

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE LETRAS E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO COMUNICAÇÃO, CULTURA E
AMAZÔNIA
MESTRADO ACADÊMICO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

MARÍLIA JARDIM DE FIGUEIREDO

EXPERIÊNCIA COMUNICATIVA NA AMAZÔNIA PARAENSE:
As relações de socialidades no Espaço São José Liberto

BELÉM- PARÁ
2018

MARÍLIA JARDIM DE FIGUEIREDO

EXPERIÊNCIA COMUNICATIVA NA AMAZÔNIA PARAENSE:
As relações de socialidades no Espaço São José Liberto

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação.

Área de Concentração: Comunicação.

Linha de Pesquisa: Comunicação, Cultura e Socialidades na Amazônia

Orientador (a): Prof.^a Dr.^a Alda Cristina Silva da Costa

BELÉM-PARÁ
2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará
Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- J37e Jardim de Figueiredo, Marília
EXPERIÊNCIA COMUNICATIVA NA AMAZÔNIA PARAENSE: : As relações de socialidades no Espaço São José Liberto / Marília Jardim de Figueiredo. — 2018
127 f. : il. color
- Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM), Instituto de Letras e Comunicação, Universidade Federal do Pará, Belém, 2018.
Orientação: Profa. Dra. Alda Cristina Silva da Costa
1. Amazônia. 2. Comunicação. 3. Espaço São José Liberto. 4. Experiência. 5. Socialidades. I. Silva da Costa, Alda Cristina, *orient.* II. Título
-

CDD 302.5

MARÍLIA JARDIM DE FIGUEIREDO

EXPERIÊNCIA COMUNICATIVA NA AMAZÔNIA PARAENSE:
As relações de socialidades no Espaço São José Liberto

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação
Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal
do Pará, como requisito parcial à obtenção do título de
Mestre em Ciências da Comunicação.

RESULTADO: () APROVADO () REPROVADO

Data: Belém, 27 de março de 2018

Prof.^a Dr.^a Alda Cristina Silva da Costa (PPGCom/UFPA) - Orientadora

Prof. Dr. Otacílio Amaral Filho (PPGCom/UFPA)

Prof. Dr. Edgar Monteiro Chagas Junior (PPGCLC/Unama)

BELÉM-PARÁ
2018

Aos meus familiares e amigos

AGRADECIMENTOS

Meu primeiro agradecimento é em forma de oração a Deus, pelo dom da vida e pela benção de ter me agraciado com uma família tão acolhedora, em especial minha mãe, Ângela Jardim, pelo amor e apoio incondicional não apenas durante os dois anos de pesquisa, mas por toda a minha vida. Agradeço também ao meu pai, Ciro, aos meus irmãos, Daniel e Ciro, à minha cunhada, Luciana, ao meu primo, Higor, tio Mário e tia Lúcia, núcleo familiar que sempre esteve presente, oferecendo apoio em todos os momentos.

Agradeço também aos meus amigos que foram suporte nos últimos anos, em especial a André Felício, um dos grandes incentivadores para que eu cursasse a pós-graduação, Antonio Cavaleiro de Macêdo, pela paciência e conselhos, principalmente nos últimos meses, e Amanda Campelo, por acreditar em mim e vibrar comigo a cada passo conquistado desde a faculdade.

Meus agradecimentos, em seguida, são direcionados ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM/UFPA), em nome do Prof. Dr. Fábio Castro, coordenador do PPGCOM, e que sempre nos incentivou a produzir para fortalecer a pesquisa em comunicação na Amazônia.

Agradeço aos professores do Programa com quem cursei disciplinas engrandecedoras ao longo do curso, mas em especial, agradeço, novamente, ao Prof. Dr. Fábio Castro, à Profa. Dra. Vânia Torres, ao Prof. Dr. Otacílio Amaral e ao Prof. Dr. Edgar Chagas que estiveram presentes em momentos de avaliação e me ajudaram a progredir com contribuições brilhantes.

Também sou imensamente grata às amizades construídas com a turma de 2016 e de outros anos do PPGCom. Em especial, dedico meus agradecimentos às minhas “irmãs” de orientação: Ana Caroliny, Ana Paula, Lídia Rodarte e Thaís Braga. Agradeço muito o apoio mútuo e às mensagens de carinho e força nos instantes mais difíceis e momentos decisivos.

Agradeço fortemente à Direção Executiva do Espaço São José Liberto e todos que trabalham no “São José”, em nome de Rosa Helena Neves, que não só me abriu as portas do prédio para pesquisa, como permitiu que eu me instalasse e crescesse profissionalmente na área de assessoria de comunicação. Agradeço também aos visitantes e profissionais que atuam no Espaço São José Liberto e que dedicaram um pouco do seu tempo para contribuir com a pesquisa.

Por fim, agradeço imensamente à professora Alda por ter aceitado ser minha orientadora, por ter abraçado a pesquisa comigo, por ter emprestado uma dúzia de livros e pelos puxões de orelha, que não foram poucos e eu sei que mereci. Agradeço imensamente o apoio, o carinho e a dedicação, além dos aprendizados que estarão sempre comigo daqui por diante.

Obrigada, de coração, a todos os envolvidos.

Culto é aquele que sabe onde encontrar aquilo que não sabe.

(Georg Simmel)

RESUMO

A presente pesquisa objetiva analisar as experiências comunicativas das pessoas com o Espaço São José Liberto, localizado na cidade de Belém, enquanto espaço turístico, cultural e de economia criativa na Amazônia paraense. Compreendemos que esse espaço foi reconfigurado pelo governo do Estado do Pará com a finalidade de construir uma ‘nova identidade’ ao antigo prédio e dotá-lo de uma representação cultural enquanto espaço amazônico. Nesse sentido, observamos um embate nesse reconhecimento entre direção, produtores e visitantes, que percebem o lugar de forma diferenciada. No diálogo teórico refletimos sobre a sociabilidade e a dualidade da vida social a partir de Simmel, que entende que os indivíduos desejam pertencer a um grupo ao mesmo tempo em que buscam se destacar individualmente. Do mesmo modo, sua sociologia se aporta na interação, na intersubjetividade, na relação sujeito e objeto. Como procedimentos metodológicos trabalhamos com a pesquisa qualitativa, com o método de entrevistas semiestruturadas com 19 pessoas, entre visitantes, produtores e designer, além da pesquisa de observação-participante, com inspiração etnográfica, no acompanhamento da rotina do espaço. Observamos que o Espaço São José Liberto é construído entre duas percepções: o da lembrança, com os visitantes rememorando o espaço enquanto presídio, no passado, mesmo a direção do ESJL tentando apagar essa memória, e por outro lado, os produtores fortalecendo a imagem de um espaço amazônico, com produção de materiais que valorizam matéria-prima local. Ao mesmo tempo em que é reconhecido como um ponto turístico de Belém, ainda não é identificado como lugar da Amazônia.

Palavras-chave: Amazônia. Comunicação. Espaço São José Liberto. Experiência. Socialidades

ABSTRACT

This research aims to analyze the communicative experiences of people with the São José Liberto Space, located in the city of Belém, as a tourist, cultural and creative economy space in the Paraense Amazon. We understand that this space is reconfigured by the government of the State of Pará with the purpose of constructing a 'new identity' to the old building and endowing it with a cultural representation as an Amazonian space. In this sense, we observe a clash in this recognition between management, producers and visitors, who perceive the place in a different way. In the theoretical dialogue we reflect the sociability and duality of social life from Simmel, who understands that individuals want to belong to a group while at the same time seeking to stand out individually. In the same way, his sociology comes in the interaction, in the intersubjectivity, of the subject and object relation. As methodological procedures we worked with the qualitative research, with the method of semi-structured interviews with 19 people, among visitors, producers and designer, as well as participant observation research, with ethnographic inspiration, in the routine of the space. We note that São José Liberto Space is built between two perceptions: that of remembrance, with visitors reminiscing of space as a prison, in the past, even the direction of the ESJL tries to erase this memory, and on the other hand, the producers strengthening the image of an Amazonian area, with productions of materials that value the local raw material. At the same time that it is recognized as a tourist spot in Belém, it is still not identified as a place in the Amazon

Key-words: Amazon. Communication. Espaço São José Liberto. Experience. Socialities.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Localização do Espaço São José Liberto	67
Figura 2 - Capela São José (esq.) e imagem de São José (dir.)	68
Figura 3 - Quartzo Hialino que indica a entrada do Museu de Gemas.....	70
Figura 4 - Jardim da Liberdade.....	71
Figura 5 - Memorial Cela “Cinzeiro”	72
Figura 6 - Anfiteatro Coliseu das Artes.....	73
Figura 7 - Espaço Moda, loja colaborativa onde são comercializadas peças de vestuário e acessórios de moda	75
Figura 8 - Casa do Artesão	75
Figura 9 - Cerâmica marajoara comercializada em outra parte da Casa do Artesão.....	76
Figura 10 - Representação esquemática da cadeia produtiva de joias.....	78
Figura 11 - Imagens da "Feira de Projetos" em que propostas de joias são vendidas para produtores	86

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Perfil dos visitantes	91
Tabela 2 - Perfil dos Trabalhadores.....	100

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO: TODOS OS CAMINHOS ME LEVAM AO ESPAÇO SÃO JOSÉ LIBERTO	12
1.1	Problema de pesquisa	15
1.2	Objetivos	15
1.3	Procedimentos metodológicos	16
2	OS PRIMEIROS PASSOS PARA A PESQUISA	20
2.1	Sociação e socialidade em Georg Simmel.....	20
2.2	A construção de um objeto de pesquisa na comunicação.....	24
2.3	Experiências e comunicação.....	31
2.4	A questão do gosto: estetização dos produtos.....	34
3	AMAZÔNIA: RELAÇÕES DO IMAGINÁRIO	41
3.1	O imaginário a partir de Gilbert Durand	41
3.2	O imaginário sobre a Amazônia	44
3.3	A Amazônia como marca.....	52
3.4	Lugar e espaço	55
4	TECENDO A PESQUISA	61
4.1	O encontro com as técnicas	61
4.2	<i>Corpus</i> de análise	65
4.3	Descrição do Espaço São José Liberto e o percurso dos visitantes.....	66
4.3.1	Primeiras impressões.....	67
5	PERCEPÇÕES E EXPERIÊNCIAS COM O ESPAÇO SÃO JOSÉ LIBERTO ...	90
5.1	Olhar exógeno.....	90
5.2	Olhar endógeno	99
5.3	Análises dos resultados: diferentes percepções sobre o lugar	110
5.4	Considerações após a análise dos resultados	116
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS: OS CAMINHOS QUE PARTEM DO ESPAÇO SÃO JOSÉ LIBERTO	120
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	124
	ANEXOS	129

1 INTRODUÇÃO: TODOS OS CAMINHOS ME LEVAM AO ESPAÇO SÃO JOSÉ LIBERTO

Eu tinha seis anos quando os telejornais noticiaram, ao vivo, a rebelião no Presídio São José. Talvez seja óbvio dizer que eu não lembro com exatidão do que aconteceu naquele dia 28 de fevereiro de 1998, afinal, outras memórias de infância ofuscaram tais lembranças. Mas creio que essa é a minha primeira referência do atual Espaço São José Liberto (ESJL). Alguns anos se passaram, eu deveria ter treze ou quatorze anos, quando meu pai levou a mim e meu irmão ao prédio, já reformado, depois de ter sido um lugar de privação de liberdade. Ali eu fui presenteada com uma das minhas poucas joias: uma gargantilha com um crucifixo, todo em prata, guardado até hoje, para ser usado somente em ocasiões especiais.

Alguns anos depois, sem querer, voltei a passear pelo Espaço São José Liberto para acompanhar eventos culturais, principalmente ligados à moda, como desfiles de estudantes ou lançamentos de novas coleções. Nesse momento, eu já estava cursando Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, na Universidade Federal do Pará, e construindo estudos que unissem o melhor de dois campos: comunicação e moda.

Durante a graduação, voltei minha atenção para essas duas áreas de conhecimento, publicando alguns resultados das pesquisas em eventos acadêmicos. A culminância desse interesse foi o trabalho de conclusão de curso, apresentado no final de 2013, com o título *O jornalismo de moda no Pará: um estudo de caso com a revista 'D Semanal' do jornal Diário do Pará*, em que investiguei possíveis caminhos para o jornalismo de moda na mídia impressa da cidade de Belém.

Entre 2014 e 2015, após a formatura, exerci atividades de assessoria de comunicação para pequenos e médios negócios. Em certa ocasião, trabalhei por um tempo para uma loja de joias folheadas, portanto, peças mais baratas e modelos fabricados em maior escala para venda. Esse período foi importante para observar o comércio de moda em Belém.

Ao me inscrever e ser aprovada no Mestrado em Ciências da Comunicação da Universidade Federal do Pará, percebi a oportunidade de ampliar as pesquisas iniciadas na graduação. Novamente, o Espaço São José Liberto vai atravessar o meu caminho, e passo a percebê-lo como um terreno fértil para observar o setor da moda de Belém, fortemente demarcado pela produção de joias, com a qual, sem querer, já carregava alguma experiência, pessoal ou profissional.

O Espaço São José Liberto tem uma história minimamente curiosa. A construção é do século XVIII e foi erguida com intenções religiosas pelos frades capuchos de Nossa Senhora da Piedade, a fim de abrigar o Convento de São José:

Os Capuchos de São José ou da Piedade (Franciscanos reformados da Província de Nossa Senhora da Piedade), entraram na Amazônia entre 1692 e 1693 em Gurupá (Pará), e em 1749 vieram para Belém (Convento de São José, hoje ‘Pólo Joalheiro São José Liberto’) (MARTINS, 2009, p. 155).

São poucas as referências sobre o prédio após o período em que deixou de ser convento. Normalmente, essa parte da história é resumida em “o prédio também funcionou como depósito de pólvora, olaria, quartel e hospital”, como constam nos quadros de apresentação do Espaço São José Liberto que contam a história, sem maiores detalhes. Entretanto, a trama fica mais interessante quando o local passa a ser cadeia pública, em 1843, e posteriormente Presídio São José, em 1950. Dentre as várias narrativas ouvidas ao longo da pesquisa, sobre privação de liberdade e violência, é certo que a mais repetida se refere à última rebelião que ocorreu no presídio e desencadeou o seu fechamento.

O presídio foi transferido para longe do centro da cidade, e o prédio ficou fechado por alguns anos. Em 1999, foi iniciada a implantação do Programa de Desenvolvimento de Gemas e Joias, mas somente em 2002 é inaugurado o Espaço São José Liberto, que começou a ser ocupado para se transformar na sede física do Polo Joalheiro, tornando-se assim um local de referência para comércio e pesquisa da produção aurífera e de gemas.

Além do Programa Polo Joalheiro, também funcionam no local o Arranjo Produtivo Local de Moda, Design e Indústria do Vestuário e o Projeto Lua Nova. O primeiro, reduzido ao nome “APL de Moda”, é um programa que incentiva a capacitação e apoio aos profissionais do setor de moda, vestuário e acessórios. O segundo incentiva alunos do curso de Design a trabalhar na área, fomentando a capacitação dos alunos, para que eles se vinculem às iniciativas do Espaço São José Liberto e continuem trabalhando na área de criação e desenvolvimento de produtos.

O Espaço São José Liberto está localizado no bairro do Jurunas e abriga os seguintes espaços: Museu de Gemas do Pará, Polo Joalheiro, Casa do Artesão, Memorial da Cela, Jardim da Liberdade, Capela São José, anfiteatro Coliseu das Artes, além de lojas de joias e ilhas com serviços de ourivesaria e auditório.

O Espaço São José está vinculado ao Governo do Estado do Pará, seu mantenedor por meio da Secretaria de Desenvolvimento, Mineração e Energia (Sedeme). É gerenciado pela organização social Instituto de Gemas e Joias da Amazônia (Igama) e conta com o apoio da

Secretaria de Estado de Cultura e Secretaria de Turismo. O Espaço possui uma rede de instituições que estão vinculadas de alguma forma ao ESJL: o Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos (IBGM), a Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e (Secti), Ministério da Cultura (MinC), Fundação Carlos Gomes (FCG), Escola de Música da Universidade Federal do Pará (EMUFPA), Universidade do Estado do Pará (UEPA), Faculdade Estácio Belém – as últimas vinculam os seus respectivos cursos de Design de Produto e Design de Moda e realizam atividades no ESJL –, e o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), que apoia os empreendedores que produzem e vendem no local.

O setor joalheiro é o mais consolidado e o que representa o Espaço São José Liberto, mas não é o único negócio desenvolvido no local: o artesanato é tão consolidado quanto a produção de joias, e o setor de vestuário, ainda que em seus primeiros passos, também apresenta crescimento significativo tanto comercial quanto simbolicamente. Portanto, ao escolher o Espaço São José Liberto levamos em consideração sua representação enquanto espaço de negócio, envolvendo a economia criativa e de cultura, onde as pessoas que trabalham demarcam, nas atividades, territórios identitários com a Amazônia. Por outro lado, as pessoas que frequentam o ambiente também recorrem ao sentido de ter ‘objetos’ que contam um pouco ou são matérias-primas da Amazônia.

Ao pesquisar um espaço local, carregado de significados e história, buscamos conhecer as relações comunicativas estabelecidas pelas pessoas envolvidas com o espaço, assim como as construções identitárias amazônicas em face da discussão de uma ‘identidade’ global do sujeito contemporâneo. Neste sentido, a presente pesquisa se estabelece numa perspectiva entre comunicação e sociologia compreensiva, uma vez que centra a reflexão na ação social dos indivíduos. Ou seja, pensar questões pertinentes à sociedade e as relações de socialidade contemporâneas. Suas discussões são alinhavadas na linha de pesquisa Comunicação, Cultura e Socialidades na Amazônia, que tem como objetivo investigar o papel da comunicação nas experiências culturais amazônicas.

