadir novos domínios até então subtraídos à sua acção e por situar cada vez mais longe os limites do seu campo de legitimidade. (...) Agora, cada marca pretende ser global e cultural, criadora dum universo de vida, dum estilo de vida global” (idem, p. 116).

Aproveitando as novas plataformas digitais, com todo o poder que se lhes está associado, as marcas adoptaram um comportamento mais incisivo e politizado, e também novas estratégias de diferenciação. Elas exigem uma fidelização e, em troca, oferecem uma construção *franchisada*, de um ser aparentemente único, que se complementa com diferentes estágios, práticas e objectos de consumo, mas que, na verdade, não se distingue daquele que está a seu lado.



Figura 31: Hank Willis Thomas, *Scarred*
Chest, fotografia, 2003, 100 x 75 cm,
Jack Shainman Gallery, Nova Iorque.

O poder das marcas está instituído, e é parte integrante da sociedade globalizada, afectando toda a produção, e consumo, da produção material e cultural. Sejam objectos de arte, design ou transfronteiriços, uma vez inseridos neste espaço e tempo do *dot.capitalism*, para poderem sobreviver e singrar, precisam de ter visibilidade. Se assim for, ela conduz ao reconhecimento, identificação, empatia, consumo e subsistência. Doutra forma não terá uma vida longa; como diz Hal Foster, “quem não conseguir gerar uma marca ou nome sonante, não consegue existir por muito tempo” (Foster, 2002, p.11). Conclui-se, com isto, que na actual cultura da *hipervisualidade*, quem, por crença ou vocação, se omite a este ciclo, torna-se invisível perante o grande público (cf. Santos, 2002).

O mundo da arte, nesta cultura global, sofre profundas mutações, bem como o entendimento da obra de arte e do artista: “eclipsou-se a concepção romântica do artista maldito” e “o valor duma obra não reside apenas no sucesso estético em si mesmo, mas, antes de mais, no seu valor de mercado. O sucesso, reconhecimento e cotação do artista, são inseparáveis de um trabalho de especulação e de provocação, de promoção mediática, de construção e de comunicação duma imagem, que se difundem nos catálogos das exposições e nas redes internacionais das galerias e das instituições culturais.

Para se ser reconhecido como artista, na época hipermoderna, já não chega criar obras-primas, há, sobretudo, que trabalhar para comunicar uma imagem e saber fazer-se “presente e hipervisível no mercado mundial da arte” (Lipovetsky & Serroy, 2010, p.108). Por muito válida, exímia e singular que seja a obra, ela não será, nem postumamente, reconhecida, se o seu autor não souber, quiser ou puder vender a sua imagem. Também no mundo da arte, que se idealizava incorruptível, as tendenciosas leis do sistema económico e mediático actuam livremente.

A relação que se estabelece entre raridade e reprodutibilidade “tem implícita uma concepção que valoriza determinado bem (material ou simbólico) pelo seu carácter único, raro, escasso, e o desvaloriza quando esse mesmo bem se multiplica” (Santos M. d., 1994, p.121).

A capacidade de reprodutibilidade cresceu exponencialmente com a primeira revolução industrial que proporcionou uma democratização e expansão do acesso a inúmeros bens. No seguimento das revoluções seguintes, a democratização expandiu-se a outras áreas mais tradicionais, eliminando, aparentemente, “a desigual distribuição dos haveres e saberes”. Porém, o fenómeno da comparação social e a procura da demarcação e identificação social fazem parte da natureza humana, e assim, perante a tendência de nivelamento vai sendo actualizada e contraposta “a desigualdade que na raridade procura a sua legitimação” (idem).

A obra de arte, única e irrepetível, será, porventura, o símbolo associado à raridade, que mais terá perdurado no tempo. Até Warhol. Desde então, cambiaram-se os matizes de valor, associados ao original e à cópia na obra de arte, que a indiciavam a ser genuinamente única.

O mecanismo que despoleta a procura pelas pequenas diferenças, através dos bens e práticas de consumo, é transversal, afectando as elites e as massas (cf. Dortier, 2011, p.34) e, assim, o conceito raridade/reprodutibilidade, vai sendo adaptado às possibilidades e realidade de cada um, quer se dispute um Van Gogh ou um Vieira da Silva. O feito-por-medida, o exemplar único, a obra singular, ficarão sempre associados a um anseio, precisamente porque, por si próprios, já “oferecem”, no seio da sociedade ocidental, o apogeu da demarcação de um estatuto e aceitação social.

Por ordem decrescente vão sendo edificados diferentes patamares que desenham as paisagens de indicadores socioeconómicos e também culturais. No “topo” estarão as obras dos grandes génios, as casas dos melhores arquitectos, as jóias com as gemas mais raras, os restaurantes mais exclusivos, as trufas da Provença e o caviar de esturjão branco, a música mais actual, o autor mais difícil, o desejo mais excêntrico; na “base” está tudo aquilo que mais abunda, mais se consome e menos se quer: o poster, a batata, a quinquilharia, a novela, o poster, o *pinchbeck*⁷. Em suma, o saco de plástico e a lata vazia de “Coca-Cola”.

Consequentemente à revolução industrial é o *boom* na procura de materiais nobres, e destes na joalharia. Se, por um lado, os avanços tecnológicos permitem refinar e intensificar a captação das matérias, por outro, a melhoria das condições de vida amplia o grupo consumidor. O ouro passa a ser muito procurado e a sua cotação mantida em alta permanente. Quando a procura excede a oferta, o valor do bem aumenta: nesta curva ascendente da dinâmica dos mercados, a estratégia dos produtores para contornar a escassez de meios e satisfazer a procura, foi baixar a pureza do ouro - aumentando a quantidade de liga- e reduzir à espessura e tamanho das peças - de forma a portarem menos matéria- pesando menos.

Em relação às pedras, substituíram-se os diamantes por topázios e as esmeraldas por turmalinas. A “imitação” intensifica-se, generaliza-se, e configura uma zona paralela no entendimento de jóia, como uma sombra de si mesma que se persegue sem nunca conseguir alcançar. Não sendo possível legitimar a coabitação pacífica entre materiais nobres com plebeus, formam-se bastardos sem direitos, enquanto se mantêm, impunemente, em circulação, jóias cunhadas, nascidas de suor e sangue.

Os *diamantes de sangue* da Libéria, Angola, Costa do Marfim e de vários outros países, são uma realidade conhecida, escandalosa, mas que é habilmente mantida em surdina, por interesses que o comum-dos-mortais

⁷ Liga de zinco e cobre que imita o ouro, cujo nome provém do seu inventor, Christopher Pinchbeck, relojoeiro inglês estabelecido em Flee Street, Londres, em meados do século XVIII (cf. Evans, 1989, p.160).

Figura 32: Amnistia Internacional, *Quel prix pour ces diamants?*, poster, 2004.

não tem sequer capacidade de adivinhar. É lamentável que “as mais duras lutas sociais que se desenrolam nos nossos dias já não sejam orientadas para objetivos globais de interesse geral, mas para a conquista ou a defesa de vantagens muito localizadas, e traduzem esboroamento da consciência e das ideologias de classe, a preponderância dos egoísmos categoriais sobre a busca de um progresso social de conjunto” (Lipovsky, 1989, p. 239). O mercado de interesses particulares teima em fazer preservar, hipocritamente, uma aura obsoleta que somente reconhece a jóia de nobre matéria e que mantém viva, e financeiramente possante, a prática criminosa.

De uma forma simplificada poderá dizer-se que o mercado flutua segundo as leis da oferta e da procura, contudo, as oscilações são grande partes das vezes provocadas ou manipuladas. Esta manipulação ocorre e afecta em todos os sectores de actividade: do petróleo à banca, da arte à ciência, da panificação à imobiliária; e é orquestrada de uma forma tão silenciosa que muitas das vezes não se tem sequer noção que esteja presente.

Independentemente das qualidades inerentes aos materiais ditos nobres, a acessibilidade condicionada a muitos deles resulta, não somente da sua raridade, mas de manobras de controlo do seu valor. Exemplo flagrante disso é a política monopolizadora que a empresa “DeBeers” por décadas praticou.

Esta empresa, fundada em 1882, estabeleceu um monopólio que, pela via da produção e comércio, regulou até à década de 90 do passado século 85% da produção mundial dos diamantes. A partir dessa altura, as leis da concorrência obrigaram à reestruturação da companhia de forma a liberalizar o preço da matéria no mercado. Ainda assim, a “De Beers” possui cerca de 43% de toda a produção diamantífera do mundo (cf. Bari & Sautter, 2005, p.144). Isto ainda lhe permite um lugar privilegiado no mercado, injectando nele somente a parte que entende necessária para manter o preço deste minério na cotação máxima.

Interessa, pois, ao mercado em geral e à indústria dos minérios nobres, em particular, que movimentam biliões de euros anuais, manter a ideia de obra-de-arte ou de jóia vinculadas a estereótipos de luxo, a objectos de preço proibitivo. Se são de difícil acesso, têm alto valor de mercado; se têm exímia qualidade de produção e comunicação, e ainda consegue conferir estatuto, estima e beleza, como não haviam de se tornar em símbolos máximos de excelência?

Se os mercados insistem em manter o protectorado da preciosidade, cabe a responsabilidade aos agentes culturais e aos média, de mudar a mentalidade das massas, assumindo o papel privilegiado de formadores da sociedade.

Figura 33: Funcionária da Christie's mostra o diamante azul do século XVII, rebaptizado de Wittelsbach-Graff pelo novo dono, que o rematou em leilão, no final de 2008, por 16,8 milhões de euros.

4.2. A jóia inserida nos modelos culturais dominantes

Actualmente, com a tecnologia em cartaz, é ela que inspira: pelas múltiplas opções, pela limpeza e rapidez, pela eficácia e eficiência. No lado diametralmente oposto, encontra-se, congelado no tempo e no martelado contínuo da mão cega, o artesanato, cuja estética *anti-tecnologia*, *anti-ciência*, e *anti-progresso* (cf. Dormer, 1988), exala um odor bafiento, pouco sedutor à angariação de novos praticantes.

Não obstante, o objecto feito à mão traduz-se por um valor acrescentado, também económico mas não só. Ele ganha uma aura de ser encantado: um Adão nascido do barro inerte, que a mão, conduzida por uma luz quase divina, fez nascer. Seja pelo seu pendor arquétipo de rara genuinidade e vínculo com a vida, seja pelo cunho humano e no acto executado do homem para o homem, o objecto feito à mão facilmente estabelece ligações. O cunho humano cria imediata empatia e identificação com o receptor. Em cada objecto, “a ideia de um ser a produzir para seu semelhante, diferencia-o do anonimato implícito na produção em massa” (idem, p. 139), valorizando-o face a este.

Obviamente que o mercado aproveita muitas vezes a estética artesanal para ornamentar e vender os seus produtos com uma clara, embora postiça, conotação com a reconhecível manualidade. Também existe um rol de empresas das mais variadas áreas, que apostam em produtos que, por serem de fabrico artesanal, são altamente diferenciados e considerados, que se mantêm altamente lucrativas graças a uma restrita minoria que as consome. Contudo, este fabrico artesanal em particular, não é mais o ganha pão do *bafiento* artífice, mas o motor de entidades corporativas como a Cartier ou a Hermès, que operam à escala global, utilizando muitas vezes recursos de países terceiro mundistas, obtendo receitas e lucros estrondosos, resultado de grandes operações de *marketing*, *branding*, *packaging*, *styling*, etc.

À excepção da linhagem “nobre” da cultura material, sempre desejada, o vínculo à manualidade tende a ser desvalorizado. Na joalharia, o estreito laço com o trabalho manual, do artífice, com a sua fuligem e ferramentas rústicas, coloca-a lugar sem pouso certo, como quando as primeiras rugas de uma actriz a afastam de papéis de *Lolita* e ainda não estão suficientemente vincadas, para lhe confiarem papéis de credível maturidade.

Embora não pretendamos sugerir a existência de limites intransponíveis, agrupam-se em quatro os protagonistas na produção de joalharia: o primeiro é onde se inserem os artesãos tradicionais que, segundo Peter Dormer, limitam-se a reproduzir o preexistente; depois, o grupo das marcas de luxo que utilizam esse saber e todas as matérias mais cobiçadas raras e dispendiosas, reformulando e refazendo o pré-existente em claras operações de *liftings*, seduzindo uma minoria milionária; um terceiro, que traduz esses

tesouros de difícil acesso em produtos desinteressantes, que inundam os mercados e os aeroportos, levando a quem, não podendo aceder ao original e a ele aspire, se conforme com as cópias, e as devore. Às prestações. Por último, um quarto grupo, onde fazem parte os indivíduos ou corporações que procuram oferecer projectos de profundidade, confluentes de diferentes saberes e competências, configuradores de preocupações éticas e estéticas e por vezes com vocação política, formativa, ou interventiva, que se tem vindo a tratar.

Embora as técnicas básicas do trabalho em metal na joalharia, mantenham-se desde a sua origem praticamente inalteradas, a verdade é que, e pelo levantamento que já foi efectuado, percebe-se que desde cedo, tudo quanto fossem novas técnicas e materiais foram sendo absorvidos e incorporados. Hoje, esta é uma verdade parcialmente actual: a joalharia convencional continua a incorporar novas técnicas e tecnologias como o laser e a prototipagem a três dimensões, mas fechou-se ao emprego das matérias comuns.

Pela sintomatologia dos grandes mediadores, como a “Contrastaria Nacional” sob a alçada da “Casa da Moeda”, diagnostica-se uma xenofobia material, como comprovam os episódios de prática ostracista do não reconhecimento, ou permissão, de convivência de matérias provenientes de diferentes classes, numa mesma jóia. Assim, o joalheiro que opta por seleccionar os materiais para as suas peças, pelas suas propriedades plásticas e, ou, simbólicas, independentemente da sua origem, desrespeitando a norma, é entendido pelo *mainstream* como um *outsider*, um excêntrico marginal.

O cerco a esta classe profissional, que integra o quarto grupo, torna-se ainda mais cerrado devido a problemas e condicionantes mais amplos. Um dos quais prende-se com o entendimento do que é arte e quais são as disciplinas que cabem na Arte; outro refere-se à problemática da aceitação e reconhecimento públicos. De certa forma, a distinção entre as artes maiores das menores, ainda se mantém actual. É incomparável o número de galerias, leiloeiras, colecionadores, espectadores ou consumidores de pintura ou escultura com a de outras formas de expressão como a joalharia ou a cerâmica. Uma vez que o que é, ou não, considerado “Arte”, é decidido pelo mundo da arte, sem a aceitação por parte deste, as formas “menores” são renegadas para segundo plano. Esta atitude, relativamente às expressões “menores”, dificilmente mudará, nomeadamente na Joalharia, pelo vínculo estreito que esta mantém com o saber artesanal. Como Peter Dormer refere, “no mundo contemporâneo todo o trabalho que tenha linhagem de artesanato não tem a chance de poder ser aceite” (Dormer, 1988, p. 141). Assim, exceptuando os casos particulares, de uma população bastante reduzida, muitas vezes erudita, que valoriza mais o conteúdo e o contexto que o invólucro e o pretexto, no restrito mercado de galerias e museus, os artistas-joalheiros são, simultaneamente, consumidores e espectadores da sua própria obra.

Figura 34: José Carlos Marques, *Fragments of contemporary culture*, composição fotográfica, 2007 (página anterior).

5.0. Futuro e a sustentabilidade do projecto contemporâneo

Boaventura Sousa Santos define as sociedades como “teias complexas de vasos comunicantes onde tudo tem relação com tudo” (Santos B. S., 2002), se assim é, a pegada individual contribui para o desenvolvimento colectivo, independentemente do seu compasso e extensão, pelo que cabe a cada um actuar em conformidade, com, e para, o Eu colectivo.

As mudanças que a industrialização desencadeou são evidentes e estão bem documentadas, contudo, na passagem para a sociedade actual, o teor das transformações que têm vindo a ocorrer, não sendo palpáveis, diferem substancialmente das precedentes. A principal mudança, agenciada pelas tecnologias de informação e de comunicação, ocorre na operacionalidade que afasta gradualmente o toque. A assunção da cibercultura “convoca e ameaça absorver toda a experiência” (Gil, 2002, p.22), alterando o entendimento de ligação, experimentação ou de realidade.

Esta é uma ruptura que, tal como todas as outras, pode suscitar desenvolvimento ou degradação, mas tem a particularidade de poder salvar, ou destruir, a organização do mundo tal como o conhecemos. Se a envolvente muda, o percurso e a experiência de vida, por consequência, também mudarão, independentemente da predisposição genética de cada um. A leitura darwiniana que se pode fazer disto é que, a alteração do meio ambiente, “obriga” à adaptação da acção que, a seu tempo, provoca a evolução ou involução da própria espécie.