Diante disso, observamos que a colonização e a exploração do território potencializaram a construção de um “reservatório de imagens que moldam a identidade da Amazônia aos olhos do mundo” (THIERION, 2014, p. 45); acrescentaríamos também o olhar do local e do nacional. Portanto, os diversos elementos reproduzidos sobre a Amazônia carregam esse imaginário e a carga simbólica de sua representação. Conforme Durand (1997, p. 432), “o imaginário não só se manifestou como atividade que transforma o mundo – imaginação criadora –, mas, sobretudo como transformação eufêmica do mundo, como

intellectus sanctus, como ordenança do ser às ordens do melhor”. O imaginário, segundo o autor, revela-se como um lugar de “entre saberes”.

Nesta perspectiva, abordamos o imaginário de Durand e a relação com o Espaço São José Liberto, considerando que esse espaço ‘carrega’ ou se institui como um ambiente próprio e de construção de elementos identitários amazônicos. Tendo em vista o estudo das relações sociais que existem no Espaço São José Liberto, também é preciso considerar a identidade e os processos identitários do lugar. A identidade possui um caráter ambíguo, pois as referências se descentralizaram, passando a possuir diversas origens.

Ennes e Marcon (2014) apontam caminhos para o entendimento da identidade como processos identitários relacionados a quatro parâmetros, que podem ser pensados e analisados para a compreensão dos elementos constitutivos desses mesmos processos: atores sociais, o que está em disputa, as normas e o contexto.

Considerando que o Espaço São José Liberto é um lugar permeado por relações de socialidades, no qual os atores sociais envolvidos estão articulados em grupos, que buscam estar ou não em conjunto, cuja atuação é regulada tanto por normas que permeiam as interações quanto pelos contextos históricos em que estão inseridos no cotidiano do ambiente.

1.1 Problema de pesquisa

Identificamos assim, o Espaço São José Liberto como um lugar permeado por socialidades, com os indivíduos envolvidos articulados em grupos, que buscam estar ou não em conjunto e que atuam regulamentados por normas e que permeiam as interações, além dos contextos históricos que estão inseridos no cotidiano do ambiente. Nesse sentido, partimos da seguinte indagação nesta pesquisa: como se configuram as experiências comunicativas das pessoas com o Espaço São José Liberto?

1.2 Objetivos

Como objetivo geral, buscamos analisar as experiências comunicativas das pessoas com o Espaço São José Liberto. Como objetivos específicos, estabelecemos: 1) compreender como as pessoas identificam o Espaço São José Liberto; 2) analisar o São José Liberto como um espaço amazônico; 3) identificar o Espaço São José Liberto como representação simbólica da “identidade” amazônica.

A comunicação é um processo que ocorre por interações comunicativas entre as pessoas que compartilham um código em comum, a linguagem (FRANÇA, 2003). Mas, nem sempre as falas são suficientes para a compreensão e efetiva comunicação, afinal, muitos são os fatores que podem interferir nesse processo. Por isso, é preciso entender o contexto que envolve tais interações e ampliar a pesquisa para a compreensão de outros conceitos, como socialidade, vida social, ação social e experiência.

Experiências são percepções de mundo que, de acordo com Rodrigues (1999), são constituídas por um conjunto de saberes formado de crenças firmes, fundamentadas nos hábitos – ao contrário do saber científico. Essas experiências acabam por unir as pessoas em determinados grupos, ao mesmo tempo em que elas tentam se desvincular para que a sua individualidade prevaleça. Desse modo, é a partir das experiências individuais que buscamos compreender a percepção coletiva sobre o Espaço São José Liberto.

1.3 Procedimentos metodológicos

Durante o processo de pesquisa, comecei a trabalhar na área de assessoria de comunicação do Espaço São José Liberto. A oportunidade de observar o sistema por dentro me permitiu acompanhar o cotidiano, entender a rotina e os conflitos internos. Também me permitiu ter contato com os profissionais que atuam no Espaço São José Liberto e os visitantes, facilitando, assim, a realização de entrevistas semi-estruturadas que compõem o percurso metodológico deste trabalho.

Para refinar o objeto de pesquisa e a experiência comunicativa das pessoas com o ESJL, foram seguidas as seguintes etapas: a) pesquisa de observação, com visitas iniciais ao prédio físico do Espaço São José Liberto; b) conversa com os dirigentes do ESJL; c) escolha dos produtores que trabalham no ESJL; d) escolha dos designers que desenham para o ESJL; e) escolha das pessoas que visitam ou compram no ESJL; por fim, f) entrevista com todas as pessoas selecionadas.

Para compreender as experiências comunicativas e as relações de socialidades, escolhemos como método, além da pesquisa bibliográfica, a observação participante com inspiração etnográfica. Observar foi o método escolhido para conduzir a investigação sobre as experiências comunicativas de turistas, visitantes, designers e produtores. A comunicação está no cotidiano, por isso, fez-se necessário compreender as experiências dos outros por meio da inserção no ambiente, além de perceber informações vindas de conversas informais com os visitantes, profissionais e representantes da direção do Espaço São José Liberto.

Observamos o cotidiano do São José Liberto e das pessoas que ali trafegam ou produzem para o espaço. Portanto, com a etnografia fizemos um exercício de observação:

Embora nunca tenha utilizado o termo, Malinowski (1978) lançou as bases para a primeira revolução da etnografia ao fazer da observação participante um dos seus mais importantes pilares. Na parte inicial de *Argonauts of the Western Pacific*, de 1922, ele desenvolve uma teoria sobre o trabalho de campo enfatizando o quanto a convivência íntima, e em primeira mão (e inter-subjectiva) entre etnólogo e cultura estudada, durante períodos extensos de estudo, pode ajudar a conhecer uma sociedade específica e perceber o significado particular da sua lógica cultural (MATEUS, 2015, p. 85).

Observar o outro, no início da etnografia como prática antropológica, era um exercício para compreender o outro distante, de outra sociedade. Mateus (2015, p. 85) aponta que no período entre Primeira e Segunda guerras Mundiais, na década de 1930, houve uma “segunda revolução do método etnográfico”, “quando os antropólogos americanos como Lloyd Warner, deixaram de trabalhar em sociedades e culturas distantes e passaram a analisar a sua própria cultura transformando a excursão exótica em incursão endótica” (MATEUS, 2015, p. 85).

Assim, a experiência de observar o cotidiano com o olhar de pesquisador etnográfico também é adotada como método de pesquisa:

Registra-se, assim, o deslocamento da pesquisa exótica (em povos e culturas distantes, não-ocidentais, sem escrita, sem Estado) para a pesquisa endótica dos ambientes sociais mais prosaicos e quotidianos e da apropriação técnica que os indivíduos fazem todos os dias para executar as mais simples tarefas (MATEUS, 2015, p. 85).

Junto com o método da observação-participante, foi combinada a entrevista semi-estruturada, para que tivéssemos as respostas das pessoas que experienciam o Espaço São José Liberto e para complementar os resultados da pesquisa. A escolha desse método ocorre porque é preciso acompanhar o cotidiano do grupo a fim de que seja possível compreender as relações de socialidade que estão presentes no Espaço São José Liberto.

As entrevistas semi-estruturadas são combinações de perguntas abertas, cujas respostas são livres, e perguntas fechadas, cujas respostas geram dados quantitativos. De acordo com Boni e Quaresma (2005, p. 75),

O pesquisador deve seguir um conjunto de questões previamente definidas, mas ele o faz em um contexto muito semelhante ao de uma conversa informal. O entrevistador deve ficar atento para dirigir, no momento que achar oportuno, a discussão para o assunto que o interessa fazendo perguntas adicionais para elucidar questões que não ficaram claras ou ajudar a recompor o contexto da entrevista, caso o informante tenha “fugido” ao tema ou tenha dificuldades com ele. Esse tipo de entrevista é muito utilizado quando se deseja delimitar o volume das informações, obtendo assim um

direcionamento maior para o tema, intervindo a fim de que os objetivos sejam alcançados.

As perguntas fechadas permitiram delimitar o perfil das pessoas que desenvolvem atividades no Espaço por meio de dados quantitativos, como idade, sexo, quanto tempo trabalha no local. Já as questões fechadas proporcionaram uma melhor conversa sobre como e se é possível enxergar a identidade amazônica no ESJL.

Ao total, no período de outubro de 2017 a janeiro de 2018, foram entrevistadas 19 pessoas, sendo 10 visitantes, tanto de Belém quanto de fora da cidade, e 9 profissionais que atuam como produtores e/ou designers no Espaço. Como as entrevistas foram realizadas no próprio ESJL, os visitantes foram escolhidos de modo aleatório, enquanto os profissionais foram contatados conforme eu os conhecia durante o desenvolvimento das oficinas realizadas com os mesmos. Também consideramos as conversas com os dirigentes no Espaço São José Liberto, realizadas ao longo do período de observação, para entender qual o discurso apresentado oficialmente.

A construção dessa pesquisa está estruturada em quatro capítulos: o primeiro apresenta a discussão das relações de socialidades a partir de Georg Simmel (2006; 2014), a comunicação como relação, a partir dos estudos de Vera França (1995; 2001; 2003; 2008; 2016), as experiências como percepção de mundo em Rodrigues (1997; 1999) e a estetização dos produtos com base nos estudos de Lipovetsky e Serroy (2014).

No segundo capítulo, abordamos o conceito de imaginário a partir de Durand (1998; 2002) e imaginário amazônico, baseados em Gondim (2007), Bueno (2002), Dutra (2009), entre outros. Também discutimos a construção da Amazônia como marca a partir de Amaral Filho (2010; 2016). Por fim, apresentamos a conceituação de “espaço” e “lugar” com base na perspectiva de Yi-Fu Tuan (1983), que entende que, para o “espaço” se tornar “lugar”, ele precisa ser experienciado.

O terceiro capítulo apresenta a metodologia adotada, o *corpus* de análise e a pesquisa na sua dimensão de observação participante: realizamos uma descrição sobre o nosso objeto, o Espaço São José Liberto, bem como das impressões percebidas no período de observação, a exemplo da rota feita pelos visitantes, o comportamento ao conhecer o local pela primeira vez e o que eles costumam consumir entre os produtos comercializados no Espaço São José Liberto.

O quarto capítulo prossegue com a apresentação dos resultados das entrevistas realizadas com os visitantes e profissionais do Espaço São José Liberto e discute as diferentes percepções sobre o ambiente pesquisado a partir das respostas obtidas durante as entrevistas,

mostrando a relação dos visitantes e dos profissionais, com as suas semelhanças e diferenças. Por último, nas considerações finais, apresentamos as dificuldades e as conclusões resultantes da realização deste trabalho.

2 OS PRIMEIROS PASSOS PARA A PESQUISA

Neste capítulo, elaboramos uma discussão sobre os conceitos de sociação e socialidade a partir do sociólogo Georg Simmel (2006, 2014). Em seguida, traçamos um pequeno histórico sobre a Escola de Chicago, influenciada por Simmel, e pensadores como Robert E. Park e Georg Herbert Mead, cujos estudos na área de Ciências Sociais são importantes para o desenvolvimento dos estudos em Comunicação.

A partir da compreensão da comunicação como relação, estudiosos como Vera França, também nortearam esse primeiro momento da pesquisa. Para França (2003), a comunicação é um processo em que sujeitos interlocutores, em um mesmo contexto, produzem sentidos. Para ela, a comunicação também produz experiências, o que trabalhamos a partir de Rodrigues (1999), que compreende a experiência como os saberes acumulados ao longo da vida. Tomamos, portanto, o processo de comunicar não como uma simples emissão de informação, mas como constituição fundamental da vida cotidiana.

Recorremos também à discussão sobre a distinção a partir de Bourdieu (1990; 1998; 2008) e a estetização dos produtos em Lipovetsky e Serroy (2014), fazendo referência aos produtos comercializados no Espaço São José Liberto, que possuem um caráter diferenciado em função da estética, mas também pela necessidade de ser diferente para que seja interessante para o consumidor final.

2.1 Sociação e socialidade em Georg Simmel

Escolhemos começar a discussão pelo tema que acreditamos ser mais amplo, para posteriormente irmos em direção aos conceitos mais específicos que norteiam este trabalho. Por isso, primeiro é preciso compreender que estar no mundo – ou sentir-se pertencente a ele – é a constante busca dos indivíduos nas relações sociais: “Acima de tudo, o significado prático do ser humano é determinado por semelhanças e diferenças” (SIMMEL, 2006, p. 45), o que significa que, para Simmel, essa relação funciona como princípio de desenvolvimento tanto interno quanto externo da vida em sociedade.

É com Simmel (2006) que buscamos compreender as *dimensões de socialidades* em que os indivíduos e o social existem de modo alternado, interdependente. Simmel aponta o estudo da Sociologia voltado para as formas sociais como construção intelectual dos objetos científicos.

Em sua obra *Questões fundamentais da Sociologia*, Simmel (2006) apresenta um apanhado geral sobre a sua concepção de Sociologia. Em seguida, diferencia a vida social e a vida individual, de modo que o grupo deve ser tratado como um “sujeito” na sociedade, movido por interesses mútuos, enquanto os indivíduos dentro do grupo possuem comportamentos contraditórios, já que, ao mesmo tempo em que eles querem pertencer, eles também querem se diferenciar da maioria.

Para o autor alemão, o estudo da Sociologia volta-se para compreender ações individuais que, em coletivo, formam uma nova unidade. Cada pequeno grupo, com causa e interesses em comum, forma uma sociedade – que se trata de um “conceito abstrato” e “um objeto a ser investigado e digno de ser pesquisado, e de maneira alguma podem ser constituídos pela particularidade das formas individuais de existência” (SIMMEL, 2006, p. 11).

O estudo da sociedade, para o autor, abrange tanto as interações duradouras/cristalizadas e as organizações individuais quanto os pequenos grupos que trabalham coletivamente. O indivíduo está ligado a esses grupos por meio de outros indivíduos; assim, a sociedade é um desenrolar “que tem uma função pela qual cada um recebe de outrem ou comunica a outrem um destino e uma força” (SIMMEL, 2006, p. 18).

As reflexões de Simmel são importantes nesta pesquisa porque permitem compreender as relações estabelecidas entre as pessoas e o Espaço São José Liberto, que se constitui enquanto lugar onde são criadas relações de socialidades diversas, considerando ser um ambiente de grande circulação, seja por lazer, como visitante, seja como local de trabalho, onde são desenvolvidas atividades de produção joalheira, comércio de produtos de joias, moda e artesanato.

Segundo o autor, “a sociologia não é somente uma ciência com objeto próprio, delimitado e reservado para si, o que a oporia a todas as outras ciências, mas ela também se tornou, sobretudo um método das ciências históricas e do espírito” (SIMMEL, 2006, p. 22). Em razão disso, as outras ciências aproveitam o mesmo método sociológico, porém, sem desfocar dos seus objetos de estudo específicos. Continua, “mas a sociedade, cuja vida se realiza num fluxo incessante, significa sempre que os indivíduos estão ligados uns aos outros pela influência mútua que exercem entre si e pela determinação recíproca que exercem uns sobre os outros” (SIMMEL, 2006, p. 17).

O sociólogo vai apontar três conjuntos de problemas sociológicos. O primeiro se refere ao estudo sociológico da vida, uma sociologia geral, para tentar compreender os diferentes fenômenos humanos através da metodologia sociológica, levando em conta que a

vida social é apenas uma de várias categorias de interpretação possível. O segundo estuda as formas societárias, a sociologia pura ou formal. Para ele, trata-se de uma nova ciência que toma como objeto os fenômenos no momento de sociação, pois

se a sociedade é concebida como a interação entre os indivíduos, a descrição das formas de interação é tarefa de uma ciência específica, em seu sentido mais estrito, assim como a abstração geométrica investiga a simples forma espacial de corpos que existem somente empiricamente como formas de conteúdos materiais” (SIMMEL, 2006, p. 33).

Por fim, o último grupo de problemas considera a sociedade como um fato, estudando os aspectos epistemológicos e metafísicos. Trata-se da sociologia filosófica que procura entender se a sociedade é o meio ou o objetivo da existência humana pelo viés da investigação dos fatos a partir uma visão global da realidade social.

A sociologia de Simmel (2006) analisa formas puras e relações sociais, pois, para ele, a Sociologia não visa estudar a vida dos indivíduos, mas as relações formadas a partir da realidade de cada um deles e como essas relações formam a sociedade, ao mesmo tempo em que estão em constante processo de influenciar e serem influenciadas.

Segundo a tese de Simmel, defendida em ensaio intitulado *Comment la société est-elle possible?*, o lugar do indivíduo na associação é ambivalente: ele é incluído, mas ao mesmo tempo se opõe, constitui uma parte de sua organização e às vezes um conjunto homogêneo fechado, um ser para ela e um ser para si (CIDREIRA, 2014, p. 30).

O indivíduo é pressionado, de todos os lados, por sentimentos, impulsos e pensamentos contraditórios; ainda assim, ele saberia decidir com segurança interna entre suas diversas possibilidades de comportamento – que dirá com certeza objetiva. Os grupos sociais, em contrapartida, mesmo que mudassem com frequência suas orientações de ação, estariam convencidos, a cada instante e sem hesitação, de uma determinada orientação, progredindo assim continuamente, sobretudo, sabendo sempre quem deveriam tomar por inimigo e quem deveria considerar amigo. Nesses termos, os indivíduos se mostram “livres”, enquanto as ações de massa seriam determinadas por uma “lei natural” (SIMMEL, 2006, p. 40).

Para participar de determinados grupos, o indivíduo passa a imitar os demais, pois a imitação pode ser explicada como uma forma de passagem do todo para um. Assim, o indivíduo tem a segurança de não estar sozinho, e o agir é coletivo. É nestes termos que ocorre a sociação:

A sociação é, portanto, a forma (que se realiza de inúmeras maneiras distintas) na qual os indivíduos, em razão de seus interesses – sensoriais,

ideais, momentâneos, duradouros, conscientes, inconscientes, movidos pela casualidade ou teleologicamente determinados -, se desenvolvem conjuntamente em direção a uma unidade no seio do qual esses interesses se realizam. Esses interesses, sejam eles sensoriais, ideais, momentâneos, duradouros, conscientes, inconscientes, casuais e teleológicos, formam a base da sociedade humana (SIMMEL, 2006, p. 60- 61).