Segundo Kevin Robbins, precisamos de tocar e imergir no mundo circundante, precisamos de estar *envolvidos e implicados na reciprocidade do contacto* (cf. Robbins, 2003, p.51), que se estende para além do físico, que convoca razão e emoção, troca e partilha de *experiências experienciadas* e o contacto directo: real e corpóreo. Quando deixou de nos interessar o corpo? A matéria? Os afectos? Assusta-nos assim tanto a morte, que queiramos desligar-nos da inevitabilidade trágica da vida? Neste mundo incorpóreo, a atracção pelo desempenho da tecnologia reside na ilusória sensação de segurança que confere e na confortável distância que parece criar dos males do mundo. Como se nos ecrãs semi-protésicos se reproduzisse uma cápsula de vidro, à prova de *caos e catástrofe* (idem), que “oferece possibilidades de comunicação acelerada entre o interior e o exterior mas simultaneamente institui uma cesura invisível e material que impede a esta comunicação tornar-se uma abertura real para o mundo” (Baudrillard, 1997, p.49).

O homem teve sempre necessidade de apoiar-se no real, que sem deixar de ser uma construção sua, permitia firmeza no passo; hoje ele pisa sem rede. Por um lado, porque no espaço ocupado, a continuidade é feita por cortes, interferências, manipulação e suspeita objectividade. É um espaço

gerado por “fluxos de imagens simultâneas altamente controlados” (Colomina, 2002, p.10), onde as representações precedem e editam a realidade aproximando-a virtualidade. Por outro lado, porque as representações, que se fragmentam e multiplicam em infinitas imagens, ocuparam as fronteiras entre os corpos e infiltraram-se neles, tornando indecifrável a sua traça original, “inspirando as suas formas de aparência e de expressão, os seus movimentos, as suas inclinações e afecções” (Cruz, 2002, pp.42-43). E assim, derivamos em palimpsestos de imagens errantes, acopladas por narrativas artificialmente construídas, quais mutantes “de transição para um outro género de humanidade de que nós hoje não temos ideia” (Gil, 2002, p.28).

Uma grande modificação que ocorreu foi a valorização da noção de espaço. A abolição quase total do espaço, em virtude do tempo, foi inquestionável até ao final da primeira metade do século xx. O tempo quase condicionava o presente e era motivação para o futuro, mas a partir de então as movimentações transfronteiriças e a consciencialização do lugar modificaram a questão; a noção do espaço começou a ser mais valorizada, reflectindo-se num pendor transnacional e transfronteiriço de conceber objectos. No design, a partir dessa altura, projecta-se a pensar num consumidor participante na cultura global, e não para qualquer consumidor modelo, assim torna-se necessário promover a diferenciação do indivíduo que busca projectar a sua identidade, enganadoramente singular, no seio de tão ampliado grupo.

Actualmente admite-se no Design um distanciamento da indústria dura, assim como se admite que tenha diversas orientações que não aquela que promove uma *acção socialmente eficaz*. O projecto, dotado de significado, pressupõe uma análise de contexto e um plano de intenções que o tornarão pertinente e apropriado, independentemente da função que exerça e das necessidades humanas que colmate: operacionais, emocionais ou outras. Hoje, no design e em tantas outras áreas, existe espaço suficiente para que se manifestem diversas orientações sem que se perca a identidade; pode falar-se de design de intervenção, de design de persuasão ou de *art design*, sem pecado, pudor ou culpa. Em franca contemporaneidade, a escala que regula as conquistas humanas amplia-se e reduz-se a proporções jamais previstas, apresenta-se um universo no ínfimo e no infinito, as potencialidades são imensas, celebra-se o conhecimento, que está, supostamente, ao alcance de todos.

A produção material de determinada sociedade tem relação directa com a forma como esta se organiza: “no estádio da produção artesanal, os objectos refletem as necessidades na sua contingência, sua singularidade. (...) Na era industrial, os objectos fabricados adquirem uma coerência que lhes vem da ordem técnica e das estruturas económicas” (Baudrillard, 1997, p.197). O movimento moderno pretendia evidenciar os benefícios inovadores da técnica e a capacidade de controlar a estrutura dos objectos, dedicando-se à produção

interminável de réplicas, mas no discurso pós-moderno a multiplicidade, a heterogeneidade e o pluralismo são dirigidos à personalização.

Na era pós-industrial, a coerência das necessidades e dos objectos, substituídos pelas suas representações, é manipulada pelo mercado numa aparente lógica, (do consumo), que advém e serve os seus interesses. Verifica-se uma aproximação dos objectos ao homem: a sua estética humaniza-se, os argumentos de persuasão não são mais sobre si mas sobre ele, e a mesma tecnologia que se dedicava à produção indiferenciada, adopta uma estratégia particularizada e centrada no *eu*. Rick Poynor utiliza a personificação para evidenciar esta mudança: “o objecto pós-moderno problematiza o significado, oferece múltiplos pontos de acesso e está o mais aberto possível à interpretação” (Poynor, 2003, p.12). A abertura e multiplicidade calculados correspondem às múltiplas possibilidades de identificação e identidade que a sociedade oferece (cf. Burkhardt, 1988, p.151). A personalização e o egotismo expandem-se com a *world wide web*, que permite a cada utilizador navegar, aparentemente, sem quaisquer restrições, e desdobrar-se em todos os heterónimos que pretenda.



Figura 35: Auli Laitinen, *I am human*, broches, 2000, meios variados.

Ocorre uma explosão demográfica da geração “*IM*”, (leia-se *I Am*): narcisos que embevecem perante a imagem virtual de si mesmos (cf. Coimbra, 2007, p.41). Este “vale tudo dentro do meu próprio território”, se virulento, ameaça tornar-se pandémico. Nesta *orgia da tolerância* (Umberto Eco), “a publicidade assume responsabilidade moral pelo corpo social, substitui a moral puritana por uma moral hedonística de pura satisfação e funciona como um novo estado de natureza no seio da hipercivilização” (Baudrillard, 1997, p.194).

No nosso “paradigma de não paradigma” fala-se da grande vingança do capitalismo nos campos expandidos da cultura pós-moderna. A tolerância e a diversidade trazem vantagens, no entanto, a comercialização generalizada e a hiper abundância conduzem a um estado de apatia e indiferença, cheia de picos de entusiasmo que tão depressa chegam como vão.

A relação dos homens com os seus mitos é antiga e pacífica desde que não se transforme numa “relação de submissão e cegueira que os levam ao divórcio com o real e a possuïrem-nos” (Morin, 1992, p.220). A relação tem vindo a tornar-se perigosa, o mito da abundância mantém o púlpito e o da ciência cede lugar ao da tecnologia: um enche-nos o corpo o outro sossega-nos a alma. E neste apaziguamento reside o perigo: os objectos oferecem-se sedutoramente, alimentando o vício do consumo; a tecnologia, para além de, continuamente produzir hipnóticas imagens, automatiza conduta e pensamento.

Sem tomarmos consciência disso, assemelhar-nos-emos, mais que nunca, a cobaias de laboratório. Por razões óbvias, não existirá quem se congratule ao rever-se nessa imagem, supostamente adequada: “ninguém de opinião isenta e respeitável quer ouvir que os seus pensamentos, sentimentos e comportamentos são influenciados e mesmo determinados por outros que, dos seus laboratórios, imprimem e calibram com exactidão as respostas que desejam” (Poynor, 2006, p.79). Esta é mais uma fatal demonstração da bipolaridade do homem, que no auge da liberdade individual, se encontra, paradoxalmente, prisioneiro do próprio domínio.

Marshall Berman acredita que rever o arquivo, contactando os modernos do passado, e reencontrando as raízes da modernidade, poderá fazer renascer, cultural e politicamente, um novo homem. Exemplificando: no pensamento iluminista encontram-se as bases da nossa modernidade, criticam-se as tutelas exteriores e reivindicam-se a autonomia do indivíduo e do conhecimento, mas esta é uma autonomia responsável, enquadrada na ideia de universalidade e de humanidade. Algo se perdeu...e foram precisamente estes dois conceitos que os interesses burgueses e que as faúlhas da industrialização escamotearam. Passou a exigir-se direitos sem se cumprirem os devidos deveres com a envolvente, ignorando o planeta e o colectivo.

O facto de se procurar nos arquivos não diminui os poderes fantásticos de onnipotência, onnipresença e onisciência que esta *Super-Cobaia* alcançou, pelo contrário, garantem o seu fortalecimento. Trata-se de recuar, não pelo receio de avançar, mas porque se assume a capacidade de errar, afinal, “enganarmo-nos é o único privilégio humano frente a todos os outros organismos” (Dostoevsky, 2001, p.192). A apropriação revista das teorias do passado é, simultaneamente, uma crítica às teorias presentes e uma aposta no homem moderno do futuro. É verificar as mazelas e maleitas, fazer implodir tudo quanto não serve condignamente, e recomeçar.

Fizeram-no, por exemplo, os estruturalistas americanos, numa abordagem nova e própria de fazer e entender a arte, totalmente distinta da secular forma de representação europeia. Sem contextualizações, invocações ou emoções. Objectos, em sua maioria, que valessem por si mesmos, sem narrativas associadas e sem a marca do autor, permitindo ao fruidor total liberdade

de apropriação e de interpretação.

Emerge na sociedade pós-industrial a possibilidade de *viver na fusão do passado, do presente e do futuro* (C. Donà); possibilitam-se, para o bem e para o mal, a livre circulação de conhecimento, de pessoas e bens e a abolição de fronteiras e limites, estimulando novos cruzamentos. O design não é só forma, a arquitectura não é só função; importam, sobretudo, contexto e conteúdo. “Todo o edifício terá o seu duplo” (Coates, 1988, p.111), assim se deverá considerar a cultura material: não se trata de duplicar funções mas de as comungar, nem se trata de definir prioridades e hierarquias mas de estabelecer diálogos, seja entre o hemisfério direito e esquerdo do cérebro, ou entre o norte e o sul. O homem, nesta teia de complexas ligações, desligou-se da política, matou Deus e as grandes ideologias, restando-lhe, como antídoto à pandemia, pouco mais que a nano narrativa e a micro política.

5.1. Da tactilidade à visualidade

Oliver Sacks descreve, em “Ver e não ver”, o caso clínico de Virgil, um homem de cinquenta anos, que, após intervenção cirúrgica, recupera a visão que perdera em tenra infância. Sacks apresenta os dados clínicos do seu paciente, traça o seu percurso de vida e esboça o seu retrato físico e psicológico, e através da descrição do processo de reaprendizagem de Virgil, compõe uma parábola que questiona a legitimidade das verdades instituídas pela força das maiorias. Será essa uma verdade melhor que outra? Virgil, fisiologicamente falando, é cego, e nós outros, que neste momento lemos estas palavras, nós outros que vemos, veremos?

A distinção entre a percepção dos invisuais daqueles que se servem de todos os sentidos, difere da esfera tempo-espacial onde ocorre, “nós, dotados duma bateria completa de sentidos, vivemos no espaço e no tempo; os cegos vivem num mundo onde só existe a dimensão temporal” (Sacks, 1986, p.161). Embora os cegos não criem um cenário visual imediato, como nós o entendemos, a sua percepção do mundo, composto por objectos, conceitos e significados, é igualmente feita a partir das suas impressões sensoriais em correlação.

O caso de Virgil demonstra a assertividade da teoria de Berkeley exposta em *Uma nova teoria da visão* (1709), de que o tacto e a visão não têm forçosamente uma relação espontânea, mas que esta se estabelece através da experiência, que é, também, formadora da noção de distância e de tamanho. Virgil carecia de um *comportamento visual*, pelo que o processo de reaprender a ver, em reconhecer objectos, personagens e cenários circundantes eram

difíceis e notórios, e somente quando relacionava as novas, ou renovadas, experiências visuais com as tácteis, é que Virgil conseguia identificar o que via. Este fenómeno de *transferência modal cruzada* (Gregory S.B.) acontece porque nenhum dos sentidos actua isoladamente, mas em articulação, e ligados ao comportamento e ao movimento numa “atitude activa de exploração do mundo” (Sacks, 1986, p.154).

Nós criamos, desde o nosso primeiro abrir dos olhos, o nosso mundo visual, de aparências. No início do processo de reconhecimento visual de Virgil, como a um qualquer bebé, o movimento, o brilho e as cores fortes despertavam o seu interesse, no entanto, o entusiasmo inicial dava gradualmente lugar a uma penosa ansiedade pela tarefa a que estava sujeito. Sacks explica que “todos os indivíduos que só há pouco tempo recuperaram a vista sentem extremas dificuldade em lidar com as aparências transitórias, instáveis e evanescentes. (...) Nós outros, que nascemos no mundo das aparências (e das suas ilusões, miragens e logros ocasionais), aprendemos a conhecê-lo a sentir-nos seguros no seu seio” (idem, p.165). Virgil, sem um comportamento visual activamente exercitado, em confrontação visual com um cão enérgico, um vão de escadas ou com imponentes arranha-céus, sentia um misto atordoante de sentimentos. O cão parecia-lhe irreconhecível a cada volta que dava, as escadas emaranhados de linhas cruzadas, a sustentação de um arranha-céus um fenómeno extraordinário de força gravitacional.

No decurso da narrativa, Sacks acaba por expor uma constatação que lhe ocorreu ao observar Virgil em pleno uso da sua máquina perceptiva, que constituiu prova da sua destreza e auto-suficiência enquanto cego, que via através do toque. “Ao explorá-la (a uma estátua) ágil e detalhadamente com as mãos, ele revelou uma segurança de que nunca dera mostras cada vez que se servia dos olhos” (Sacks, 1986, p.170). A nossa imagem do mundo, a nossa sensibilidade e vocabulário expressa-se em termos visuais, mas a sua, que até à operação se expressava fluidamente pela tactilidade, entrava em conflito com sua inexperiente visualidade.

O córtex cerebral nos bebés é equipotencial, estando, por isso, pronto a adaptar-se a qualquer forma de percepção (cf. Sacks, 1986, p.178). No caso de Virgil, *et al*, que depois um longo período de habituação a determinada percepção do mundo, são “obrigados” a reorganizar a sua percepção táctil-temporal para visual-espacial, é exigido que ocorra uma *mudança radical a nível neurológico, psicológico, de identidade e personalidade*. Trata-se de um processo terrível e bastante penoso, porque é “preciso morrer como pessoa cega para renascer como pessoa que vê” (idem, p.180).

Como se previa, após um breve período, a euforia com que foi recebido o *poder ver*, dissipou-se. Numa ponte entre dois mundos, entre um *eu* (que já) *não sou eu nem é o outro*, e na impossibilidade de formar um mundo

visual sólido e sentir-se, simultaneamente, impelido a renunciar ao seu, encontrou a libertação pelas mãos de uma segunda e definitiva cegueira que lhe permitiu “fugir ao mundo confuso e ofuscante da visão e do espaço, e regressar à sua verdadeira natureza, o mundo do toque que o acolheu por quase toda a sua existência” (idem, p.191).

A proxémia, neologismo de Edward T. Hall, estabelece um mapeamento de afinidades e de afastamento. Contudo, mais significativas que as diferenças culturais ou linguísticas são as que provêm do habitar em mundos sensoriais diferentes (cf. Hall, 1966, p.13). É possível estabelecer uma leitura precisa das particularidades de cada povo, somente pela análise sobre o modo como se serve dos seus sentidos.

A noção de realidade é abstracta, o que apreendemos do mundo resulta da incidência das forças físicas sobre o nosso sistema sensorial. “Qualidade, luz, cor, profundidade, que estão ali perante nós, só lá estão porque despertam um eco no nosso corpo, porque ele as acolhe” (Ponty, 2002, p.23). Portanto, para compreender a vivência do homem importa conhecer os seus sistemas perceptivos e a forma como a cultura transforma a informação por eles fornecida (cf. Hall, 1966, p.56).

É possível distinguir, relativamente ao seu alcance, dois sistemas de sentidos: o de distância, em que actuam olhos, ouvidos e nariz; e o de proximidade: pele, músculos e mucosas. A pele, no entanto, também pode ser incluída no primeiro, porque identifica variações térmicas. Embora os olhos tivessem sido os responsáveis pelo sentido que mais tardiamente se desenvolveu, ele rapidamente se tornou no mais especializado. A visão é, para o homem possuidor de todos os sentidos, o receptor que fornece a maior quantidade de informação ao sistema nervoso central, a maior velocidade e com menor ambiguidade, se comparada à informação de captação auditiva (idem, p.57).