Quando homens se encontram em grupos é sempre por conta de interesses e necessidades específicas que só podem ser atendidas em ação coletiva, isto é, em sociação: “todas essas formas de sociação são acompanhadas por um sentimento e por uma satisfação de estar juntamente socializado, pelo valor da formação da sociedade enquanto tal” (SIMMEL, 2006, p. 64).

O “impulso de socialidade” se constitui como “valor à forma” da vida social:

A socialidades se poupa dos atritos por meio de uma relação meramente formal com ela. Todavia, quanto mais perfeita for como sociabilidade, mais ela adquire da realidade, também para os homens de nível inferior, um papel simbólico que preenche suas vidas e lhes fornece um significado que o racionalismo superficial busca somente nos conteúdos concretos. Por isso, como não os encontra ali, esse racionalismo sabe apenas desmerecer a sociabilidade como se ela fosse um conjunto vazio (SIMMEL, 2006, p. 65).

Nesta perspectiva, são apresentados por Simmel os conceitos de sociação e socialidade: sociação trata da cooperação e da colaboração dos indivíduos de um grupo que se torna uma sociedade; e socialidade refere-se aos indivíduos juntos por uma razão comum, mas sem necessariamente uma interação ou desejo de formar uma sociedade. Vernik (2003, p. 75) explica que para a socialização (*Vergesellschaftung*) “entendida como relación social que es un medio para un fin exterior a la misma” e socialidade (*Geselligkeit*) “es la relación pura, aquella que no constituye medio alguno para otro fin, sino que ella misma es un fin en sí”.

A “sociologia formal” elaborada por Simmel procurava isolar, das situações cotidianas, os elementos formais e estruturantes, a partir de um ponto de vista empiricamente observável, para poder pensar as suas dinâmicas dentro da vida em sociedade.

O Espaço São José Liberto se configura como um local onde as relações de socialidade se configuram, já que as pessoas que trabalham no local possuem objetivos comuns: destacar o Espaço como território criativo e cultural da cidade, além de fomentar o turismo e investir na produção joalheira e de produtos de moda, por meio de atividades como o Programa Polo Joalheiro e o Arranjo Produtivo Local de Moda, Design, Moda e Indústria do Vestuário.

Entre os objetivos do Programa Polo Joalheiro do Pará, estão a promoção do desenvolvimento de ações de apoio ao setor de gemas, joias e artesanato, com ênfase no ciclo

de criação, produção e comercialização, que incorpora a criatividade e a cultura amazônica como elementos estratégicos de desenvolvimento econômico. Nessa perspectiva, o Espaço São José Liberto tenta se firmar como centro de agregação de identidade.

O seu funcionamento abriga ações de capacitação, gestão e fomento, promoção e comercialização de produtos culturais gerados por empreendimentos criativos, e promoção e manutenção do espaço cultural, comercial e turístico do São José Liberto. As atividades do programa têm a cultura e o turismo como elementos impulsionadores de transversalidade e intersetorialidade para formação da rede de parceiros.

Por se caracterizar como um local em que a cultura, o turismo e a comercialização de produtos se encontram a iniciativa do Espaço São José Liberto tem a finalidade de beneficiar as categorias culturais no campo das criações culturais e funcionais de moda e design. Como se trata de um local formado por pessoas que trabalham coletivamente, mas que ao mesmo tempo produzem individualmente encontramos relações de socialidades permeadas o tempo todo pelo cotidiano social do Espaço São José Liberto. A partir dessa perspectiva, procuramos encontrar um elo entre a Sociologia e a Comunicação para podermos construir um objeto de pesquisa que transite entre as duas áreas de conhecimento.

2.2 A construção de um objeto de pesquisa na comunicação

Ao estudar as Teorias da Comunicação, aprendemos que as primeiras pesquisas sobre comunicação são relativamente recentes e tinham por objetivo entender os efeitos dos meios de comunicação de massa, como jornais, rádio e, posteriormente, a televisão, em períodos de regime totalitários e recente massificação midiática. A respeito de umas das primeiras teorias, Wolf nos diz: “os principais elementos que caracterizam o contexto da teoria hipodérmica são, por um lado, a novidade do próprio fenômeno das comunicações de massa e, por outro, a ligação desse fenômeno às trágicas experiências totalitárias daquele período histórico” (WOLF, 1999, p. 22).

Entretanto, paralelamente aos estudos iniciais da comunicação de massa, um grupo de pesquisadores reunidos na Universidade de Chicago, nos Estados Unidos, passou a compartilhar conhecimentos de áreas de estudo e pensamentos de diferentes, formando uma “escola de atividade” conhecida por “Escola de Chicago”:

Assim, a partir desta definição podemos considerar Chicago como uma escola de atividade, já que suas ideias vigentes em sua época não eram compartilhadas por todos os pesquisadores, mas, as pesquisas eram

realizadas conjuntamente por disciplinas como a Sociologia, a Antropologia, a Economia, a Psicologia, a História, a Ciência Política e a Geografia, tendo como objeto de pesquisa a cidade de Chicago e sua vida social. Sendo que os historiadores iniciaram pesquisas sobre a história da Chicago; os cientistas políticos estudaram a organização política da cidade e a natureza da máquina política local, os políticos negros; os economistas estudaram a economia da cidade. E assim, por diante (SILVA, 2011, p. 683).

A Escola de Chicago toma a cidade como laboratório de observação para as suas pesquisas. São pesquisadores de Sociologia, Filosofia e Psicologia Social, que também trazem contribuições para os estudos de Ciências da Comunicação por abordarem a relação do indivíduo com a comunidade.

A comunicação está entre os fenômenos fundamentais observados no cotidiano por um dos principais pesquisadores da época: Robert Ezra Park, que também aponta a “cidade moderna e as relações sociais” e as “relações inter-raciais e interculturais” como base para as suas pesquisas (SILVA, 2011, p. 685). Park desenvolveu os seus estudos a partir da perspectiva de Simmel, tratando a cidade de Chicago como um laboratório social e propondo a ideia de regiões morais para refletir sobre os processos de agregação e segregação das cidades, assim como para entender que o encontro das pessoas que compartilham dos mesmos interesses torna favorável a criação de vínculos sociais.

Park (1984) considera que a cidade vai além de uma construção física, trata-se também de uma constituição simbólica a partir das pessoas que vivem nesse lugar:

The city, from the point of view of this paper, is something more than a congeries of individual men and of social conveniences streets, buildings, electric lights, tramways, and telephones, etc.; something more, also, than a mere constellation of institutions and administrative devices-courts, hospitals, schools, police, and civil functionaries of various sorts. The city is, rather, a state of mind, a body of customs and traditions, and of the organized attitudes and sentiments that inhere in these customs and are transmitted with this tradition. The city is not, in other words, merely a physical mechanism and an artificial construction. It is involved in the vital processes of the people who compose it; it is a product of nature, and particularly of human nature (PARK, 1984, p. 1).¹

¹ “A cidade, do ponto de vista deste artigo, é algo mais do que um conjunto de indivíduos e de conveniências sociais ruas, edifícios, luzes elétricas, trilhos e telefones, etc; é algo além de uma mera constelação de instituições e dispositivos administrativos - tribunais, hospitais, escolas, policiais e funcionários civis de vários tipos. A cidade é, antes, um estado de espírito, um conjunto de costumes e tradições, atitudes e sentimentos organizados, que são inerentes a esses costumes e são transmitidos com essa tradição. A cidade não é, em outras palavras, apenas um mecanismo físico e uma construção artificial. Está envolvido nos processos vitais das pessoas que o compõem; é um produto da natureza humana” (tradução nossa).

Park entende que o transporte e a comunicação são fatores essenciais na organização ecológica da sociedade, devido à mobilidade gerada por esses elementos nos grandes centros urbanos:

Transportation and communication, tramways and telephones, newspapers and advertising, steel construction and elevators-all things, in fact, which tend to bring about at once a greater mobility and a greater concentration of the urban populations-are primary factors in the ecological organization of the city (PARK, 1984, p. 2).²

Feita a contextualização quanto aos estudos de Park sobre a cidade, é preciso também compreender o entendimento do autor sobre a comunicação, definida por ele como:

um processo ou forma de interação que é interpessoal, isto é, é social no sentido mais estreito do termo. O processo só pode dizer completo a partir do momento em que resulta em alguma espécie de compreensão. Em outras palavras, a comunicação jamais acontece meramente numa situação de estímulo e resposta, no sentido em que essas palavras são usadas na psicologia. Ela é antes expressão, interpretação e resposta (PARK, 1971, p. 64).

Park, portanto, rompe com as formulações reducionistas da comunicação apenas como estudo dos efeitos provocados pelas mensagens emitidas pelo jornal impresso ou pelos aparelhos eletrônicos. O autor percebe a comunicação como parte constitutiva da vida em sociedade por meio das relações existentes e questiona a importância do jornal na formação da rede urbana de relações.

A preocupação de Park volta-se para a imprensa e para a formação da opinião pública a partir das notícias publicadas: “o jornal é o grande meio de comunicação dentro da cidade, e é na base da informação fornecida por ele que se baseia a opinião pública. A primeira função que um jornal preenche é a que anteriormente o falatório desempenhava na aldeia” (PARK, 1979, p. 61). O autor, portanto, observa os movimentos de interação entre os indivíduos e como as reações formam a chamada opinião pública:

A primeira reação típica do indivíduo a uma notícia será, provavelmente, o desejo de repeti-la a alguém. Isto gera a conversação, desperta novos comentários, talvez uma discussão. Mas o que há nesse fato de singular é que, iniciada a discussão, o acontecimento discutido deixa de ser notícia e, sendo diferentes as interpretações de um acontecimento, as discussões se transferem do plano da notícia para o dos problemas que ele suscita. O choque de opinião e pareceres, que a discussão invariavelmente evoca,

² “Transportes e comunicação, trens e telefones, jornais e publicidade, construção de aço e elevadores - todas as coisas, de fato, que tendem a gerar uma mobilidade maior e uma maior concentração das populações urbanas - são fatores primários na organização ecológica de a cidade” (tradução nossa).

termina, via de regra, numa espécie qualquer de consenso ou opinião coletiva - que nós denominamos opinião pública. É na interpretação dos acontecimentos presentes, ou seja, da notícia, que se funda a opinião pública (PARK, 1970, p. 176).

As contribuições de Park refletem sobre a contribuição da comunicação na construção da vida cotidiana nas cidades e auxilia no pensamento das relações entre grupos na atualidade. A partir da leitura de Silva (2011, p. 689), é possível entender como o autor aponta:

Do ponto de vista cognitivo, para Park as notícias desempenham a mesma função junto ao público que a percepção do indivíduo. Elas orientam mais do que informam sobre o que está acontecendo ao redor. Assim, as notícias ajudam o indivíduo a interpretar a realidade que o rodeia. Ele considera a notícia como uma forma elementar de conhecimento, efêmera, abordando fatos inusitados, dando atenção a determinados fatos e documentos públicos, potencializada pelo desenvolvimento da ciência e da técnica. Essa interpretação da realidade leva, segundo Park, a participação na política, essencial nas relações econômicas, levando a aceleração dos processos de melhorias social e extensão da democracia, promovendo a realização da utopia liberal, é uma ponte entre as massas democráticas e as elites aristocráticas.

Em paralelo aos estudos de Park sobre os centros urbanos, também na Escola de Chicago, encontra-se o estudioso George H. Mead, que seguia outra vertente de pesquisa na área da psicologia social.

Mead desenvolveu um conjunto de premissas sobre os conceitos de indivíduo e sociedade que rompia com as perspectivas sociológicas clássicas. O autor trabalha com a intervenção das pessoas no mundo a partir da ideia de que “indivíduo” e “sociedade” não podem ser estudados separadamente, mas fazem parte de uma construção mútua. A linguagem, os símbolos e os sentidos são importantes na proposta do autor.

O autor entende que a sociedade é um conjunto de ações recíprocas entre os seus membros, que trocam mais do que simples respostas e sim interpretações do comportamento, possível quando gestos possuem significados. Assim, para Mead, o comportamento humano só é possível pelo uso de linguagens e símbolos aprendidos em conjunto.

Os três elementos importantes para Mead são “sociedade”, “self” e “espírito” (ou “mente”, como também é traduzido). Para ele, a “sociedade” é o contexto em que os indivíduos se relacionam; “self” é produzido por uma atividade social; e o “espírito” corresponde à “inteligência reflexiva del animal humano, que puede ser distinguida de las formas inferiores” (MEAD, 1977, p. 152). O “self” é resultado do “eu” e do “mim”, sendo o “eu” o lado mais instintivo do indivíduo e o “mim” o lado mais racional.

A construção do self, enquanto uma dinâmica de forças que realiza-se na conduta, apenas se torna compreensível através de um operador lógico, que é o espírito. Se o espírito explica a construção do self, o self, através dos embates entre o 'eu' e o 'mim', nos permite apreender tanto a interiorização do social quanto a intervenção e a conduta dos sujeitos, ou seja, a dinâmica e a natureza da vida social (FRANÇA, 2008, p. 75).

Com base nas contribuições de outras áreas, essas reflexões influenciaram outras pesquisas e pesquisadores. Podemos compreender que a comunicação está diretamente ligada não só aos centros urbanos, mas a toda sociedade e cultura em que os indivíduos mantêm relações uns com os outros, por isso não se deve sintetizar a comunicação como uma mera troca de informações, mas ampliar perspectivas de compreensão, considerando que

o caráter simplificador do modelo transmissivo da comunicação encontra sua positividade ao desencadear novas buscas; é a insatisfação com o instrumental teórico disponível (ou sua incapacidade de dar conta dos desafios do conhecimento) que suscita novas buscas (FRANÇA, 2003, p. 39).

França (2001) trabalha com a perspectiva de interações comunicativas, comunicação e sociabilidades, e comunicação e cultura. A autora reflete sobre qual seria a especificidade da área da Comunicação e apresenta como solução que a especificidade está na forma de apreender os objetos do mundo.

Para França (2016, p. 155), “a comunicação tem uma dimensão sensível, é um fenômeno concreto, presente em nossa realidade”. Para a autora, a comunicação está relacionada com as ações humanas. A compreensão da comunicação pode ser discutida a partir de dois paradigmas, sendo um deles o epistemológico, que torna dualista o mundo e a comunicação, e “substitui o processo concreto de troca social (a maneira singular como ela se realiza a cada vez, em função da imprevisibilidade da intervenção conjugada dos atores) por um sistema operatório abstrato, através do qual o paradigma projeta uma rede de relações funcionais e pré-definidas (FRANÇA, 2003, p. 46).

Enquanto isso, o paradigma praxiológico “se dirige a esses processos enquanto práticas concretas, momentos vivos de troca, buscando apreender a reflexividade inerente às trocas sociais” (FRANÇA, 2003, p. 46-47). A pesquisadora reforça o seu pensamento ao afirmar que é preciso atentar-se para a complexidade da comunicação: “Em contraposição ao paradigma informacional, é preciso se armar de uma concepção forte da comunicação, atenta à sua complexidade e dinamicidade” (FRANÇA, 2016, p. 158).

Ou seja, no modelo praxiológico, a linguagem funciona como papel constituidor da vida social, construção das relações dos sujeitos através da comunicação, entendida como processo de interação. O modelo é fundado na reflexão sobre as trocas sociais e procura entender a comunicação como “prática constituidora” da vida social.

Segundo França, a comunicação é inserida na esfera da ação, intervenção e experiência humana, em sua dimensão social e simbólica; assim, a comunicação no modelo praxiológico: “cumpre um papel de constituição e de organização – dos sujeitos; da subjetividade e da intersubjetividade; da objetividade do mundo comum e partilhado” (FRANÇA, 2003, p. 40). Continua dizendo que a partir desta concepção “a comunicação não é reduzida a uma dinâmica de transmissão, mas é entendida como interação – ação reciprocamente referenciada, estabelecida pela mediação do simbólico, da linguagem, conforme bem apresentado por George H. Mead” (FRANÇA, 2016, p. 158).

Nesse sentido, França (2003, p. 41) “entende os sujeitos enquanto construídos na relação com o outro, no espaço da diferença”. A linguagem é objetivação de uma subjetividade, uma maneira de expressar algo por meio de palavras. Por fim, “a comunicação deixa de ser um processo recortado e restrito, e é tomada como lugar de constituição de fenômenos sociais, atividade organizante da intersubjetividade dos homens e objetividade do mundo” (Ibid., p. 43).

A comunicação é, pois, tomada em seu aspecto experiencial: nela fundamentam-se pontes de interação entre sujeitos e/ou objetos de tal modo que os envolvidos afetam-se, numa espécie de ‘comunhão’ através da qual os sentidos vão sendo estabelecidos. Esse processo, para além da simples emissão e recepção de mensagens, funciona como constituidor dos sujeitos e da realidade social na medida em que instaura um mundo comum e intersubjetivamente partilhado (SANTOS; DIONÍZIO, 2010, p. 6).

A comunicação é um processo que ocorre por interações comunicacionais entre sujeitos que compartilham um código em comum, a linguagem, o meio que torna possível a interação entre os indivíduos:

A consciência da força da linguagem na comunicação nos impele a um olhar atento para a maneira como ela atua em cada processo. Não se trata apenas de interpretar sentidos e analisar formatos; isto é necessário e importante, mas se nos reduzimos a lidar com os discursos comunicativos neles mesmos (ou os gêneros de linguagem), perdemos a dimensão do todo comunicacional. A atenção à linguagem, aos discursos proferidos e trocados nas dinâmicas interativas significa entender o que eles estão fazendo, como atuam posicionando interlocutores e representando os aspectos da realidade (as coisas do mundo) (FRANÇA, 2016, p. 164).