O uso dos olhos permite ao homem identificar o mundo circundante, mover-se nele com facilidade, transformar, cuidar e informar, mesmo acerca do seu estado emocional. Hall invoca a terminologia de Gibson de “campo visual” e “mundo visual” para diferenciar a visão meramente retiniana daquela que aglutina todos os dados dados sensoriais, permitindo a construção do seu mundo perceptivo.

Esta construção difere em género e em território cultural (cf. Hall, 1966, p.84). A título de exemplo, Hall refere que “o homem ocidental percebe os objectos, mas não os espaços que os separam. No Japão, pelo contrário, esses espaços são percepcionados, nomeados e venerados sob o termo *mu*, ou espaço intercalar” (Hall, 1966, p.90). De acordo com Hall, os japoneses são particularmente dotados na capacidade de ampliar o espaço visual, mais sensíveis à significação da textura. Quem melhor que eles, saberá como tirar o

melhor partido dos pequenos espaços, intensificando as sensações cinestésicas, e convocando todos os sentidos na apreciação de um espaço? Os seus pequenos jardins são disso exemplo, pensados de forma a serem apreendidos através de inúmeras sensações em confluência, sem dar preponderância olhar (cf. Hall, 1966, p.66), ao contrário dos jardins franceses, como os de Versalhes, caracterizados pela ostentação, simetria, excesso de *cheio* e embriaguez visual.

Embora a recolha de informação por um invisual se limite a um campo com raio de seis a trinta metros (idem, p.79), na falta do sentido da visão, ele adquire maior especialização dos outros sentidos. A hipertrofia auditiva nos cegos que lhes permite “seleccionar as altas frequências acústicas de modo a localizar os objectos que os rodeiam”, conjuntamente com a capacidade de melhor captarem as variações térmicas, e o calor emitido pelos objectos, compensam, de certo modo, a perda da visão, capacitando-os de mais facilitada movimentação (idem, pps.58,74).

A importância da informação que os sistemas receptores de distância captam é inquestionável. As faculdades informativas e perceptivas da pele pertencem a um domínio mais subtil, que pode levar a considerar a pele, injustamente, como órgão menor. A pele é composta por sensores exteroceptivos que possuem a capacidade de identificar e transmitir ao sistema nervoso central as sensações térmicas e tácteis, como frio, calor ou dor, sem os quais, seria impossível sobreviver (idem, p. 69) e por nervos proprioceptivos que permitem ao homem a percepção cinestésica do espaço, e a capacidade de nele mover-se harmoniosamente.

De acordo com Hall, não é possível separar a experiência visual da táctil, por estarem intrinsecamente ligadas (idem, p.74), embora aponte algumas particularidades: a distinção que Braque faz entre o espaço táctil onde se “separa o observador dos objectos” do visual, que “separa os objectos uns dos outros”; a apreciação de Balint, que considera existir dois mundos perceptivos, um orientado pela visão e outro pelo tacto, mais acolhedor, e Gibson, que distingue entre “um tocar activo (exploração táctil) e um tocar passivo (o facto de ser tocado), e que salienta que “a partir do instante em que consideramos ambos como canais de informação implicando no sujeito uma investigação activa dos dois sentidos, a riqueza das impressões sensoriais não pára de aumentar” (idem, pps. 74,75).

Jean Brun distingue, com veemência, o acto de “tocar” do sentido do “tacto”. Diz que o tocar “implica a vontade e o desejo de seguir uma superfície e de desposar uma forma”, fenómeno de grande importância para o filósofo porque “depende do domínio existencial do vivido”, enquanto que o tacto não será mais que a “percepção táctil” que “depende da psicobiologia porque pertence ao vivo”. Brun considera que este tocar activo é que esclarece a visão. Para ele, o “olho compreende a forma” (Brun, 1990, pps.125,126), oferece a visão do

todo mas está longe da seriedade que a mão oferece, porque só esta “conhece a forma”. Enquanto a visão dá o “imediato pensado” a mão dá o “imediato vivido” (idem, pps. 173,174).

Para se ser mais preciso, dir-se-á que o sentido do toque comunga três sistemas perceptivos que, de certa forma, se complementam: o sentido tátil, cutâneo, associado aos estímulos enviados ao sistema nervoso central pelos receptores presentes na pele; o sentido cinestésico que adequa a postura activa ou dinâmica do corpo e a percepção do corpo no meio exterior; e o toque activo confluyente das duas anteriores, o que possibilita a adequação do eu ao mundo e que permite o reconhecimento dos objectos (cf. Loomis & Lederman, 1986).

Para Ezio Manzini, o tacto é o sentido mais analítico, e “a pele, com as suas especializações, é privilégio das trocas de energia e de informação que caracterizam a vida” (Manzini, 1993, p.214). Apesar de todo o conhecimento disponível acerca do maior órgão que o homem possui, a pele, esse sistema de informação de excelência, é uma interface que, de acordo com apreciação de Edward T. Hall, os designers não souberam ainda reconhecer, nem tão pouco valorizar “a significação fundamental do tocar e, em particular, do tocar activo”. Contrariamente à importância que era dada ao mais pessoal dos sentidos, pelos artesãos da Idade Média, na contemporaneidade poucos são os projectistas que valorizam as texturas. Hall diz, inclusive, que em arquitectura “o seu uso é essencialmente fruto do acaso e da incoerência, raramente utilizadas com consciência do seu impacto psicológico e social” (Hall, 1966, pps.75-76).

O afastamento do toque e a desmaterialização são temáticas actuais, que levantam muitas críticas e dúvidas, receios e desconfiança. Existe um claro contra-senso pois a importância do toque, em última estância, é insuperável: o toque da mãe, as carícias do amado, a superfície de um copo gelado, a maciez do pêssego ou a pele rugosa de um sobreiro, causam impressões enraizadas. Segundo as palavras de Hall “para muita gente, os momentos mais íntimos da vida estão associados a mudanças de textura de pele. A resistência ao contacto inoportuno que crispa a pele como uma armadura, as texturas excitantes e em incessante mutação da pele durante o acto amoroso e o aveludado da satisfação que lhe sucede- eis outras mensagens de um corpo para o outro, dotadas de significação universal” (idem, p.77). Tem vindo a perder-se algo; se o homem *aprende o que vê*, reaprenderá a tocar?

Mesmo em pleno modernismo, de cariz positivista, são encontrados exemplos que comungam os diferentes sistemas sensitivos. Parte do inquestionável sucesso de Frank Lloyd Wright deve-se à atenção que prestava à edificação e vivência dos espaços. O arquitecto reconhecia serem diversos os agentes implicados na experimentação do espaço, pelo que convocava todos os sentidos a participarem activamente na sua percepção. Wright procurava

ampliar essa experiência “provocando uma relação pessoal directa do visitante com as superfícies do edifício” (*idem*, p. 65). O *seu* Hotel Imperial de Tóquio, por exemplo, proporciona uma experiência do espaço simultaneamente táctil, visual e cinestésica.

“As relações que o homem mantém com o seu meio ambiente dependem ao mesmo tempo do seu aparelho sensorial e do modo pelo qual este de encontra condicionado a reagir. Hoje, a imagem inconsciente que podemos ter de nós próprios – a vida que cada um de nós leva, no seu desenrolar quotidiano- é construída com o auxílio de informações sensoriais fragmentárias, retiradas de um meio ambiente em grande parte pré-fabricado (...) A extrema sensibilidade da pele às mudanças de temperatura e de textura traz-nos duas faculdades sensoriais suplementares, cujo papel não consiste somente em assinalar ao indivíduo as alterações afectivas ocorridas nos outros, mas também em fornecer-lhe acerca do seu meio uma informação de natureza particularmente pessoal. No homem, o sentimento do espaço está ligado ao sentimento do Eu, que está por sua vez em relação íntima com o ambiente. Deste modo, certos aspectos da personalidade ligados à actividade visual, quinestésica, táctil, térmica, podem ver o seu desenvolvimento inibido, ou, pelo contrário, estimulado pelo ambiente” (*idem*, p.77).

A *realidade* é instável e pluriforme, diferindo para todos os homens, não podendo, por isso, entender-se universal. “Ao abrirmos os olhos em cada manhã, o que divisamos é um mundo que aprendemos a ver ao longo de toda a vida. O mundo não nos é oferecido: somos nós que o construímos incessantemente, recorrendo à experimentação, à categorização, à memória, às associações mentais” (*idem* p.150). Aprender a ver ou aprender a tocar, ou aprender a sentir, são ideias que poderão, à partida, parecer despropositadas, mas que se entendem pertinentes. À vida actual “cada vez mais resguardada e cada vez mais submetida à automação” falta a “redescoberta de uma impressão de contacto com as coisas” (*idem*, p.75), contacto esse que só se entende possível através da implicação directa.

A experiência é a chave da existência, sem ela, omitem-se as referências e âncoras que possibilitam a navegação segura rumo ao futuro. *A técnica é uma conquista da mão* (Brun), e ela dá ao homem o poder de transformar o meio e a natureza circundantes, tornando-se seu amo e senhor. É graças à mão que “o homem deixará de andar às arreguas no tempo, para começar a progredir ao longo dele e tornar-se finalmente o seu artesão consciente e voluntário” (Brun, 1990, p. 174). A mão que possibilita a técnica, não é, evidentemente, apêndice morto ou passivo, ela está disposta à vontade da inteligência e dos afectos. “A

mão só é mão porque está viva e porque está ao serviço da inteligência, que não é senão o acto que a move. (...) no fundo, não é verdadeiramente a mão quem maneja, mas sim a alma que a dirige e que, enquanto tal, é análoga à mão “ (idem, p. 21). As mãos serão talvez servas “ mas dotadas de um génio enérgico e livre, de uma fisionomia – faces sem olhos e sem voz, mas que vêem e falam” (Focillon, 2001, p. 107).

Tal como a representação de um cachimbo não a torna cachimbo, também uma mão de bronze não é uma mão - como insiste em sublinhar Aristóteles - pela incapacidade de desempenhar as suas funções. Para este filósofo da antiguidade, citado pelo seu homólogo contemporâneo, o homem é o ser melhor apetrechado precisamente pelo uso que faz da sua mão: “Os que dizem que o homem não é bem constituído e que é o mais despojado dos animais (porque diz-se, está descalço, está nu e não tem armas para combater), estão errados. (...) Pois a mão torna-se garra, presa, corno, ou espada, ou qualquer outra arma ou utensílio. Pode ser tudo isto porque é capaz de tudo agarrar e tudo segurar “ (Brun, 1990, p. 20).

A modernidade, tanto enquanto acção, quanto na sua conceptualização, sempre implicou uma fuga face à realidade imediata (cf. Robbins, 2003, p.32). A crença absoluta na trindade: ciência, progresso e razão só foi possível porque o grande primata julgou possível domar a vida, mundo e universo, e assim, todas as adversidades que também dela fazem parte. Incontáveis benefícios e outros tantos prejuízos proporcionou esse megalómano anseio.

Por milhares de anos, as tecnologias que o homem desenvolveu foram sendo comportáveis com a equilíbrio do mundo e da própria espécie, contudo, o salto que a partir do século XIX foi dado, tem vindo a destabilizar o compasso vital que por toda a sua existência marcou a vida na terra. São sobejamente conhecidas as consequências que a indústria pesada e a exploração massivas têm vindo a exercer no meio envolvente; ainda assim, governos e entidades contornam a responsabilidade dos seus actos em nome sustentabilidade (económica) e da prosperidade.

Ainda que a atitude do homem civilizado mudasse, certas acções desencadearam processos que, segundo opinião de muitos cientistas, são irreversíveis. É, por exemplo, o caso do aquecimento global. Com os avanços últimos, o homem tem vindo a configurar uma forma totalmente nova de se interrelacionar, que poderá significar um marco na evolução da própria espécie: o antes e o após o homem cibernético. As novas tecnologias associadas a esta cibercultura, permitem aceder a um sem número de conhecimentos e oferecem de um só clique mundo e universo, no entanto, elas “mantêm o mundo à distância” (idem, p.37), possibilitando somente uma experiência virtual, que somente ocorre na esfera do visual; não é tangível nem palpável. “Sem aprendizagem através da experiência não há transformação através da

experiência” (idem, p.49). E sem a transformação através da experiência quedamos num mundo empírico que se esgota no pré-adquirido.

Esta nova cultura, a cibercultura, “convoca e ameaça absorver toda a experiência” (Gil, 2002, p.22). Contudo, avós pais e filhos pululam perante ela, encantados pelas inúmeras possibilidades e benefícios, que indiscutivelmente oferece, mas sem se darem conta, de estarem a caminhar para um ponto de viragem sem regresso possível. A história pessoal de cada um e da humanidade, e os erros que se cometem, deveriam servir para uma aprendizagem futura, mas infelizmente nem sempre é assim, e muitas vezes quando se aprende é com o pior dos cenários.

Os progressos tecnológicos permitem uma exponente expansão espacial mas proporcionalmente comprimem o tempo, “recentemente conseguimos inclusive condensar o tempo num único ponto e ver tudo em simultâneo num ecrã televisivo” (Flusser, 2010, p.33). O homem passa a ter acesso a muito, em tempo reduzido, mas fica refém de uma aceleração que não é recompensada pelo aumento da sua esperança de vida. Aproveitando as plataformas digitais, o ser humano conecta-se em rede, globalmente, de uma forma, aparentemente, permanente e realista; trocam-se ideias que se repetem, ficheiros que se copiam e difundem, intimidades que se publicam e partilham.

Nos estados democráticos que gerem o mundo, não existe, aparentemente, a censura e pratica-se, teoricamente, a livre circulação de pessoas, bens e informação. Há também manipulação, muita. Uma nova forma desfasada de organização social tem vindo a formar-se. Com toda a facilidade com que as redes sociais crescem e com toda o imediatismo com que as amizades e movimentos se formam, cria-se também um ambiente profícuo à proliferação de organismos nocivos que manipulam e injectam as hordas pré-organizadas, contaminando-as com os seus genes, em benefício próprio.

Um ecossistema de seres virtuais ganha uma dimensão sem paralelo nem precedentes, que tende a tornar-se auto-suficiente e a sobrepor-se a todas as espécies autóctones. Busca-se o prazer na interface e perde importância o aprender pela experiência, causando mesmo um certo mal-estar, toda a actividade que requeira mais tempo de prática. Estando a visão a separar-se da experiência, os mundos vão assumindo “uma realidade desrealizada (...) progressivamente enfraquecida pelos meios tecnológicos que desenvolvemos para suportar os nossos mais primitivos desejos de ausência de envolvimento” (Robbins, 2003, p.29), passando a ser praticados, impunemente, um descompromisso e desresponsabilização alarmantes que urgem em ser contrariados.

A pele é “o órgão do risco” (Brun, 1990, p.127), ao contrário do olhar que, mantendo o mundo a confortável distância, não corre risco em ferir-se porque não se implica directamente; a mão que se estende participa, é actuante. Ao manter o mundo e as experiências tácteis longe, o risco minimiza-se

mas reduz-se a possibilidade de aprendizagem e de implicação. Ao tocar, o ser tenta alcançar o outro e “tenta ir além de si mesmo e incorporar o que está fora dele” (idem); ao fazê-lo, pode chorar, mas também ri, não o fazendo, e apreendendo o mundo pelo olhar, sem se implicar directamente deixa de sentir, e torna-se máquina. Então, é fácil sentir uma espécie de comoção e compaixão pelas vítimas de um *tsunami* ou de um genocídio que acontece do outro lado do globo; é fácil assinar petições contra a caça à baleia e ao uso de peles de animais, é fácil ficar susceptível e emocionado no ecrã de um *blockbuster* que descreve dramas humanos; mas profundamente difícil - para quem vive por detrás de um ecrã - ocorrer a uma vítima do outro lado da rua, prescindir do uso indiscriminado de petroleoderivados, do uso de uma mala em crocodilo quando nela se grava um monograma de de luxo, ou do uso de diamantes de proveniência desconhecida, desde que ofusquem no seu brilho.

Ao não nos implicarmos também nos omitimos, e fazendo-o, somos cúmplices e tão responsáveis quanto o acusado. Nós somos presenças vivas no mundo, corpos que visionam o mundo, e também somos corpos que se movem entre corpos: que assombram e que eu assombro. “Quando tocamos, estamos imersos no mundo circundante. Quando tocamos, não existe possibilidade de estarmos sozinhos ou acima de. Estamos envolvidos e implicados na reciprocidade do contacto. E nisto não podemos ser os únicos iniciadores – não podemos escapar a ser tocados pelo Outro. Também estamos expostos a ser tocados pelo Outro nos nossos sentidos emocionais e morais” (Robbins, 2003, p.51). Este toque deve ser entendido muito além do contacto físico, um contacto que se estabelecia antes mesmo da palavra escrita ou falada; é o toque que está para além de quaisquer barreiras linguísticas, culturais ou sociais; o toque que minimiza as diferenças e os mal-entendidos; o toque que se perde nesta era do hipervisual.