Nem sempre as falas são suficientes para a compreensão e efetiva comunicação, afinal, muitos são os fatores que podem interferir nesse processo. Por isso, é preciso entender o contexto que envolve tais interações e ampliar a pesquisa para a compreensão de outros conceitos, como socialidades, vida social e experiência.

A autora, a partir dos estudos de pesquisadores como Simmel, apresenta a comunicação como uma forma interativa, que só pode ser compreendida quando se entende a relação de um com o outro: “A relação de sociabilidade vem resgatar a complexidade do ato comunicativo; sua natureza simbólica e a sua inserção no terreno da experiência e da vida social” (FRANÇA, 1995, p. 65).

Para França, o ato de comunicar não é uma ação mecânica, limitado à relação estímulo-resposta, mas uma prática humana configurada e adequada ao longo das experiências vividas, isto é, a comunicação é um fazer que, “implica trabalho de agente, ação no mundo. Não se trata de ação mecânica, nem é da ordem dos instintos. O uso da linguagem, a configuração da relação com o outro estão fundados em procedimentos, técnicas, operações que aprendemos, modificamos, desenvolvemos (FRANÇA, 2016, p. 159).

A comunicação produz experiência: “Incontáveis experiências são vividas pelos indivíduos, ao longo de sua vida, através de diferentes formas de comunicação. Isto se dá no contexto de relações pessoais, mas também através de produtos midiáticos” (FRANÇA, 2016, p. 160). As experiências se tornam parte de quem somos ou o modo como agimos.

A comunicação é interação, resultado das experiências apreendidas anteriormente. Constantemente, estamos sendo estimulados e interagindo com nós mesmos e com o outro:

No mesmo movimento em que procuro afetar meu interlocutor, eu me afeto a mim mesmo (pensando na reação do outro, eu me estimulo e sou afetado por meus próprios pensamentos). O outro me afeta duplamente: através da consciência que eu desenvolvo sobre ele, sobre suas possíveis reações e atitudes, e me afeta também em função de sua reação e sua intervenção efetivas (FRANÇA, 2016, p. 162).

Entendendo a comunicação como uma relação carregada de experiências, escolhemos estudar os processos comunicativos existentes no Espaço São José Liberto. Relações sociais, relações compartilhadas, relações experienciadas. Nas palavras de França (2016, p. 158), “a comunicação é um processo de globalidade, em que sujeitos interlocutores, inseridos em uma dada situação, e através da linguagem, produzem e estabelecem sentidos, conformando uma relação e posicionando-se dentro dela”.

Portanto, a pesquisa compreende a comunicação não como um processo mecânico e dual, mas como interação entre sujeitos que estão em um contexto em comum e que produzem sentido o tempo todo, tanto para si, como para os outros, por meio de conversas informais ou pela sua atuação em determinado lugar, no caso, o Espaço São José Liberto.

Buscamos, neste momento, traçar um panorama sobre o desenvolvimento dos estudos sociais e os estudos de comunicação que trabalham com a perspectiva da comunicação como relação e interação. Além disso, discutiremos a seguir apontamentos sobre a relação dessa perspectiva com a experiência, conceitos que estão entrelaçados no desenvolvimento deste trabalho.

2.3 Experiências e comunicação

A comunicação está ligada às experiências do cotidiano, mas como podemos definir o que são experiências? Experiências são percepções de mundo que, de acordo com Rodrigues (1999), são formadas por um conjunto de saberes formado de crenças firmes, fundamentadas nos hábitos. Essas experiências acabam por unir os sujeitos em determinados grupos, ao mesmo tempo em que eles tentam se desvincular para que a sua individualidade prevaleça.

Para o autor, a experiência é como o conjunto de saberes reunido ao longo da vida que criam o *habitus*, conceito cunhado por Bourdieu (1990), como o princípio estruturador de ações, percepções e comportamentos que regem ações cotidianas, dando-lhes um caráter quase automático. Não é algo engessado, são predisposições que já fazem parte do indivíduo, mas seguem sendo mutáveis à medida que as vivências vão sendo alteradas; são, portanto, predisposições que já temos e que facilitam a vida. Ilusão de naturalidade da ação, na qual desaparece o cálculo necessário à ação original, é algo que automatiza comportamentos, fazendo com que as práticas estruturadas comecem a se parecer com práticas naturais, ou seja, trata-se de experiências acumuladas ao longo da vida.

As ações adotadas não são aleatórias, mas são escolhas construídas por meio do *habitus*. O *habitus*, para Bourdieu, deseja reagir contra o estruturalismo e sua filosofia de ação. É a capacidade criadora, ativa e inventiva; conhecimento adquirido, um *haver*, um capital. “Sair da filosofia da consciência sem anular o agente na sua verdade de operador prático de construção de objeto” (BOURDIEU, 1998, p. 62).

Rodrigues (1999) aponta três domínios da experiência: domínios fundamentais e originários, domínio da experiência de si próprio e domínio do mundo natural. Para ele, os domínios vão se tornando automáticos e passam por um processo de “maturação reflexiva”:

Ao nível simbólico da linguagem, este processo traduz-se na autonomização das três pessoas gramaticais, das esferas do “eu”, do “tu” e do “ele”, correspondentes respectivamente à criação das esferas da subjectividade, da intersubjectividade e da objectualidade. São as categorias que permitem designar respectivamente os domínios da experiência de si, dos outros e do mundo natural (RODRIGUES, 1999, p. 3).

A experiência se torna naturalizada nas situações cotidianas e, principalmente, pela razão e pela lógica. A experiência acumulada cria saberes que podem ser utilizados em situações novas, além de fazer aceitar os acontecimentos do mundo, também permitindo conhecer os códigos da linguagem e, conseqüentemente, da comunicação humana.

A comunicação enquanto experiência, de acordo com Simões (2007), é uma forma de compreender a realidade não apenas como a vivência, mas também como a interação com o mundo a partir de uma dimensão apreendida pelos sentidos e outra a partir dos sentidos construídos:

Significa um trabalho de apreensão e leitura da realidade, que ocorre em duas dimensões: uma dimensão sensível (apreensão pela percepção) e uma dimensão simbólica (apreensão pelos sentidos construídos). Esse trabalho é realizado no espaço de ação e intervenção dos homens, nesse mundo partilhado intersubjetivamente, na realidade da vida cotidiana. (SIMÕES, 2007, p. 6).

Simões (2007) compreende também a comunicação como uma forma de construir a vida social e, conseqüentemente, criar uma realidade. Assim, as relações de sociação, como processo básico para a vida social, são construídas a partir das relações de comunicação que também podem estar no campo da experiência:

Situar a comunicação no terreno da experiência implica pensá-la como realizada por esses sujeitos, que lêem, apreendem, experienciam e constroem o mundo, conferindo sentidos a ele. Implica também pensar a comunicação como constitutiva da vida social. Ela não é um elemento à parte na sociedade, mas sim um lugar constituidor, ela constrói a experiência dos homens no mundo através da linguagem. Todo processo comunicativo está inscrito em um contexto mais abrangente, o todo da vida social (SIMÕES, 2007, p. 5).

Simões, assim, destaca a comunicação como uma forma de construir o mundo a partir das experiências vividas por meio da linguagem, escrita ou falada. Rodrigues (1997, p. 1) trabalha com três tipos de relação próxima entre comunicação e experiência: o primeiro é chamado de “testemunhal” e “e existe entre alguém que teve a experiência directa e imediata de um acontecimento ou de um fenómeno e que a comunica a outra pessoa que não teve a mesma experiência directa e imediata”. O segundo tipo se refere a comunicar uma experiência

quando a pessoa não foi testemunha de fato, ela apenas conta o que aconteceu, reporta uma “transmissão”.

Por fim, o autor aponta para a comunicação “simbólica”, aquela “em que o destinador comunica a um destinatário uma experiência que é já conhecida de ambos” (RODRIGUES, 1997, p. 1). “Tem antes a ver com o reconhecimento por parte do destinatário, de uma experiência comum, vivida tanto pelo destinador como pelo destinatário” (RODRIGUES, 1997 p. 3-4).

Dialogamos também com Alfred Schutz, isto é, a ação como experiência social, que pode ser compreendida a partir de três noções: reserva de experiências, tipicidade da vida cotidiana e estruturas de pertinências. Reserva de experiência diz respeito ao saber herdado do indivíduo; tipicidade refere-se a como essas experiências se acumulam em um modelo; e, por fim, as estruturas de pertinências falam sobre o controle dos indivíduos de situações sociais que podem ser de três maneiras: temática, interpretativa ou motivacional. As noções servem para compreender a teoria fenomenológica da cultura de Schutz, que procura responder ao problema colocado pelo fenômeno da intersubjetividade: “Por ter tipicidade a experiência do mundo tida pelos indivíduos, o conhecimento não é solipsista. Por serem herdadas e transformadas na duração da vida essas tipicalidades, o conhecimento é intersubjetivo” (CASTRO, 2012b, p. 56).

Schutz toma por referência as relações intersubjetivas das experiências cotidianas dos sujeitos para compor a dimensão da sua fenomenologia social. O autor aponta para a compreensão da cotidianidade no mundo da vida, a partir dos conceitos citados anteriormente, para o entendimento da interpretação dos significados, como elemento da relação social.

Baseados em Alfred Schutz, Berger e Luckmann discutem, na obra *A construção social da realidade* (2014), como a realidade se trata de uma construção social a partir da Sociologia do Conhecimento, que tem por matéria-prima a vida cotidiana e a sua análise. Os autores discutem uma teoria da sociedade como um processo dialético entre as realidades objetivas e subjetivas, além de desenvolver as teorias das instituições, legitimações e socialização.

Momentos históricos diferentes significam temporalidades diferentes e até contraditórias no mesmo local. O espaço físico e a localização podem permanecer, mas é preciso considerar as mudanças de século, de estrutura da cidade e de significado do lugar. Atualmente, o Espaço São José Liberto é um lugar que agrega comercialização de joias e de peças de moda com lojas particulares e pontos de venda da própria administração do Espaço. Por isso, é necessário ter em perspectiva a relação de gosto, sobretudo, como uma construção

social criada por meio da experiência entre os grupos que estão inseridos no contexto do Espaço São José Liberto e que consomem os produtos encontrados no local.

2.4 A questão do gosto: estetização dos produtos

A partir da perspectiva sociológica, Simmel (2014) vai trabalhar nas suas reflexões a moda como parte de sua pesquisa, enxergando-a como uma forma de associação que particulariza, ao mesmo tempo em que existe no agir em conjunto. Assim, pensamos os produtos comercializados no Espaço São José Liberto, inclusive vestuário e adornos, como itens particular e ao mesmo tempo universal, pois possuem características únicas que as diferenciam quanto a região e território, mas também que se integra ao todo. Além disso, a escolha dos produtos é uma forma de diferenciação.

Neste sentido, recorreremos a Bourdieu (1998) e seu conceito de distinção, concebido como um movimento de oposição aos outros, ou seja, escolha feita por classes para se diferenciarem umas das outras. Bourdieu aponta que as ideias de gosto e o uso dos elementos culturais, bens simbólicos ou materiais, são construções sociais que mantêm a distância entre grupos e classes sociais. Os diferentes estilos de vida definem o gosto, formas naturalizadas de diferenciação, sendo que o gosto é socialmente construído e reconstruído.

Tal qual Simmel, Bourdieu também discute a relação de classes e a percepção realista da dominação: os agentes tomam o mundo, a partir das suas relações objetivas, como natural e o aceitam como ele é. O capital simbólico é percebido por um agente dotado de categorias de percepção resultante da incorporação da estrutura da sua distribuição quando conhecido e reconhecido por algo óbvio. No campo, as relações de forças simbólicas implicam em constante luta pela melhor posição dentro dele.

As relações de dominação estão presentes na Amazônia ao longo dos séculos. Oliveira (1988) destaca quatro momentos de mudanças na região que se referem à imposição de poder dos europeus sob os povos locais desde a chegada dos portugueses, no século XVII, “quando os índios que viviam de uma economia de subsistência e de comércio intertribal passaram a defrontar-se com uma economia de produção para o mercado externo” (OLIVEIRA, 1988, p. 67). Além disso, os indígenas também foram escravizados e convertidos ao catolicismo, perdendo, assim seus costumes e a sua cultura.

O segundo momento, apontado por Oliveira (1988) é o século XVIII, período em que “as aldeias missionárias deram origem as cidades e vilas da Amazônia e a pressão para o aportuguesamento e integração do índio à sociedade colonial tornou-se maior” (1988, p. 67).

O terceiro momento ocorre no século XIX, com a exploração da borracha que gerou migração de pessoas de outros locais para a região Norte: “Nessa época o índio passa a deixar de ser mão-de-obra essencial e é desalojado violentamente de seu território” (OLIVEIRA, 1988, p. 68).

Por fim, o último momento ocorre no século XX, a partir dos anos 1960, por causa das ações políticas de desenvolvimento para a região, que passa a integrar-se com o Centro-Sul via estradas: “Com essas políticas, iniciou-se a mais forte investida da expansão interna da área Amazônica, liderada por grandes grupos empresariais” (OLIVEIRA, 1988, p. 68).

A dominação portuguesa na região amazônica também foi realizada por meio de outras estratégias de dominação, como a construção de fortes militares e a criação de territórios. O momento da fundação de cidades como Belém (1616) e São Luís (1615), por exemplo, é uma resposta às invasões holandesas (TAVARES, 2008, p. 59).

As relações de poder e dominação dos povos que viviam na região são uma constante histórica e peça fundamental na formação social e cultural da região amazônica. A população da região, então, sempre dominada e subjugada por forças maiores, convenceu-se de que “o que é de fora é melhor”. Não se trata somente desses momentos históricos, mas é algo que persiste nos dias atuais: parece que o consumo do que é externo é melhor, significa modernidade em face de uma região atrasada, que não é capaz de criar itens de qualidade e dignos de atenção.

Bourdieu (2008) apresenta a discussão sobre o consumo de bens culturais e como essa ideia é socialmente construída, levando em consideração os grupos e seus *habitus*. Para ele, o “gosto” é indicado pelos diferentes estilos de vida determinados pela classe a que as pessoas pertencem, pois isso distingue um grupo do outro. “O gosto classifica aquele que procede à classificação: os sujeitos sociais distinguem-se pelas distinções que eles operam entre o belo e o feio, o distinto e o vulgar; por seu intermédio, exprime-se ou traduz-se a posição desses sujeitos nas classificações objetivas (BOURDIEU, 2008, p. 13).

A classificação dos grupos, segundo Bourdieu, parte das suas preferências, pois funcionam como mecanismo para naturalizar as diferenças sociais que existem entre as pessoas.

O gosto não é natural, ele é, de fato, naturalizado, e serve como meio de distinção de uma classe em relação à outra. Ou seja, o gosto não é algo inato, mas sim – e talvez um dos principais – símbolo de poder, de identificação com os semelhantes e exclusão dos que não pertencem ao mesmo grupo. É um código socialmente produzido capaz de identificar e diferenciar grupos (SIQUEIRA, 2010, p. 2).

As diferenças de gosto são estruturas construídas social e simbolicamente por meio dos níveis de escolaridade, origem familiar e financeira, tipo de trabalho entre outros elementos que distinguem um grupo do outro por meio do estilo de vida. Bourdieu (2008, p. 164) aponta para o estilo de vida como um produto sistemático do *habitus*, que “percebidos em suas relações mútuas segundo os esquemas do *habitus*, tornam-se sistemas de sinais qualificados – como “distintos”, “vulgares”, etc”.

A discussão sobre o gosto se faz necessário porque é preciso compreender que, entre outras funções, o Espaço São José Liberto possui um caráter comercial. Os produtos encontrados tanto nas lojas particulares quanto nos pontos de venda da administração – a saber, Loja Una, de joias, Espaço Moda, de vestuário e acessórios, e Casa do Artesão, de artesanato – são produzidos não só para a exibição do trabalho de produtores locais, mas também para a venda para turistas e moradores locais.

Portanto, deixamos claro, é que os produtos podem possuir um caráter peculiar, menos usual, mas existem compradores cujo gosto é agradado justamente por peças diferenciadas, algumas com caráter artístico enquanto peças para contemplação, ou ainda investimento quando se trata de joias, e não necessariamente ao uso cotidiano.

Estilo de vida, *habitus* e gosto estão relacionados, pois “o gosto é operador prático da transmutação das coisas em sinais distintos e distintivos, das distribuições contínuas em oposições descontínuas; ele faz com as diferenças inscritas na *ordem física* dos corpos tenham acesso à *ordem simbólica* das distinções significantes” (BOURDIEU, 2008, p. 166). Uma classe social não adota determinado gosto por acaso, mas o constrói ao longo do tempo e de acordo com o *habitus* que molda o seu estilo de vida, ligado ao capital cultural e financeiro que ela carrega.

A relação de consumo é baseada nas tendências do capital, como a “tendência da centralização pela fragmentação, a tendência da internacionalização, pelos particularismos nacionais e regionais” (AMARAL FILHO, 2016, p. 55), que pode ser identificada como uma das características do Espaço São José Liberto, quando se particulariza e se diferencia, ao mesmo tempo em que busca estar dentro da economia global, já que o mercado de adornos e produtos de moda é mundial.

Ao analisarmos o Espaço São José Liberto e sua relação na construção identitária dos elementos amazônicos, somos levados a pensar na estetização do mundo debatida por Lipovetsky e Serroy (2014), quando apontam para o capitalismo do hiperconsumo como um modo de produção da estética por meio de comportamentos estratégicos das indústrias de

design, moda, decoração, cinema, entre outras. Ou seja, “vivemos no boom estético sustentado pelo capitalismo do Hiperconsumo” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 40), capitalismo criativo, transestético.

Os autores abordam a hipermodernidade e discutem o capitalismo, sistema social e econômico, que permeia o mundo contemporâneo e torna homogêneos as cidades, os comércios e as populações. Por isso, o capitalismo precisa se transformar e se materializar em uma forma artística que reúna a arte, a moda, a publicidade, a arquitetura, que estão em constante cruzamento. Não é à toa que a moda tem um toque artístico e que a ambientação dos lugares também tem intenções publicitárias, pois são formas de estetizar o mundo e de tornar mais “bonito” o mundo dominado pelo capitalismo e pelo grande abismo socioeconômico que o sistema causa. Peças diferenciadas, com características artísticas, são constantes nos pontos de venda do Espaço São José Liberto, portanto, é preciso entender a realidade mercadológica na qual o Espaço está inserido.

Nas suas reflexões, os autores vão dividir a estetização do mundo em quatro épocas: “a estetização ritual”, relacionada às convenções estéticas religiosas, místicas e mágicas, “são sociedades em que as convenções estéticas, a organização social e religiosa estão estruturalmente ligadas e indiferenciadas” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 19). A segunda época é “a estetização aristocrática” ocorre na Idade Média, quando os artistas ganham mais destaques que os religiosos: “A missão propriamente estética da arte ganha relevo, o artista deve esforçar-se por eliminar todas as imperfeições e procurar imagens que estejam de acordo com o que há de mais belo, de mais harmonioso na natureza” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 21-22).

A “moderna estetização do mundo” está no período em que o capitalismo desponta como sistema econômico e os artistas podem conceber a sua arte de forma mais livre e até comercial. Esse é o terceiro momento apontado pelos autores que ocorreu entre os séculos XVIII e XIX e corresponde à Idade Moderna do mundo ocidental. Porém, conforme os artistas se emancipam a autonomia exigida por eles se torna cada vez mais dependente das lógicas do mercado:

Enquanto os artistas se emancipam progressivamente da tutela da Igreja, da aristocracia e, depois, da encomenda burguesa, a arte impõe-se como um sistema de alto grau de autonomia ao possuir as suas instâncias de seleção e de consagração (academias, salões, teatros, museus, comerciantes, colecionadores, editoras, críticas, revistas), as suas leis, valores, e os seus próprios princípios de legitimidade. (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 24-25).

A última fase da estetização do mundo é “a era transestética”, que está no momento atual e envolve toda a valorização da estética nas indústrias criativas em geral. A estetização dos mercados mistura a arte com as indústrias com fins comerciais e de consumo:

Nada mais escapa à rede de imagem e do divertimento e tudo o que é espetacular cruza-se com um império transestético fecundante onde se misturam *design* e *star system*, criação e *entertainment*, cultura e *show business*, arte e comunicação, vanguarda e moda. Uma hipercultura comunicacional e comercial que vê degradar-se as oposições clássicas da famosa «sociedade do espetáculo»: o capitalismo criativo transestético que não funciona com a separação, com a divisão, mas com o cruzamento, com a trama dos domínios e dos géneros (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 33).

Os autores apontam para o capitalismo artístico como o trabalho da estilização dos bens de consumo, caracterizado pelas experiências e sensações em uma época hipermoderna:

Os imperativos do estilo, da beleza, do espetáculo adquiriram uma tal importância nos mercados de consumo, transformaram de tal maneira a elaboração dos objetos e dos serviços, as formas de comunicação, de distribuição e do consumo que se torna difícil não reconhecer o advento de um verdadeiro «modo de produção estética» que chega, agora, à maturidade (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 44).

As peças produzidas no Espaço São José Liberto seguem a lógica do capitalismo artístico de unir características artísticas com itens comerciais para que o desejo pela compra não seja limitado a usar o objeto, mas se expanda para possuí-lo pelo valor simbólico que ele carrega, seja pela forma, pela cor, seja pelos materiais usados em sua composição.

Não se trata mais do produto pelo produto, mas do valor agregado àquela peça de moda ou item de decoração que desperta sentimentos no consumidor. Trata-se de um novo tipo de capitalismo, “Um capitalismo de sedução, focalizado nos prazeres dos consumidores por intermédio de imagens e de sonhos, de formas e narrativas” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 44).

Lipovetsky e Serroy (2014) também discutem o consumo das experiências proporcionadas pelos espaços das grandes cidades, como bares temáticos ou restaurantes da moda: “O mundo hipermoderno, mais do que nunca, é o da estética comercial e do comércio consumista que invade e reestrutura o espaço urbano e arquitetônico” (2014, p. 364). Como resume Damasceno (2015, p. 112): “Hoje em dia, os espaços urbanos são reinventados, reinterpretados em uma lógica que sirva de elo entre o comércio consumista e a estética mercantil apregoadas pelo momento transestético do capitalismo artista”.

Inicialmente, pode-se pensar que o Espaço São José Liberto se encontra em contraste com as novas configurações do espaço urbano, porém os próprios autores discutem a valorização do passado como princípios da sociedade hipermoderna, afinal, eles estão aliados com a expansão do turismo e, conseqüentemente, do capitalismo:

Vive-se numa época de valorização do património histórico. O trabalho de conservação histórica comporta inegavelmente um valor de memória e é frequentemente apresando como um meio de salvaguardar os particularismos étnicos e locais face à uniformização planetária (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 373).

Para Bourdieu, a sociedade é um campo em que as relações de força se manifestam na área da significação. Em *A economia das trocas simbólicas* (2001), o autor discute a organização interna do campo simbólico relacionada com as funções políticas e ideológicas. Bourdieu relaciona os modos de produção e os modos de percepção artísticos com a estrutura social e o valor da arte. A arte, e sua percepção e produção, é colocada como parte do sistema simbólico que legitima a ordem predominante.

Assim, ao se denominar um ‘espaço amazônico’, o ESJL objetiva uma valorização não apenas do produto, mas também do processo. O fato de ser um produto amazônico também agrega valor, porque carrega em si o significado do “exótico”, do “diferente”, qualidades quase sempre relacionadas à Amazônia.

As matérias-primas usadas remetem a sementes, história e cultura local, bem como carregam o sentido de pertencer à Amazônia. As peças não são apenas mercadorias compradas para serem usadas como adorno, mas também como fonte de significados.

A autonomia do produto convertido em mercadoria foi operando um significado próprio oriundo do valor de troca que termina por lhe dar uma configuração simbólica que, embora mantenha como forma essencial a sua utilidade, isto é, o seu valor de uso, é oferecido para o consumo pelo valor de troca, agora simbolizando não apenas sua utilidade, mas também pelos conceitos agregados a ele, principalmente aqueles que têm referências no estatuto contemporâneo do prazer (AMARAL FILHO, 2016, p. 56).

Portanto, os produtos encontrados no Espaço São José Liberto são representações do Espaço como pertencentes ao território amazônico, demarcado pela matéria-prima usada e também pelos significados e inspirações, mecanismos de agregação de valor, que foram pensados na produção dos adornos.

Pensar nas referências amazônicas encontradas principalmente nos produtos comercializados no Espaço São José Liberto traz uma série de reflexões, a principal delas sendo os processos comunicativos existentes no Espaço São José Liberto. Como as relações

sociais, compartilhadas e experienciadas se refletem nessa produção amazônica? Que sentidos são produzidos dentro do Espaço São José Liberto? Afinal, alguém produz joias, roupas e acessórios com intenções além da lógica mercadológica.

A comunicação aqui é entendida, portanto, como uma relação, um processo entre os indivíduos que se encontram no Espaço São José Liberto. Por isso a pesquisa considera as experiências e o imaginário amazônico, conforme este é construído pelos visitantes e profissionais.

3 AMAZÔNIA: RELAÇÕES DO IMAGINÁRIO

O objetivo deste capítulo é compreender o espaço físico e a construção imaginária sobre onde está localizado o Espaço São José Liberto. Para isso, primeiro, fazemos um apanhado geral sobre os conceitos de imaginário, a partir de Gaston Bachelard e Gilbert Durand, assim como sobre o sentido de imaginário amazônico, concebido por pesquisadores sobre a região, como Gondim (2007), Bueno (2002), Costa (2011), Dutra (2009) e Paes Loureiro (1995), que compreendem que a formação histórica a partir da colonização europeia é fundamental para a formação do imaginário sobre a região e pelos discursos reproduzidos até os dias de hoje.

Também discutimos a Amazônia como uma “marca”, a partir de Amaral Filho (2010, 2016), que discute a agregação de valor aos objetos que são originados da região ou levam o rótulo de peças amazônicas a partir da ideia proposta de diferenciação, e da particularidade de ter sido produzido na região, com materiais locais, por meio de produtores e mão de obra regional.

Por fim, buscamos a diferenciação entre “espaço” e “lugar” como forma de compreender o Espaço São José Liberto dentro deste contexto, já que se trata de um lugar que faz parte da história de Belém, além de ter sobre si imaginários diferentes, já que o prédio abrigou, em uma memória recente, um presídio por muitos anos, tornando-o um lugar ligado ao que é negativo cuja imagem tenta ser apaziguada pelo discurso de que o Espaço São José Liberto, agora, abriga parte importante do desenvolvimento de negócios ligados à ourivesaria e joalheria, como forma de representação de prosperidade do estado.

3.1 O imaginário a partir de Gilbert Durand

A Amazônia pode ser definida geograficamente como um território, ou vários. As divisões do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) são muitas, cada uma partindo de características específicas, o que dá uma dimensão da heterogeneidade e de sua diversidade. Aliás, “diversidade” e “heterogeneidade” são características destacadas quando se fala sobre a Amazônia.

A ideia formada sobre uma realidade é construída, mas não por acaso. A construção sobre a Amazônia, por exemplo, vem de uma cultura eurocêntrica, a partir do processo de colonização. A tendência é ignorar as culturas indígenas que habitavam a região e associar os achados locais com referências existentes, como a mitologia grega.

A concepção sobre imaginário trabalhada nesta pesquisa caminha no sentido elaborado por Gilbert Durand, ou seja, como um lugar de “entre saberes”. Durand é conhecido pelos seus trabalhos sobre mitologia e imaginário; para ele, a perpetuação de uma sociedade está ligada às instituições que são erguidas sobre fortes crenças coletivas.

Segundo Wunenburger (2007, p. 19), “Durand contribuirá para amplificar as aquisições bachelardianas situando-se no nível de uma antropologia geral e sistematizará uma verdadeira ciência do imaginário”. Durand concebe o imaginário como uma forma de atenuar o futuro inevitável da morte. A imaginação é uma forma de lidar com o fim inevitável de todos os homens:

Durand desenvolve a ideia de que, frente à angustiante consciência da morte e do devir, o homem adota atitudes imaginativas que buscam negar e superar esse destino inevitável ou transformar e inverter seus significados para algo reconfortante. Essas atitudes imaginativas resultam na percepção, produção e reprodução de símbolos, imagens, mitos e arquétipos pelo ser humano. Esse conjunto de elementos simbólicos formaria o “imaginário”, cuja principal função seria levar o homem a um equilíbrio biopsicosocial diante da percepção da temporalidade e, conseqüentemente, da finitude (ANAZ et al., 2014, p. 6).

Durand (1996) aponta o imaginário como “museu” onde ficam todas as imagens guardadas, prontas para serem utilizadas. Durand (1996, p. 215) aponta o imaginário como “um pluralismo das imagens, e uma estrutura sistêmica do conjunto dessas imagens infinitamente heterogêneas, mesmo divergentes”.

O autor também destaca a importância dos mitos, como uma combinação de símbolos e imagens, como uma manifestação típica do imaginário:

Entenderemos por mito um sistema dinâmico de símbolos, arquétipos e esquemas, sistema dinâmico que, sob o impulso de um esquema, tende a compor-se em narrativa. O mito é um esboço de racionalização, dado que utiliza o fio do discurso, no qual os símbolos se resolvem em palavras e os arquétipos em idéias. (DURAND, 2002, p. 62-63).

A lógica do mito, para Durand, é diferente da lógica clássica e dualista de que ou é uma coisa ou outra (DURAND, 1998): “O mito não raciocina nem descreve: ele tenta convencer pela repetição de uma relação ao longo de todas as nuances (as “derivações”, como diria um sociólogo) possíveis” (DURAND, 1998, p. 86). Ou seja, para ele, quanto mais se repete sobre um mito ou uma imagem, mais se vai acreditar no real significado daquela história.

“Portanto, o imaginário, nas suas manifestações mais típicas (o sonho, o onírico, o rito, o mito, a narrativa da imaginação etc.) e em relação à lógica ocidental desde Aristóteles,

quando não a partir de Sócrates, é alógico” (DURAND, 1998, p. 87). Entretanto, o imaginário do homem é individual e segue uma lógica, porque as imagens precisam de uma significação para fazer sentido, significação encontrada na natureza e nos gestos naturais dos homens.

Durand encontra as raízes do imaginário no sistema de reflexos de sensações que originam as imagens externas. Ele encontra uma relação entre as percepções físicas e as percepções simbólicas, em um enlace entre a biologia e o social, que é fundante na sua trajetória antropológica. Ele identifica as imagens aos significados intrínsecos delas mesmas, recorrentes em determinada sociedade. Os gestos corporais com as atitudes imaginativas do ser humano, como a postura ereta, por exemplo, estão ligados à ascensão, verticalização e a vitória.

A partir dessa relação entre a natureza e o simbólico, Durand propõe a noção de “regime” que são “agrupamentos rígidos de formas imutáveis” (DURAND, 2002, p. 64). Ele define o Regime Diurno (RD), ligados à clareza e imagens heroicas, “todo o sentido do RD do imaginário é pensamento ‘contra’ as trevas; é pensamento contra o semantismo das trevas, da animalidade ou da queda, ou seja, contra *Cronos*, o tempo mortal” (DURAND, 2002, p. 188).

O Regime Diurno pode ser definido como palavras e ideias opostas sob o tema luz-trevas. Por outro lado, o Regime Noturno, apontado por Durand (2002, p. 279), é “a imaginação noturna é, assim, naturalmente levada da quietude da descida e da intimidade, que a taça simbolizava, à dramatização cíclica na qual se organiza um mito do retorno”. O imaginário noturno se liga ao temor do passar do tempo e ao temor da morte.

Apresenta - se como a tensão entre duas “forças de coesão”, de dois regimes em que cada um inventaria as imagens, em dois universos antagônicos. Estes universos, no estado normal e médio da atividade psíquica “combinam” bem, como Jung assinalou, num subuniverso que, para dizer a verdade, é mais “sistemático” do que realmente “sintético” como crê Jung. Porque as polaridades divergentes, as imagens antagônicas guardam a sua individualidade própria, a sua potencialidade antagônica e só se ligam no tempo, no fio da narrativa, muito mais num sistema do que numa síntese (DURAND, 1993, p. 75,76)

Durand também faz uma síntese sobre a relação do mundo ocidental com o imaginário, mostrando a condição das imagens em diferentes áreas de conhecimento, assim como, dando ênfase à contradição entre proporcionar o aumento do número de técnicas que divulgam cada vez mais a imagem, ao mesmo tempo em que existe uma desconfiança do ícone.

Como a imagem sempre foi desvalorizada, ela ainda não inquietava a consciência moral de um Ocidente que se acreditava vacinado pelo seu

iconoclasmo endêmico. A enorme produção obsessiva de imagens encontra-se delimitada ao campo do “distrair”. Todavia, as difusoras de imagens – digamos a “mídia” – encontram-se onipresentes em todos os níveis de representação e da psique do homem ocidental ou ocidentalizado (DURAND, 1998, p. 33).

Durand critica a explosão de imagens geradas a partir da evolução dos meios de comunicação, que levaram a sociedade ocidental a uma necessidade imagética. Aponta um “efeito perverso” nessa “civilização da imagem” (DURAND, 1996): a presença da imagem está presente no cotidiano das pessoas, guiando e formando os seus interesses pessoais. estando por trás destes meios produtores anônimos com interesses em manipulações icônicas.

Assim, para o autor, o imaginário não é algo aleatório, mas uma forma que o homem busca para equilibrar as tensões que estão em seu próprio corpo e ao seu redor. Para ele, o imaginário é o “[...] conjunto das imagens e das relações de imagens que constitui o capital pensado do *homo sapiens* [...]” (DURAND, 2002. p. 14). Durand entende que as imagens carregam sentidos ligados diretamente à sua significação, por isso, o conceito de imaginário é complexo: o significado de gestos pode mudar a cada sociedade.

Para ele, a formação do imaginário está mais ligada ao natural, à natureza, porém, também critica a artificialidade das imagens apresentadas pela mídia, transformando, assim, o conhecimento sobre os significados de nomes e objetos que formam o imaginário individual. O que antes representava algo pode mudar de significado devido às novas definições transmitidas pela mídia.

3.2 O imaginário sobre a Amazônia

O pensamento sobre o imaginário leva à discussão sobre o que se pensa quando se ouve o termo “Amazônia”, pois o que se pensa sobre esse território é algo construído desde os tempos da colonização da região, já que desde sempre, essas foram os últimos lugares de interesses para portugueses.

A Amazônia transita entre o real e o imaginário nacional e mundial como um espaço de representação simbólica que vai da fantasia à defesa do planeta, como garantia de vida às espécies humanas e animais. É uma construção e representação social.

A construção do imaginário sobre a Amazônia, a partir do século XVI – que era, então, uma imagem associada ao Novo Mundo, e não a Amazônia especificamente - foi estruturada, inicialmente, a partir de narrativas. As imagens eram criadas a partir da fusão de formas e paisagens já conhecidas com as informações obtidas a partir dos relatos do Novo Mundo.

Posteriormente, os desenhos, figuras, pinturas, enfim, a iconografia sobre o continente foi incorporada à representação anterior. Muito depois vieram a fotografia e o cinema, que se em certa medida transformaram o processo de constituição desse imaginário, não impedirem a prevalência de certas concepções formadas muito anteriormente, como a uniformidade da paisagem, a associação da ideia de paraíso ou de eldorado (BUENO, 2002, p. 3-4).

Desde os tempos do descobrimento dos primeiros navegantes portugueses e espanhóis, por volta de 1500, a Amazônia foi estereotipada a partir da visão eurocêntrica dos exploradores desse território. É preciso contextualizar o momento histórico da chegada dos europeus às Américas: países do continente estavam em busca de expansão aos seus domínios, procurando novas especiarias e desejando a todo custo chegar até o lado asiático do globo.

Para a Europa mediterrânea que se equilibrava entre a incerteza do abastecimento de gêneros substanciais como o trigo, a incidência de pestes (inclusive a malária), a escassez de madeira (já no século XV, resultado do desmatamento) e a descoberta de terras novas representou o acirramento entre Holanda, Inglaterra, França, Espanha e Portugal, todos querendo a hegemonia dos mares. Para os povos que viviam na outra metade do mundo, significou o contato com uma nova ética e costumes estranhos – do traje à alimentação, organização social e construção de *idades abstratas* – traçado arquitetônico desvinculado de uma ancestralidade clânica e/ou divina (GONDIM, 2007, p. 21).

O pensamento do homem medieval estava muito ligado à religião cristã, acreditava-se que os fatos aconteciam perante a vontade de Deus. Não questionar as razões de forma lógica é característica do feudalismo, um regime estratificado, no qual os homens acreditavam que nasciam, viviam e morriam pela vontade divina. Por outro lado, a literatura permitiu a difusão de um imaginário sobre o que se existia além do Velho Continente:

Se a rígida estruturação social fortemente hierarquizada da Idade Média refletia-se nos *conceitos e imagens relativos ao alto e ao baixo*, na sua expressão espacial e na escala de valores, o imaginário do homem medieval estava povoado, por outro lado, pelas lendas que descreviam o mundo fantástico oriental, retratado nas viagens de Marco Polo (1251-c. 1323), nas *Maravilhas do mundo* de Jehan de Mandeville (1300 – 1372), na *Imago Mundi* (1410) do cardeal francês Pierre d'Adilly (1350 – 1420), livro de cabeceira de Cristóbal Colón, nas *Etimologiae* (séc. VII) de Santo Isidoro de Sevilha ou ainda na *Navigatio Sancti Brendani* (séc. X) (GONDIM, 20017, p. 24-25).

Gondim (2007) aponta que

Essas histórias maravilhosas falavam de povos estranhos, grotescos, monstruosos. A natureza não menos fantástica era povoada por animais não

menos estranhos: unicórnios passeavam por entre vegetação encantada, composta por ervas capazes de curar qualquer doença, podendo ser encontradas próximas à fonte de juventude eterna (GONDIM, 2007, p. 25).

A partir de então, muitos discursos foram elaborados e reproduzidos, transformando o imaginário sobre o que é a Amazônia e como ela é vista por estrangeiros e até mesmo por quem está na região. Sobre essa reprodução de discursos estereotipados, Costa, em suas pesquisas, demonstra o incômodo de lidar com essas construções:

De imediato somos indagados sobre seres estranhos que povoam a floresta, índios que andam pelados no meio da rua e a idéia de que as cidades são tão pequenas que cabem embaixo de uma árvore. Somos a floresta vazia, a região do atraso, das mitologias em oposição à civilização. (COSTA, 2011, p. 17).

Os primeiros discursos foram criados pelos próprios exploradores europeus, que na época, resgataram mitos gregos para explicar os mistérios que poderiam estar na floresta.

O primeiro olhar alóctone lançado sobre a América – Amazônia é um termo que surgirá muito mais tarde – foi, provavelmente, de um europeu. Trata-se de observações sobre o novo continente, escritas no século XVI, que estão sendo reproduzidas até os dias atuais (BUENO, 2002, p. 35).

O próprio nome “Amazônia” vem da crença que aqui viviam as lendárias amazonas, mulheres guerreiras originárias da mitologia grega.

O mito das Amazonas, mulheres guerreiras que Orellana afirma ter encontrado em sua viagem ao Amazonas (1541 – 1542), e registrada no relato de Carvajal, é mais um exemplo de incorporação da mitologia clássica ao imaginário sobre o Novo Mundo, mais especificamente sobre a Amazônia (BUENO, 2002, p. 36).

O imaginário construído remetia ao paraíso onde aconteciam fatos extraordinários, até então só conhecidos pela literatura:

A fauna e a flora extraordinárias, os lugares sagrados das histórias bíblicas também foram constitutivos na construção do imaginário. A água miraculosa que impedia o envelhecimento e a fartura de ouro e pedras preciosas acalentou o sonho de gerações de ter riqueza sem desgaste físico e viver eternamente (GONDIM, 2007, p. 45).

De acordo com Bueno, os discursos foram reproduzidos ao longo dos séculos por outros exploradores que vieram até a região. No século XX, os discursos passaram a ser reproduzidos pelos veículos de comunicação, como revistas de grande circulação nacional. Apesar da forma diferente de falar e das mudanças de texto e foto, os discursos continuavam

os mesmos: a Amazônia é uma região isolada, de natureza exuberante, sem pessoas, como se as grandes cidades e centros urbanos não fossem parte da região.

É possível dizer que, na fase atual, o discurso sobre a região privilegia a floresta e as formas de vida diretamente associadas a ela – neste sentido, o indígena é um elemento importante nesta representação, pois vive em harmonia com a mata. O homem comum pouco aparece, mesmo aquele “caboclo”, tão presente nas reportagens da década de 1950. Parece haver uma desumanização da região, existindo apenas floresta (BUENO, 2002, p. 136).

A questão não é que o imaginário sobre uma floresta inabitada esteja completamente incorreto, mas ignorar a existência de grandes centros urbanos como parte da região amazônica e tratar a região única e exclusivamente como uma floresta habitada por índios é desconsiderar a presença de outras culturas, o crescimento das cidades e a ligação com o resto do mundo.

Lembramos assim a importância do mito, destacada por Durand, uma vez que os colonizadores já possuíam em seu acervo mental imagens sobre como deveriam denominar mulheres que vivem sozinhas e são guerreiras, por isso, ao invés de tentar entender como que elas denominavam, eles já as nomearam, até como uma forma de dominação.

Dutra (2009) apresenta uma discussão sobre a construção da imagem da Amazônia em programas de televisão, chamando atenção para o poder e a capacidade de agendamento de acontecimentos que esse meio de comunicação possui, mesmo que existam posições opostas sobre o impacto da televisão, já que

Entre essas posições extremadas, se se deseja falar de *um poder* da mídia que estaria na possibilidade e na capacidade de oferta de temas que se tornam ou não assuntos de interesse dos receptores. Estes têm, mais ou menos, a capacidade e a possibilidade de selecioná-los e incluí-los em sua agenda de interesses (DUTRA, 2009, p. 30).

A mídia, segundo o autor, reforça estereótipos como de um lugar bucólico, reforçando a visão ecológica, já que se trata de uma floresta que é constantemente relacionada com as causas ambientais, conforme será visto posteriormente:

Para Dutra, geralmente as imagens transmitidas pela televisão, quando falam sobre Amazônia, já carregam um estereótipo de lugar paradisíaco, mesmo que essa não seja a realidade.

Por exemplo, o casebre de um pescador do interior da Amazônia não será mostrado como lugar que abriga gente que trabalha e sobrevive em condições subhumanas, mas será, tanto quanto possível, produzido como um

lugar de *paz*, de *tranquilidade* e mesmo um local *romântico* (DUTRA, 2009, p. 33).

A formação da identidade tanto brasileira, quanto amazônica, está relacionada ao processo de colonização e à constante submissão a outros países: “A síntese na constituição de nossa identidade passa, portanto, pela formação de um imaginário moderno que vai permear diferentes momentos desse processo desde o século XIX” (BRITO, 2010, p. 189). Os processos de modernidade e modernização são diferentes e foram cruciais para a formação da identidade local, já que sempre se busca o sentimento de pertencimento para a construção do que significa ser de um determinado lugar:

Vemos, portanto, que modernidade e modernização são dotadas de sentidos diversos, em diferentes momentos e situações históricas. É importante sublinhar, porém, o sentido de que estes dois termos estavam impregnados -, na virada do século XIX para o século XX, e como eles tornar-se-ão imperativos no pensamento intelectual desse período, influenciando enormemente os países periféricos, como o Brasil, a apressarem o passo para se ajusta à nova ordem (BRITO, 2010, p. 193).

Diante disso, compreendemos não só as identidades, mas também os processos identitários a partir de Ennes e Marcon:

Nossa proposta é de voltar a atenção às dinâmicas ou aos processos em si mesmos e, principalmente: a) aos atores sociais e como ocorrem as demarcações da diferença entre eles; b) ao que está em disputa quando se ressalta a identidade e a diferença; c) as normas e os princípios sociais que fundamentam e regulam sua existência; e d) os contextos históricos e sociais, já que entendemos os processos identitários como relacionais e situacionais (2014, p. 294).

A cultura é essencial para a formação de identidade de uma pessoa e, conseqüentemente, para a mensagem que ela deseja manifestar sobre quem ela é através das peças e adornos que usa. Entretanto, isso não significa que as pessoas adotem apenas um conceito de cultura: ou o de “modo de vida de um povo” ou o de “supermercado global”. O que também significa que as pessoas não têm apenas uma cultura como base para a formação da sua identidade, mas várias, afinal, o sujeito pós-moderno pode possuir várias identidades:

O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas. [...] O próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos nossas identidades culturais, tornou-se provisório, variável e problemático. Esse processo produz o sujeito pós-moderno, conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade torna-se uma “celebração móvel”: formada e transformada continuamente em relação às

formas pelas quais somos interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam [...] A identidade plenamente unificada, completa segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade de desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar- ao menos temporariamente. (HALL, 2005, p. 12 -13)

Sá Martino (2010) discute a construção da identidade por meio das narrativas, histórias que contam quem é o indivíduo a partir da sua comunidade, da sua cultura e da sua nação; mesmo que seja uma pergunta sem resposta, já se sabe que toda comunicação está imbuída de significados que produzem narrativas. Ao nos apresentarmos, transformamos esses significados em histórias para nos identificarmos diante dos outros a partir do contexto em que se está inseridos. Tais narrativas produzem discursos que, por fim, criam identidades. “Identidades são características compreendidas a partir de discursos fundadores, responsáveis por definir as narrativas de um passado tornado presente, que o justifica e o legitima” (SÁ MARTINO, 2010, p. 55).

Ao estudar a questão das identidades, os conhecimentos se voltam para as relações entre as ações comunitárias abrangentes, que extrapola os aspectos cotidianos socialmente estabelecidos:

A produção social da identidade na medida em que passa pela definição das expressões orais e escritas como forma de medir a relação do ser humano com a natureza e consigo mesmo, é um dos elementos de ação política para delinear a própria construção de sentidos de uma comunidade e, de certa forma, o próprio sentido de ser uma comunidade (MARTINO, 2010, p. 101).

A identidade se tornou o objeto de pesquisa nos dias atuais principalmente por conta da sua complexidade e fluidez que caracteriza o homem moderno, diferentemente de outras épocas, em que a identidade parecia fixa e linear. Martino (2010) aponta para o processo comunicacional como o responsável pela especificidade das identidades atualmente. A comunicação, mediada por plataformas tecnológicas, produz uma banalidade dos acontecimentos, as informações circulam tão rapidamente que as tradições e as narrativas são alteradas em discursos midiáticos.

A comunicação está relacionada com a identidade, mas também com a alteridade, ou seja, a necessidade de se enxergar no outro, permitir-se e aceitar o que o outro diz, pois é isso que torna o outro quem ele é. A questão da identidade consiste em ser e estar no mundo diante de tantas alterações e modificações e ainda assim fazer parte dele, mesmo buscando se diferenciar.

Em razão de um estar no mundo cercado de informações e com as fronteiras cada vez mais diluídas, os sentimentos de pertencimento também estão em jogo. O dualismo não existe só na moda, mas também na relação de identidade com o local em face do global.

Os processos de localização social caracterizam-se, também, pela produção da diferença e do sentimento de pertencimento, de indivíduos e de grupos sociais, dando origem, em suas relações, às identificações. Essas relações são mediadas por fronteiras materiais ou simbólicas que funcionam como elementos definidores e demarcadores do eu/nós e do nós/outros. Tais fronteiras são socialmente construídas e são ressignificadas em razão das mudanças dos contextos sociais e históricos que, ora se configuram de modo centralizado e unificado, ora descentrado e fragmentado, como demonstrou Stuart Hall (2002). Se o sujeito centrado não desapareceu com o advento do sujeito descentrado, significa dizer que vivemos um movimento dialético entre concepções de identidade estáveis, fixas e sólidas, por um lado, e de identidades dinâmicas, fluídas e ambivalentes, por outro (ENNES; MACON, 2014, p. 289).

O Espaço São José Liberto não fica excluído da discussão sobre identidades e localização, afinal, é um lugar situado na região amazônica e que foi criado para carregar o simbolismo do tradicional em seus produtos, ao mesmo tempo em que precisa competir com uma economia de mercado que visa o lucro. O Espaço São José Liberto também procura valorizar os seus produtos que carregam traços de identidade da Amazônia, como forma de se diferenciar, destacar-se dos concorrentes e se posicionar tanto na lógica mercadológica quanto nas interações sociais.

Cuche (2002) recorre aos contextos de interação social não apenas para compreender os lugares sociais nos quais se localizam os atores em interação, mas também, e talvez o mais importante, para fundamentar o que denomina de estratégias identitárias. As estratégias identitárias são desenvolvidas pelos sujeitos como meio de encontrar o melhor posicionamento nas interações sociais (ENNES; MACON, 2014, p. 291).

As estratégias também fazem parte do contexto do Espaço São José Liberto não só por carregar a sua identidade, mas também por ser uma instituição que precisa adotar um posicionamento estratégico diante do ambiente inserido, ou seja, a cidade de Belém que se localiza na região amazônica.

A identidade do local, portanto, está relacionada tanto com a sua localização como com a sua história – e o que é dito sobre esse lugar por meio das narrativas, seja nas relações cotidianas, seja nas narrativas jornalísticas, por exemplo. Martino (2016) aponta que narrar, contar uma história é um ato de mostrar a sua identidade:

O ato de narrar, se por um lado é dirigido a uma exterioridade, por outro lado não pode ser separado de uma interioridade que deve apreender, anteriormente, os elementos do que será contado: em outras palavras, só posso contar uma história na medida em que aprendo e compreendo os fatos que serão transformados nos elementos fundamentais dessa história; no entanto, essa apreensão acontece exclusivamente de acordo com meus próprios modos de conhecer, que, longe de serem exclusivamente meus, são constituídos ao longo de minha vida, de meus relacionamentos, de minha trajetória dentro da sociedade (SÁ MARTINO, 2016, p. 45).

O Espaço São José Liberto, portanto, se caracteriza como um território cultural e criativo permeado por relações de sociação e trocas simbólicas. Tanto as pessoas que atuam e formam a identidade do lugar quanto os visitantes e consumidores dos produtos do Espaço fazem parte das socialidades existentes no lugar. A vida cotidiana do Espaço São José Liberto está permeada por contrastes e dualismo, tal qual a vida social em geral: em busca de pertencer ao todo, o território também quer se individualizar e se destacar como diferente.

Distinguir-se dos outros locais de compra de produtos amazônicos, sejam peças moda ou artesanatos, é uma estratégia para se posicionar dentro do campo comercial. Nesse sentido, busca-se a diferenciação por meio da estetização e valorização de produtos típicos da região, ao mesmo tempo em que se incentiva o capitalismo artístico, que agrega valor ao que é diferente. Não se trata mais apenas de vender produtos, mas também de valorizar os processos artesanais e artísticos.

O Espaço São José Liberto, então, toma para si as oportunidades de diferenciação por meio da valorização dos produtos, da cultura, do turismo e da mão-de-obra local, a fim de se destacar e se constituir enquanto portador de “capital simbólico” no cenário da região amazônica. O capital simbólico, denominado por Bourdieu (2005, p. 145) também com o nome de distinção, para ele “não é outra coisa senão o capital, qualquer que seja a sua espécie, quando percebido por um agente dotado de categorias de percepção resultantes da incorporação da estrutura da sua distribuição, quer dizer, quando conhecido e reconhecido como algo de óbvio”. O Espaço São José Liberto, portanto, agrega o capital simbólico por trazer traços de identidade amazônica principalmente em seus produtos comercializados.

O imaginário sobre a Amazônia como floresta isolada permite novas leituras sobre região, assim, o nome se torna uma marca e entender a dimensão discursiva cultural é o primeiro passo para compreender a marca Amazônia: “A imagem Amazônia está no enunciado e está na imagem, como já foi dito, oferecendo um conceito a partir de um imaginário formado pelo ‘meio-ambiente’” (AMARAL FILHO, 2010, p. 22).

3.3 A Amazônia como marca

O imaginário construído ao longo dos séculos tornou comum a ideia de floresta, meio-ambiente, proteção ambiental relacionada à Amazônia. Perceber isso tornou o espaço propício para apropriações de grandes marcas que precisam relacionar os seus produtos a atos ecológicamente corretos.

Analisar esta dimensão discursiva da marca é procurar também explicações na própria cultura. Para Boaventura Santos (2001, 51) se pensarmos a “viragem cultural na década de oitenta, com a mudança de ênfase, nas ciências sociais, dos fenômenos socioeconômicos para os fenômenos culturais”, existem perspectivas para a análise da cultura, dependendo das “dimensões normativa e cultural do processo de globalização”, ou seja, a partir da discussão de que estes fatores possam desempenhar um papel primário ou secundário com relação à economia na modernidade (AMARAL FILHO, 2010, p. 23).

Amaral Filho (2010) explica que sempre houve a valorização do diferente e do exótico que a região amazônica oferece:

Acreditamos que esse domínio da globalização cultural, além do que prognostica Boaventura, nos leva a um processo diverso de apropriação cultural e oferece o estereótipo “Amazônia”, produzido numa relação histórica de mediações diferenciadas cujas formatações contêm possibilidades do exótico, do extraordinário e do diferente sob o olhar do conquistador, do colonizador, do viajante e do capitalista. Ao longo do tempo, o estereótipo foi saindo do lugar de cultura inferior para ser trabalhado pela mídia como cenário globalizante do espaço público, que tem uma lógica baseada em pelo menos três grandes argumentos formadores: a visualidade, a tecnicidade e a espetacularização como instrumentos típicos da modernidade (AMARAL FILHO, 2010, p. 24).

Amaral Filho (2016, p. 53) discute que a marca é uma “representação simbólica de uma entidade”, portanto, o consumidor já consegue fazer referência por meio do valor agregado do produto devido à sua marca. Assim,

O consumo vai além da conduta de compra e cria sociabilidades que se estendem além do consumismo puro, como querem alguns, e se misturam aos padrões estéticos e de gosto e atinge agora relações de escolha tratadas como *consumo inteligente* até a perspectiva de um *cidadão consumidor* como uma ação predominantemente social, como diz Baudrillard (1991) e que se estrutura em uma amplitude que subverte inclusive os códigos de utilidades e necessidade para se formar uma equação constituída pela *demanda* originada na relação produção e consumo que irá marcar o jogo de influências e tendências entre forças econômicas e sociais da contemporaneidade (AMARAL FILHO, 2016, p. 54).

A Amazônia está relacionada a dois princípios que determinam a sua marca. O primeiro é a referência ao movimento ecológico, já que se liga o nome ao imaginário da floresta e à preservação ambiental e, em seguida, ao conceito de responsabilidade social:

As circunstâncias históricas determinantes neste momento, ao tomarmos a produção da *Marca Amazônia* como referência, estão, primeiro, no imperativo ecológico, orientando princípios para comportamentos a partir de ações voltadas para a proteção e conservação ambientais principalmente pela logicado *desenvolvimento sustentável* que, por sua vez, envolve todo um conhecimento produzido para este fim e procedimentos tecnológicos com a mesma amplitude. E em segundo lugar pela *responsabilidade social* que se agrega como um componente que tem andado *pari passu* com as questões ambientais na perspectiva de interação com as chamadas populações tradicionais (AMARAL FILHO, 2016, p. 55).

Como parte da Amazônia, o Espaço São José Liberto toma para si os conceitos presentes na construção da Amazônia enquanto marca: o uso de produtos de origem mineral ou vegetal e o conceito de reaproveitamento presente em materiais que são usados na produção de joias, por exemplo, encontram-se baseados nesses valores que também se tornam parte da identidade do Espaço São José Liberto com a inserção dos conceitos, como forma de torna-lo ‘genuinamente’ amazônico, mesmo sem se apropriar do nome, mas deixando-o implícito no desenvolvimento das suas atividades:

A busca por este elemento simbólico que irá dar forma ao produto e à marca, quase sempre está na fase de resolução de marketing direcionado pela propaganda e depois operacionalizado pela publicidade, na busca de uma ideia-síntese que possa representar o produto e a empresa com a tradução desta ideia em um signo unificador da imagem pretendida, um conceito e uma identidade que são levados para um apelo ou um conjunto de apelos visuais para identificar a partir de agora o produto, serviço ou conjunto de produtos e serviços, as mercadorias oferecidas pela empresa (AMARAL FILHO, 2016, p. 56).

Além de se apropriar da Amazônia como uma marca, observamos no ESJL a experiência estética de Paes Loureiro, com a exaltação das belezas naturais da região. Segundo o autor, a cultura urbana está concentrada nas capitais e cidades dos estados da região e outras de médio porte, enquanto a cultura urbana “reflete de forma predominante a relação do homem com a natureza e se apresenta imersa numa atmosfera em que o imaginário privilegia o sentido estético dessa realidade cultural” (PAES LOUREIRO, 1995, p. 65).

É interessante observar que Paes Loureiro inclui na sua discussão o traço urbano, considerando a existência de grandes centros como parte da Amazônia, mas que não está à parte da cultura rural. As culturas desses dois espaços não estão limitadas a eles: elas se

misturam e “interpenetram-se mutuamente, embora as motivações criadoras de cada qual sejam relativamente distintas” (PAES LOUREIRO, 1995, p. 65). Percebemos assim, que nas produções desse Espaço, os artesãos misturam elementos que vão do urbano ao rural, do moderno ao tradicional, das riquezas naturais que evocam o imaginário mítico amazônico.

A cultura amazônica é expressa por um imaginário unificador “refletido nos mitos, na expressão artística propriamente dita e na visibilidade que caracteriza suas produções de caráter utilitário” (PAES LOUREIRO, 1995, p. 66). Continua o autor afirmando que há uma maneira peculiar e única de olhar a região, que desperta o interesse dos estrangeiros e que torna a Amazônia “uma extensão ilimitada às instigações do imaginário” (PAES LOUREIRO, 1995, p. 69).

A Amazônia possui uma aura de ‘bem único’, algo original em tempos de reprodução massiva. Por ‘aura’, Paes Loureiro referencia Walter Benjamin, para quem a reprodução das obras da arte em massa que fez com que elas perdessem a sua autenticidade e originalidade, pois podiam ser encontradas facilmente em qualquer meio de comunicação de massa que as reproduzisse. “A cultura amazônica talvez represente, neste final de século, uma das mais raras permanências dessa atmosfera espiritual em que o estético, resultante de uma singular relação entre o homem e a natureza se reflete e ilumina a cultura” (PAES LOUREIRO, 1995, p. 73).

Para o pesquisador, a função estética isola e universaliza. Estética como realidade geradora, relações dos indivíduos como seres sociais, ou seja, o homem vai adequar o bom senso estético a partir de sua cultura. “Para compreender-se a Amazônia e a experiência humana nela acumulada, seu humanismo, deve-se, portanto, levar em conta seu imaginário social” (PAES LOUREIRO, 1995, p. 94).

A construção da imagem do Espaço São José Liberto passou por uma reestruturação desde a sua inauguração, em 2002. Além de retirar o estigma de presídio, também se fez necessário construir uma nova representação social do espaço dentro da cidade. As representações sociais são crenças, explicações ou ideias que, em conjunto, permitem evocar um acontecimento:

As sociedades se despedaçam se houver apenas poder e interesses diversos que unam as pessoas, se não houver uma soma de ideias e valores em que elas acreditam, que possa uni-las através de uma paixão comum que é transmitida de uma geração para outra (MOSCOVICI, 2015, p. 173).

Tais representações são frutos da interação social comum de determinados grupos durante a conduta dos indivíduos nas ações cotidianas: “a realidade de uma sociedade

depende em parte do existe em sua representação de si mesma” (KILAKOWSKI apud MOSCOVICI, 2015, p. 173). Busca-se, portanto, a compreensão do sentido visado na atividade social, sendo que o sentido de algo varia de pessoa por pessoa, mas encontra-se em comum em uma intersubjetividade. Para compreender melhor a representação do Espaço São José Liberto, é preciso considerar o lugar com os seus significados, enquanto prédio físico e prédio simbólico, afinal, a história também é importante na formação do que representa o local.

3.4 Lugar e espaço

“Espaço” é um termo abstrato para um conjunto complexo de ideias” (TUAN, 1983, p. 39). O Convento São José não é o mesmo do século XVIII, tampouco o Presídio São José é o mesmo Espaço São José Liberto. O local físico sofreu alterações ao longo do tempo; por mais que ainda existam resquícios da construção original, todas essas mudanças estruturais acarretam mudanças de sentido. Notam-se as mudanças de nome: de convento para presídio, de presídio para espaço “Liberto”, contrário à toda imagem de privação de liberdade existente quando no local funcionava um presídio.

As mudanças do Espaço estão salvas em memórias coletivas, principalmente, os momentos mais recentes, quando o local deixou de ser presídio e passou a abrigar o Espaço São José Liberto. O exercício de imaginação pode ser feito a partir da leitura de Gaston Bachelard (1993) que trabalha com as imagens a partir de diferentes espaços, por meio dos quais é possível chegar a uma fenomenologia da imaginação.

É preciso compreender que as imagens representam o que são porque fazem parte de uma consciência coletiva, cujo entendimento é fenomenológico: “Só a fenomenologia — isto é, o levar em conta a partida da imagem numa consciência individual — pode ajudar-nos a restituir a subjetividade das imagens e a medir a amplitude, a força, o sentido da transubjetividade da imagem” (BACHELARD, 1993, p. 185).

Bachelard (1993) se afasta da racionalidade e trabalha com a imaginação e a poética, categorias, portanto, subjetivas e mais voltadas à fenomenologia. A obra de Bachelard inspira a estudar os fenômenos na sua essência. Os estudos do autor em *A poética do espaço* voltam-se para espaços íntimos, da casa e das memórias relacionadas a esse lugar como o primeiro mundo do homem.

Mas também é possível fazer um exercício de imaginação e compreender, a partir dessas reflexões, o significado do Espaço São José Liberto enquanto lugar. Nessa

compreensão alguns aspectos importantes foram observados: primeiro, a ressignificação dada ao ESJL, baseada em interesses comerciais, passando o Espaço a ser um ponto turístico, sendo também, ao mesmo tempo, lugar de comercialização de produtos e bens simbólicos que tomam como referência a matéria-prima da Amazônia, como artesanato, roupas, joias e outros, que recebem elementos amazônicos que dão significado às peças e, principalmente, diferenciam-nas de outros produtos vendidos no mercado.

Observamos duas características importantes e centrais ao relacionar o ESJL, o encontro entre as noções de “espaço” e “lugar”. O Espaço São José Liberto, enquanto prédio físico, passou por diversas mudanças de função ao longo dos anos, portanto, é preciso diferenciar os dois termos. Com base na Geografia, define-se lugar como “produto da experiência pessoal vivida, permeado de dimensões simbólicas, culturais, políticas e sociais, só adquire uma identidade e significado através das intenções humanas atribuídas a ele” (MOREIRA; HESPANHOL, 2014, p. 51). Para alguns autores, o lugar é uma construção social:

Tudo que existe num lugar está em relação com os outros elementos desse lugar. O que define o lugar é exatamente uma teia de objetos e ações com causa e efeito, que forma um contexto e atinge todas as variáveis já existentes, internas; e as novas, que se vão internalizar (SANTOS, 1994, p. 97).

O lugar não é apenas um ponto estatístico no mapa, mas uma teia de relações formadas pela percepção, pela experiência e pelos valores. Para Tuan (1983), o lugar é marcado por três palavras-chave: percepção, experiência e valores. Tuan aponta que a percepção, assim como a sensação e a concepção, forma a experiência: “*Percepção* é tanto a resposta dos sentidos aos estímulos externos, como a atividade proposital, na qual certos fenômenos são claramente registrados, enquanto outros retrocedem para a sombra ou são bloqueados” (TUAN, 2012, p. 4).

Quanto à experiência, Tuan (1983, p. 10) aponta que ela é “voltada para o mundo exterior”. Para ele, a experiência tem uma “conotação de passividade” e sintetiza que “a experiência implica a capacidade de aprender a partir da própria vivência”. Moreira e Hespanhol (2014) destacam que:

Os lugares guardam e são núcleos de valor, por isso eles podem ser totalmente apreendidos através de uma experiência total englobando relações íntimas, próprias (insider) e relações externas (outsider). (MOREIRA; HESPANHOL, 2014, p. 51).

Tuan aponta que o espaço pode se tornar lugar, ao passo que se atribuem a ele valores e significados, principalmente ligações afetivas. O lugar precisa ser experienciado para ser entendido e a experiência de lugar está quase sempre relacionada com a experiência de tempo: “A experiência de espaço e tempo é principalmente subconsciente. Temos um sentido de espaço porque podemos nos mover e de tempo porque, como seres biológicos, passamos fases recorrentes de tensão e calma” (TUAN, 1983, p. 132).

O autor teoriza sobre pensar e sentir o espaço, portanto, ele considera as experiências humanas vividas no ambiente. Ele aponta para uma relação dual entre o homem e o lugar, em uma constituição humana – e o significado das ações do homem conduzem essa ligação, na medida em que existe variação da experiência com o espaço, pois se consideram nuances históricas, sociais e culturais.

As atividades cotidianas do Espaço São José Liberto transformam a experiência de quem trabalha no lugar ou mesmo de quem visita e tem a oportunidade de estar em um ambiente que foi cenário de diversas histórias, podendo experienciar estar em um ambiente que já foi um presídio, por exemplo. “O espaço transforma-se em lugar à medida que adquire definição e significado” (TUAN, 1983, p. 151).

A história recente do Espaço São José ainda faz parte da memória e do imaginário local, principalmente, por parte de pessoas mais velhas que se referem ao local como “antigo presídio”. A afirmação vem sempre acompanhada de histórias de violência e morte que ocorreram quando o prédio funcionava como cadeia pública. Ou seja, as experiências das pessoas com o local ainda estão ligadas ao imaginário negativo do prédio da época que funcionou como presídio.

A mudança de função do prédio acarretou também mudanças de significados e das experiências cotidianas, conseqüentemente, as relações de socição e socialidades dentro do Espaço São José Liberto são outras, realizadas por outras pessoas, como visitantes, mas principalmente por pessoas cujo Espaço é parte do cotidiano: “A vida diária na sociedade moderna requer que estejamos conscientes do espaço e do tempo como dimensões separadas e como medidas transponíveis da mesma experiência” (TUAN, 1983, p. 133).

O Espaço São José Liberto, na busca pela distinção, trabalha com a valorização do capital cultural amazônico por meio dos seus produtos, sejam gemas e joias, sejam itens de artesanato e moda porque todos são constituídos de história e valores simbólicos. Na formação do discurso oficial, a gerência do Espaço está preocupada em exaltar a liberdade oposta à clausura que existia outrora, quando ainda era presídio. Aliás, mais uma vez, a memória do presídio é recorrente entre mais velhos: toda vez que eu me referia ao São José

Liberto como meu local de trabalho ou para onde eu estava indo, eu recebia a pergunta ‘ah, o antigo presídio, né?’. Alguns entusiastas tinham histórias para contar sobre a época de cadeia, as histórias de violência entre os presos ou mesmo um comentário sobre a última rebelião, em 1998.

A Direção Executiva do Espaço define o ESJL como um “lugar intersetorial de criatividade e liberdade, onde o desenvolvimento econômico tem como elemento propulsor a cultura, o turismo e o design”, de acordo com o *release* oficial sobre o Espaço São José.

“Território criativo” também é a definição do lugar que gera emprego e renda a partir do setor de joalheria, artesanato e moda (vestuário e acessórios), segmentos comerciais do ESJL. As atividades desenvolvidas também formam uma cadeia que envolve ourives, cravadores, lapidários, designers, artesãos, costureiras, sapateiras, modelistas, novos criadores, estudantes, empreendedores de bolsa, micro e pequenos empresários, produtores de bolsas e acessórios, fotógrafos, joalheiros e colecionadores de joias antigas.

Apesar de o primeiro objetivo ter sido o fortalecimento do setor joalheiro, com o Programa Polo Joalheiro, hoje, o Espaço também abriga diversos outros setores, mas sempre enfatizando a economia criativa e o produto autoral, cujos processos são desenvolvidos em etapas que valorizam o trabalho manual dos artesãos.

Todo o processo é voltado para a superação da história de privação de liberdade e violência que vigorou no Espaço durante a maior parte do tempo que o prédio existe. Há uma tentativa de “apagamento da memória” por parte do discurso oficial que procura enfatizar as atividades desenvolvidas atualmente no Espaço, restringindo a história do presídio à Cela Cinzeiro (Memorial), cela solitária que foi transformada em um pequeno museu com memórias da cadeia, incluindo duas fotos grandes e exposição permanente de itens usados por detentos, como colheres, facas, pás para tentar fugir e instrumentos de tortura usados entre eles.

Lugar de geração de trabalho e renda e de revelação de novos talentos individuais transformou neste curto espaço de tempo as “*memória do sofrimento*” abrigado entre as paredes de pedra em “*memórias da criação artística amazônica e desenvolvimento humano*”, com a inclusão sócio produtiva de ourives, cravadores, lapidários, artesãos, empreendedores de setores e segmentos diversificados a saber: cultura alimentar paraense, designers, costureiras, modelistas, sapateiras, novos criadores, estudantes de design, empreendedores individuais, micro e pequenos empresários, produtores de bolsa, autores de literatura paraense, músicos paraenses, promotores de eventos, fotógrafos, produtores de chocolates, joalheiros, colecionadores de joias antigas. Com o seu funcionamento cria um novo luxo cultural “*feito à mão*” calçado no design: joias artesanais e industriais,

artesanato e moda autoral que comunicam a diversidade cultural da Amazônia paraense (trecho do *release* oficial do Espaço).

A transformação do Presídio São José em Espaço São José Liberto obedeceu a uma lógica de desenvolvimento político do Governo do Pará, no começo dos anos 2000, que estava em busca da revitalização de ambientes da cidade de Belém para que pudessem ser transformados em pontos turísticos, mas principalmente em ambientes que pudessem ser frequentados por um público específico, a classe alta, com poder aquisitivo suficiente para a compra de produtos, como as joias a serem produzidas pelo Programa Polo Joalheiro.

Quando o prédio mudou de função, ou seja, quando foi escolhido para ser o principal ponto físico do Polo Joalheiro do Pará, houve um discurso por parte do governo estadual que enfatizava o caráter libertador do lugar, oposto ao estigma que existia anteriormente quando era presídio:

Por sua vez, os discursos oficiais procuram enfatizar que a “revitalização” deste espaço apresentou um caráter “libertário” das formas e dos conteúdos do lugar em relação aos usos e significados anteriores, que reforçavam a idéia de “prisão”. Destarte, segundo tal discurso, o território da clausura e da morbidez cederia lugar a um novo cenário marcado pelo enaltecimento da “libertação” do lugar, antes configurado como palco das agruras do passado e que nos dias atuais refletiria um ambiente de “vitalidade” e “renascença” (RODRIGUES, 2009, p. 11).

Rodrigues também explica que as mudanças da cidade, a partir de estratégias políticas, refletem o poder das novas forças econômicas no território da cidade de Belém:

Essas novas dinâmicas urbanas, baseadas em estratégias de gestão e reapropriação de espaço promoveram São José Liberto à condição de espaço composto de múltiplas funcionalidades, a saber, o de Centro Cultural, espaço de lazer, espaço de atividades comerciais e de serviços, com vias a atender demandas diferenciadas de grupos sociais. Assim sendo, o respectivo fragmento de espaço revela em suas paisagens socialmente construídas, a atuação de uma estratégia de reestruturação produtiva, segundo a qual, o remodelamento é condição para a consolidação das novas forças econômicas no âmbito do espaço metropolitano (RODRIGUES, 2009, p. 11).

Assim, o discurso oficial proferido para a imprensa, principalmente, é uma das estratégias usadas para apagar a memória de presídio, já que essa lembrança remete à violência e sofrimento, marcas que o Governo do Pará procura apagar, como forma de enaltecer as suas políticas públicas. Entretanto, as memórias sobre o presídio ainda se fazem presentes no cotidiano dos moradores da cidade e visitantes que comentam sobre o assunto.

O prédio abrigou diversas funções e cada função deixou marcas simbólicas. Recentemente, nenhuma é mais significativa do que o Presídio São José, provavelmente por ser a mais recente. As memórias sobre esse pedaço da história tentam ser apagadas ou, ao menos, minimizadas pela comunicação oficial do Espaço São José Liberto. O discurso é produzido em prol da representação amazônica de prosperidade, devido à dinâmica das atividades desenvolvidas que visam a incentivar o desenvolvimento da cadeia produtiva do setor de gemologia, ourivesaria, design e vestuário.

Após esse apanhado teórico, é possível dizer que elaboramos em torno de uma noção sobre o imaginário, a formação do pensamento sobre o que é a Amazônia, a formação da marca “Amazônia” e a diferenciação entre “espaço” e “lugar”, para que possamos compreender o reflexo sobre as percepções de visitantes e produtores sobre o Espaço São José Liberto, conforme serão apresentadas nos resultados obtidos para esta pesquisa.

4 TECENDO A PESQUISA

Ao tecer os procedimentos metodológicos da presente pesquisa, recorreremos a um conjunto de métodos que possibilitasse diferentes aproximações e maior compreensão, conforme as perguntas e o objeto escolhido, com ajustes e um desenho mais específico sobre a pesquisa. Consideramos assim, que este momento constitui aquilo que chama Braga (2016, p. 77) de espaço das interações de aprendizagem, “e, portanto, não apenas como lugar de experiências pedagógicas; mas também como lugar de escolha para pensar a comunicação, assim como de abordagens heurísticas para a produção de seu conhecimento”.

4.1 O encontro com as técnicas

Ao pensarmos sobre a reflexão entre método e teoria, somos levados a compreender que:

Uma teoria não é o conhecimento, ela permite o conhecimento. Uma teoria não é uma chegada, é a possibilidade de uma partida. Uma teoria não é uma solução, é a possibilidade de tratar um problema. Uma teoria só cumpre seu papel cognitivo, só adquire vida, com o pleno emprego da atividade mental do sujeito. E é essa intervenção do sujeito o que confere ao termo método seu papel indispensável (MORIN; CIURANA; MOTTA, 2009, p. 24).

É importante lembrar o que nos diz Valdemarin (2010, p. 62), “a definição de um foco de abordagem e o estabelecimento de fontes documentais pertinentes vão sendo modificados durante a elaboração, entrecruzados com novas possibilidades interpretativas nascidas das interfaces temáticas”.

Na produção da pesquisa, em específico no campo da comunicação, percorremos uma trilha, de forma diferenciada, mas com perspectivas que se assemelham aos três níveis abordados por Braga (2016): o tático, que abrange as pesquisas específicas; o teórico-metodológico, das posições assumidas sobre a teoria e a pesquisa; e o “epistemológico, das visadas programáticas e dos sistemas de pensamento”.

Ao fazer pesquisa, estamos envolvidos com a especificidade de nossos objetos, com um problema que nós mesmos construímos a partir de nossa curiosidade sobre as coisas, acionando as teorias a que estamos mais habituados e táticas de abordagem solicitadas por nossos objetos e questões (BRAGA, 2016, p. 78).

Ao relacionar os três níveis tático, teórico-metodológico e epistemológico, o autor busca compreender a forma como nos posicionamos ou construímos nossos objetos de pesquisa. Ou seja, no nível tático, debruçamo-nos na “abordagem material, do exercício de técnicas de observação e obtenção de dados, ou da investigação experimental”. Aqui, o pesquisador deverá fazer a tomada de decisões de ordem prática “para construir encaminhamentos desde a construção do problema até a obtenção de dados e indicadores, e a produção dos resultados finais” (BRAGA, 2016, p. 80).

O segundo nível, segundo Braga (2016, p. 80), representa as posições assumidas sobre teorias e pesquisa. Neste momento, o pesquisador recorrerá às “estratégias de conhecimento para a área; os tipos de conhecimento que se pretende produzir com o concurso de pesquisas empíricas, reflexão teórica, produção de conjecturas e de teorias de um campo”.

No nível epistemológico, estão as reflexões sobre o conhecimento produzido, ou seja,

sobre seus fundamentos e – indo desses conhecimentos para os processos que levaram a seu desenvolvimento – a necessidade de perceber e rever criticamente as lógicas e os critérios que o sustentam e direcionam. Nesse nível, encontramos ainda, é claro, perspectivas teóricas – reflexões críticas sobre teorias do campo, metas para o conhecimento, perspectivas ontológicas. É o nível das visadas programáticas e dos sistemas de pensamento (BRAGA, 2016, p. 80).

Assim, a partir da compreensão de Braga tecemos nossa pesquisa, demonstramos os procedimentos metodológicos, a descrição e as impressões sobre a rotina do ambiente da pesquisa realizada, bem como o primeiro contato com os indivíduos dentro do Espaço São José Liberto. Nessa construção, alguns filtros e escolhas foram realizados com a finalidade de refinar o objeto de pesquisa e a experiência comunicativa das pessoas com o ESJL, entre eles:

- a) pesquisa de observação, com visitas iniciais ao prédio físico do ESJL;
- b) conversa com os dirigentes do ESJL;
- c) escolha dos produtores que trabalham no ESJL;
- d) escolha dos designers que desenham para o ESJL;
- e) escolha das pessoas que visitam ou compram no ESJL;
- f) por fim, a entrevista com todas as pessoas selecionadas.

Conforme abordamos ao iniciar esta seção, a escolha dos métodos para alcançar os objetivos de uma pesquisa em comunicação é complexo, considerando que a área não possui metodologias próprias, quase sempre são as técnicas de outros campos que estruturam a compreensão e são tomadas como análises em comunicação. Em Ciências Sociais, as questões não se reduzem ou se limitam apenas a quantidades ou números, mas principalmente à

interpretação de dados, a partir das respostas coletadas para que se possa ter uma compreensão maior sobre o que está sendo pesquisado:

significados, motivações, valores e crenças e estes não podem ser simplesmente reduzidos às questões quantitativas, pois que, respondem a noções muito particulares. Entretanto, os dados quantitativos e os qualitativos acabam se complementando dentro de uma pesquisa (BONI; QUARESMA, 2005, p. 70).

Na compreensão das experiências comunicativas das pessoas – produtores, designer ou visitantes – com o Espaço São José Liberto, adotamos, inicialmente a pesquisa de observação participante no acompanhamento da rotina do Espaço e a relação das pessoas com esse ambiente.

A pesquisa de observação participante tem uma inspiração etnográfica, ou seja, faz parte da compreensão do objeto de pesquisa e das experiências comunicativas das pessoas, pois sentimos necessidade de acompanhar o cotidiano e a rotina do local, para entender a relação entre pessoas e espaço. Como cotidiano, recorremos a Michel de Certeau (1994, p. 142), ao considerar que toda atividade humana pode ser cultura, mas não necessariamente é, ou, não é forçosamente reconhecida como tal, pois “para que haja cultura, não basta ser autor das práticas sociais; é preciso que essas práticas sociais tenham significado para aquele que as realiza”. Como bem diz o autor:

A presença e a circulação de uma representação (ensinada como o código da promoção sócio-econômica por pregadores, por educadores ou por vulgarizadores) não indicam de modo algum o que ela é para seus usuários (aqui, especificamente pensamos em como as pessoas percebem o Espaço São José Liberto). É ainda necessário analisar a sua manipulação pelos praticantes que não a fabricam. Só então é que se pode apreciar a diferença e a semelhança entre a produção da imagem e a produção secundária que se esconde nos processos de sua utilização (CERTEAU, 1994, p. 40).

A etnografia funciona como método para coletar informações por meio da observação e conversas informais. Para se obter resultados mais precisos, essa pesquisa associou esse método com a observação-participante, um método que “consiste na inserção do pesquisador no ambiente natural da ocorrência do fenômeno e de sua interação com a situação investigada” (PERUZZO, 2005, p. 125). As consequências da pesquisa participante são a presença do pesquisador no universo a ser investigado e a participação nas atividades do universo em observação.

Travancas (2010) aponta para o desafio da adoção do método antropológico de observação, que leva o pesquisador a desenvolver a habilidade de entendimento do outro, isto

é, “não é preciso que o antropólogo tenha uma constituição psíquica especial que possa levá-lo a algo como ‘estar na pele do outro’, mas desenvolver uma capacidade, habilidade ou mesmo aptidão que possibilite essa compreensão do outro (TRAVANCAS, 2010, p. 2).

Outra dificuldade, ainda segundo a autora, se refere a manter o distanciamento e a proximidade necessários para a realização da pesquisa:

Nunca se alcançará o estranhamento absoluto, nem tão pouco a familiaridade plena. É acompanhando o movimento desse pêndulo que vive o antropólogo. E corre o risco de não se sentir familiar ou próximo de sociedade alguma por, de tal forma, introjetar essa perspectiva subjetiva (TRAVANCAS, 2010, p. 4).

Peruzzo (2005) relata o sentido da observação-participante como uma metodologia usada na área da Comunicação, ao descrever interpretativamente locais cotidianos relacionados à comunicação como mídia, como redações de jornal, entre outros. Ela aponta duas motivações para o uso deste método:

(a) Realização de uma pesquisa inovadora de caráter qualitativo que permitisse atingir elevado grau de profundidade. Portanto, trata-se de uma posição advinda de todo um debate que se trava no campo da epistemologia da ciência [...]; (b) Preocupa-se em dar um passo adiante em relação aos estudos críticos – do tipo pesquisa – denúncia – dos meios de comunicação que já não satisfazem mais uma ala dos pesquisadores. Ou seja, propõe-se ir além da constatação crítica sobre manipulações da mídia e seu poder de influência, cujos estudos se ancoram nos referenciais teóricos da teoria crítica de tradição frankfurtiana, e, ao mesmo tempo, contribuir para o avanço da pesquisa em comunicação e para a transformação social (PERUZZO, 2005, p. 130).

O diferencial deste trabalho é que a observação não se dá em um ambiente midiático, mas em um local ressignificado, tanto por meio de mudanças da função do prédio, ainda permeado por memórias de um passado recente, relacionado à violência, quanto pela construção simbólica de um espaço de referência de matérias-primas da Amazônia, com o comércio de joias, cultura e turismo. Além disso, trata-se da compreensão da comunicação como experiência cotidiana.

Mas, ainda assim, emprestamos a compreensão de Peruzzo (2005, p. 131) sobre as finalidades da pesquisa participante na área da Comunicação, três, de acordo com a autora: observar as experiências de comunicação relacionadas ao desenvolvimento social; produzir estudos de recepções além dos padrões que já existem; e contribuir, com os resultados, para o benefício do grupo em questão.

A escolha da observação participante foi proveniente da necessidade de acompanhar o cotidiano das pessoas que ‘viverem’ aquele espaço para compreender as relações de socialidades que estão presentes no Espaço São José Liberto. É importante destacar que parte da execução dessa metodologia foi possível porque exerço funções na assessoria de comunicação do Espaço São José Liberto. Tal função me permitiu acompanhar e observar de perto o modo de trabalho desenvolvido no Espaço, desde a preparação para o lançamento de novos produtos, realização de eventos até e principalmente ter contato direto com visitantes, produtores e designers pessoas importantes na execução da pesquisa.

Na conciliação desse método, realizamos também entrevista semi-estruturada, pois compreendemos que esta técnica representa, de acordo com Boni e Quaresma (2005, p. 75), “combinações de perguntas abertas, cujas respostas são livres, e fechadas, em que as respostas geram dados quantitativos”.

4.2 *Corpus de análise*

Como recorte da pesquisa, selecionamos, aleatoriamente, 10 (dez) pessoas, entre visitantes e turistas, e 08 (oito) profissionais que atuam no Espaço São José Liberto.

O método entrevista foi selecionado considerando alguns aspectos essenciais de sua coleta, entre eles, o ato de perceber o pesquisado, conforme aponta Richardson:

O termo entrevista é construído a partir de duas palavras, entre e vista. Vista refere-se ao ato de ver, ter preocupação com algo. Entre indica a relação de lugar ou estado no espaço que separa duas pessoas ou coisas. Portanto, o termo entrevista refere-se ao ato de perceber realizado entre duas pessoas (RICHARDSON, 1999, p. 207).

A entrevista é um método que objetiva recolher dados descritivos na linguagem da própria pessoa pesquisada, possibilitando ao pesquisador compreender como os indivíduos interpretam aspectos do mundo, ou então, nesta pesquisa, compreender as experiências comunicativas deles com o Espaço São José Liberto. Especificamente, com relação à entrevista semi-estruturada, método por nós selecionado, afirma Triviños (1987, p. 152) que ela “[...] favorece não só a descrição dos fenômenos sociais, mas também sua explicação e a compreensão de sua totalidade [...]” além de manter a presença consciente e atuante do pesquisador no processo de coleta de informações”.

Assim, dividimos a entrevista semi-estruturada em perguntas fechadas e abertas. As perguntas fechadas permitiram delimitar, com relação aos visitantes, o perfil dos entrevistados

por meio de dados quantitativos, como idade, sexo, frequência das visitas ao local; em relação aos produtores e designers, o tempo de trabalho e as funções exercidas. Já as perguntas abertas proporcionaram liberdade nas respostas, de forma espontânea, sem interferência.

No filtro de escolha dos designers e produtores que atuam no Espaço São José Liberto, minha função como assessora de comunicação proporcionou dois momentos importantes distintos: a observação enquanto profissional e a observação enquanto pesquisadora, pois o primeiro estabeleceu um contato antecipado com os trabalhadores, quando das organizações das oficinas de trabalho. Lembramos que o ato de pesquisar traz em si a necessidade do diálogo com a realidade, um diálogo dotado de crítica. Os pesquisados estavam cientes do papel de pesquisadora no momento da entrevista, pois isso foi enfatizado no começo de cada conversa.

As entrevistas passaram por um processo de transcrição, uma das fases da pesquisa com entrevista que consistiu na elaboração do roteiro e aplicação do questionário. O momento da transcrição é importante, pois:

Apesar de o objetivo da transcrição ser transpor as informações orais em informações escritas, nesse processo, ocorre um segundo momento de escuta, no qual podem permear impressões e hipóteses que afloram intuitivamente durante o ato de escutar e transcrever. Essas impressões e hipóteses podem ser anotadas para depois serem investigadas pelo pesquisador. Esses apontamentos, na maioria das vezes, são muito válidos para a interpretação dos dados (MANZINI, [20--], p. 4).

Em seguida, é feita a interpretação a partir das observações realizadas no Espaço São José Liberto e das respostas obtidas por meio dos questionários aplicados aos visitantes e aos profissionais que atuam no Espaço São José Liberto.

A pesquisa estava prevista para durar entre os meses de maio e novembro de 2017, porém, sentiu-se a necessidade de estender o prazo até janeiro de 2018, com a finalidade de acompanhar e observar o movimento do Espaço e os eventos durante o período de fim de um ano (2017) e começo de outro (2018), bem como coletar mais e novas informações com os pesquisados.

4.3 Descrição do Espaço São José Liberto e o percurso dos visitantes

Aqui, trazemos uma descrição detalhada do Espaço São José Liberto, bem como, descrevemos o caminho normalmente realizado pelos visitantes, considerando o percurso que eles costumam fazer quando visitam o prédio do Espaço São José Liberto, conforme foi notado durante a realização da etapa de observação da pesquisa.

4.3.1 Primeiras impressões

O prédio do Espaço São José Liberto está localizado em frente à praça Amazonas, uma das mais antigas de Belém, na confluência entre os bairros da Campina, Cidade Velha e do Jurunas, região periférica da capital paraense. O prédio é composto dos seguintes ambientes: Capela São José, Museu de Gemas do Pará, Jardim da Liberdade, Cella Memorial Cinzeiro, seis lojas de joias, duas ilhas de ourivesaria, Loja Una, Anfiteatro Coliseu das Artes, Espaço Moda, Casa do Artesão e uma lanchonete. O segundo andar do prédio é reservado para a administração.

Reforçamos a compreensão do espaço como categoria construída dentro de uma cultura específica e de um contexto histórico determinado. Ou seja, conforme aponta Moraes (1988, p. 21), “a necessidade de não diferenciar o produtor, o produzido e o contexto de sua produção”.

Figura 1 - Localização do Espaço São José Liberto



Fonte: GOOGLE MAPS, [201-].

Nosso percurso da pesquisa de observação teve início em maio de 2017, com análise do caminho percorrido pelos visitantes ao entrar no prédio do Espaço São José Liberto. Observamos que, normalmente, as pessoas que visitam o prédio são turistas e não conhecem o lugar, iniciando seu percurso pela porta de acesso perto da