Um quadro não é levado no pulso, a escultura pendurada na orelha, a casa no dedo. A jóia segue e invoca o corpo, e nos campos expandidos onde a joalharia na contemporaneidade actua, essa relação de franca intimidade, está presente. Independentemente da área de actuação, seja em matérias nobres ou plebeias, a relação com a jóia é íntima e emotiva. Obviamente que, em especial desde os anos sessenta, é difícil de categorizar certos híbridos, e não será objectivo deste trabalho discutir aqui a sua vocação. O objecto aqui em estudo é aquele que é feito à medida do corpo e para o corpo, independentemente de aproximar-se mais da expressão artística, ou do produto de design. Porque só um, ou outro, são aqui entendidos como fiéis depositários da profunda vontade do homem de alcançar o seu semelhante e não das indústrias que o alimentam.

Conclusão: sentir e valorizar o corpo da jóia

Qualquer indivíduo que viva em comunidade é produtor e produto de cultura, podendo ser considerado seu potencial agente. O seu comportamento, obra e legado, podem contribuir, por adição ou subtração, para o enriquecimento da herança cultural partilhada. Quem actua para vastas audiências tem, ou deveria ter, consciência e responsabilidade acrescidas.

O Design insere-se no grupo das disciplinas que operam à escala global, que têm por objectivo melhorar a qualidade de vida das pessoas; que ambicionam, por princípio, chegar ao mais diversificado, e vasto, público. O local e o global são falados pela voz dos seus produtos, mais ou menos híbridos e multiculturais, que se vão instalando sem ter se impor, educando e promovendo uma cultura salutar cada vez mais globalizada.

Se, na Joalharia, as preocupações éticas podem ser idênticas às do Design, o seu palco de actuação pode diferir bastante, o joalheiro enquanto agente cultural, mediador na comunicação de valores axiológicos e estéticos, pode actuar, sem qualquer perda, para audiências que se compõe no singular; mais, a sua obra continua a fazer sentido sendo única, se a sua imagem for partilhada.

Tal como no Design, tem que haver um equilíbrio, ponderação e consciência acerca do modo como se constrói e passa a mensagem. A jóia equivale a um discurso, como tal, despoleta um sistema de equações variadas que actuam a níveis mais e menos subtis da personalidade humana, promovendo reacções químicas, e também físicas, poderosas. O seu alcance será tanto maior quanto mais alargado for o número de participantes que vivem determinada experiência. O simples acto de ver é acompanhado de um sentir que é compêndio da herança cultural de que dispomos, acrescido da nossa própria experiência, e será a partir do seu compósito que se constituirão os futuros moldes.

Outra semelhança que a Joalharia encontra no Design é a profusão de tipos e praticantes que se intensificou a partir dos finais do século XX. Mudadas fronteiras e valores, rapidamente emergiram e se solidificaram diferentes linguagens. Se, por um lado, a diversidade trouxe vantagens oferecendo novas oportunidades, também disseminou espécies perigosas que prosperam e cujo principal interesse é económico, isolando espécies endémicas a territórios cada vez mais reduzidos. O problema de produção que se extinguiu no início do século passado, deu lugar a uma praga que aparenta ser ainda mais terrível, a do consumismo desenfreado que caracteriza a sociedade *fast-food* ou de modelo de globalização neoliberal. Grupos de poder criam e pro-

movem falsas necessidades apelando ao consumo como forma de alcançar a felicidade terrena.

A cultura material, na contemporaneidade, reproduz-se numa dimensão fractal. A hiperdiversidade é mais aparente que de profundidade, e a aceitação polígama revela mais ignorância e insegurança que erudição, conhecimento e tolerância. Nenhuma prática é incólume e as operações estendem-se às mais diversas áreas, onde se incluem o Design e a Joalheria. À semelhança doutras disciplinas, também estas promovem e promovem-se na hiperprodutividade do vazio.

O acesso à dimensão semântica da jóia é, para os invisuais, em tudo idêntico a quem é dotado do sentido da visão. A sua percepção da jóia difere na forma aprofundada como apreende a sua corporeidade e preciosidade. Esta é, tal como aos utopianos, impossível de reconhecer pois estão imunes à hierarquização da matéria que é conferida culturalmente e percepcionada pelo olhar, sendo permeáveis a ela somente através do signo linguístico.

No salto para o novo milénio seria desejável frear a hiperactividade visual e os impulsos narcísicos, e recuperar o crivo primordial de animal social, que descobriu ser capaz de produzir arte, música, ou pensamento abstrato. A tecnologia é, desde o lascar da primeira pedra, a emancipação do homem rumo à descoberta de si mesmo. A ideia que gerou a seta que matou o animal de que se alimentava o homem servia o propósito primeiro da subsistência. A ideia que gera ferramentas de aniquilação do meio e de semelhante só poderá surgir nas mentes menos evoluídas e mais próximas do instinto primário do símio peludo, que procura ludibriar o próximo em proveito próprio. Crê-se que a particular racionalidade do homem, que o faz acreditar ser a espécie entre as espécies, possa fazer do designer “nobre, generoso e bom”, procurando em permanência e em consciência projectar para o Eu colectivo onde participa.

Esta ideia de que só sobrevive quem tem poder e que quem não tem, não tem qualquer poder sobre o seu destino, faz das selvas urbanas as mais ferozes, e palco das maiores atrocidades. Cada qual concentra-se em construir muros em seu redor, com receio de ser atingido ou aniquilado pelo outro. Há que despertar desta fábula de criança que distingue perentoriamente o bem do mal, e aceitar que a pluralidade é condição absoluta e a maior dívida da vida. É sobre esta égide que todo o objecto ou produto humano deverá ser pensado: não se trata de multiplicar funções nem praticar a dicotomia, mas promover a sinestesia entre sistemas perceptivos, a simbiose de conhecimentos e de experiências e a heteronomia: produto e imagem, forma e matéria, luz e sombra, micro e macro, arte e ciência, toque e olhar, eu e o outro.

Da apreensão táctil do mundo ao afastamento do toque, conta-se a história do primitivo ao cibernético. A tactilidade concretiza e a visualidade

sugere; ambas contribuem para a percepção da forma, no entanto, a sugestão visual tem vindo a ganhar uma preponderância alarmante face à experiência do contacto com a matéria, denunciado até por quem não é dotado da visão. A contraproposta à confrontação com *o real* deverá passar por reverter a tendência que se concentra na visualidade, e no mundo das aparências e construções ilusórias, acentuando antes, aspectos mais carnis e profundos.

A percepção que um invisual faz da jóia pode assemelhar-se à que um visual faz do mundo, tocando-o com mãos inteligentes que reconhecem a forma, e sentem o conteúdo. Pela dimensão política, simbólica, formadora, crítica e estética, que a prática da Arte e o Design conseguiram, e se propuseram concretizar, o praticante que nelas se envolve, tem o dever e o direito, de, por todos, dos invisuais aos hipervisuais, fazer estreitar laços, procurando as semelhanças e conjugando as construtivas diferenças, ao invés de promover as que discriminam.



Figura 36: Body Politics, *Verkörperung*, fotografia, 2004.

Bibliografia

- ÁBALOS, I. (2003). A bigger splash. In I. Ábalos, *A boa-vida* (pp. 109-137). Barcelona: Ed. Gustavo Gigli.
- AGAMBEN, G. (2010). Identidade sem pessoa. (pp. 61-70). O que é o contemporâneo? In G. Agamben, *Nudez* (pp. 19-29). Lisboa: Relógio D'Água.
- ASTFALCK, J. (2005). Jewellery as a fine art practice. In Grant, *New directions in jewellery* (pp. 18-24). Londres: Black Dog Publishing.
- BARI, H., & SAUTTER, V. (2005). *Diamantes*. Lisboa: Edições Inapa.
- BAUDELAIRE, C. (2006). *A invenção da modernidade (sobre arte, literatura e música)*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- BAUDRILLARD, J. (1997). *O sistema dos objectos*. São Paulo: Perspectiva.
- BERMAN, M. (1988). The experience of modernity. In J. Thackara, *Design after modernism (beyond the object)* (pp. 35-48). Londres: Thames & Hudson.
- BRUN, J. (1990). *A mão e o espírito*. Lisboa: Edições 70.
- BURGELIN, O. (1995). Vestuário. In Ruggiero, *Enciclopédia Einaudi*, vol 32 (pp. 337-363). Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda.
- BURKHARDT, F. (1988). Design and "avantpostmodernism". In J. Thackara, *Design after modernism (beyond the object)* (pp. 145-151). Londres: Thames & Hudson.
- CALABRESE, O. (1987). *A idade neobarroca*. Lisboa: Edições 70.
- CAMUS, A. (2003). *O estrangeiro*. Carnaxide: Ed. Livros do Brasil.
- CHEUNG, L. (2006). Wear, wearing, worn: the transitions of jewels to jewellery. In Sackville, *New directions in jewellery II* (pp. 12-23). Londres: Black Dog Publishing.
- CLARK, G. (1986). *Symbols of excellence*. Cambridge: Cambridge University Press.

COATES, N. (1988). Street signs. In J. Thackara, *Design after modernism (beyond the object)* (pp. 95-114). Thames & Hudson: Londres.

COLOMINA, B. (2002). Cidade de imagens. *Prototipo 007*, p. 10.

CRUZ, M. T. (2002). Técnica e afecção. In J. A. Miranda, & M. T. Cruz, *Crítica das ligações na era da técnica* (pp. 31-45). Lisboa: Ed. Tropismos.

DARWIN, C. (2010). *A origem das espécies*. Oeiras: Lello Editores.

DERREZ, P. (2005). Jewellery? What kind of jewellery are we talking about? In Grant, *New directions in jewellery* (pp. 11-17). Londres: Black Dog Publishing.

DORMER, P. (1988). The ideal world of Vermeer's lacemaker. In J. Thackara, *Design after modernism (beyond the object)* (pp. 135-144). Londres: Thames & Hudson.

DORMER, P., & TURNER, R. (1994). *The new jewelry, trends & traditions*. Londres: Thames & Hudson.

DOSTOIEVSKY, T. (2001). *Crime e castigo*. Lisboa: Ed. Presença.

EVANS, J. (1989). *A history of jewellery 1100-1870*. Nova Iorque: Dover Publications.

FLUSSER, V. (2010). A perspectiva do designer. *Uma filosofia do design*. Lisboa: Relógio D'Água.

FOCILLON, H. (2001). A vida das formas. Lisboa: Edições 70.

FOSTER, H. (2002). Brow Beaten. In H. Foster, *Design and crime (and other diatribes)* (pp. 3-12). Londres: Verso.

FOSTER, H. (2002). Design and crime. In H. Foster, *Design and crime (and other diatribes)* (pp. 13-26). London: Verso.

GIL, J. (2002). Ligação de inconscientes. In J. A. Miranda, & M. T. Cruz, *Crítica das ligações na era da técnica* (pp. 21-29). Lisboa: Tropismos.

HALL, E. T. (1966). *A dimensão oculta*. Lisboa: Relógio D'Água.

HINKS, P. (1969). *Jewellery*. Londres: The Hamlyn Publishing Group.

HULL, J. M. (1990). *Touching the rock*. New York: Pantheon books.

LIPOVETSKY, G. (1989). *O império do efêmero*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

LIPOVETSKY, L., & SERROY, J. (2010). *A cultura-mundo, resposta a uma sociedade desorientada*. Lisboa: Edições 70.

MANZINI, E. (1993). *A matéria da invenção*. Lisboa: Centro português de design.

MORE, T. (1995). *Utopia*. Mem Martins: Publicações Europa-América.

MORIN, E. (1992). *O método IV; As ideias: a sua natureza, habitat e organização*. Mem Martins: Ed. Europa América.

ODGEN, J. (2006). *Jewellery*. Londres: The intelligent Layman Publishers .

PHILIPS, C. (1996). *Jewelry, from antiquity to the present*. London: Thames & Hudson.

POINTON, M. (2009). *Brilliant effects (a cultural history of gem stones and jewellery)*. Londres: Thames & Hudson.

POLHEMUS, T., & PROCTER, L. (1978). *Fashion and anti-fashion, an anthropology of clothing and adornment*. Londres: Thames & Hudson.

PONTY, M. (2002). *O olho e o espírito*. Alpiarça: Editora Veja.

POYNOR, R. (2003). *No más normas, diseño grafico posmoderno*. Barcelona: Ed. Gustavo Gigli.

RENFREW, C. (1986). Varna and the emergence of wealth in prehistoric Europe. In A. Appadurai, & e. al, *The social life of things* (pp. 141-168). Cambridge: Cambridge University Press.

ROWANDS, M. (2009). *O filósofo e o lobo*. Alfragide: Lua de Papel.

SANTOS, B. S. (7 de Março de 2002). Uma sociedade em busca de medida. *Visão*.

SANTOS, M. d. (1994). Reprodutibilidade/raridade, o jogo dos contrários na produção cultural. In Melo, *Arte e dinheiro*. Lisboa: Assírio e Alvim.

SARAMAGO, J. (1995). *Ensaio sobre a cegueira*. Alfragide: Caminho.

SCARISBRICK, D. (2007). *Rings, jewelry of power, love and loyalty*. Londres: Thames & Hudson.

TANIZAKI, J. (2008). *Elogio da sombra*. Lisboa: Relógio D'Água.

VIEIRA, A. B. (2001). Percepção. In Ruggiero, *Enciclopédia Einaudi*, vol 34 (pp. 277-295). Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda.

ZELLWEGER, C. (2007). *Foreign bodies*. Barcelona: Actar Editores.

Artigos, catálogos e entrevistas

COIMBRA, R. H. (2007). Geração IM. *Expresso*, Revista Única, 41.

DORTIER, J.-F. (março de 2011). La course à la distinction. *Sciences Humaines*, pp. 30-44.

GIRAUD, P.-N. (Maio-Junho de 2010). La dynamique du capitalisme global. *Sciences Humaines Hors-série*, pp. 84-86.

HUYCKE, D. (2001). *David Huycke*. Nijmegen: Marzee Gallery.

KÜNZLI, O. (1991). *The third eye*. Amesterdão: Stedelijk Museum.

LEFTERI, C. (Outubro de 2007). Material abduction. *Dam*, pp. 110-115.

MANOVICH, L. (2000). A vanguarda como software. In J. A. Miranda, & E. P. Coelho, *Revista de comunicação e linguagens (tendências da cultura contemporânea)* (pp. 421-439). Lisboa: Relógio D'Água.

POYNOR, R. (Agosto de 2006). The soul of design. *Icon*, p. 79.

PROVIDÊNCIA, F. (2004). Da joalheria: produção, forma e função. In *Leveza, reanimar a filigrana*. Matosinhos: ESAD.

ROBBINS, K. (2003). O toque do desconhecido. In J. A. Miranda, & E. P. Coelho, *Revista de comunicação e linguagens (imagem e vida)* (pp. 27-57). Lisboa: Relógio D'Água.

ROSENBLUM, L. D. (1 de Abril de 2011). Echo location. *The brain* , pp. 18-21.

SANTOS, B. S. (7 de Março de 2002). Uma sociedade em busca de medida. *Visão* .

SILVER, B. J. (Maio-Junho de 2010). D'une hégémonie à l'autre. *Science Humaines HS: Le grande histoire du capitalisme* , pp. 26-27.

VEGA, X. D. (Maio-Junho de 2010). Quést-ce que le capitalisme? *Sciences Humaines HS: Le grande histoire du capitalisme* , pp. 8-11.

ZELLWEGER, C. (1999). *A jewel once you say so*. (M. C. Caldas, Entrevistador)

Webgrafia

CYTOWIC, R. E. (01 de Julho de 2002). *Touching tastes, seeing smells-and shaking up brain science*. Obtido em 9 de Março de 2010, de Website The Dana foundation: www.dana.org/news/cerebrum

KUHN, S. P., & STINER, M. C. (2007). *Paleolithic ornaments: implications for cognition, demography and identity*. Obtido em 19 de Abril de 2009, de Diogenes: <http://dio.sagepub.com>

LOOMIS, J. M., & LEDERMAN, S. J. (1986). *Tactual perception*. Obtido em 9 de Março de 2010, de Website de CiteSeerx: <http://www.citeseerx.ist.psu.edu>

TEIPEL, M. (s.d.). *Gold is the shit of gods?* An interview to Prof. Otto Kunzli. Obtido em 4 de Maio de 2010, de klimt02: http://www.klimt02.net/forum/index.php?item_id=955

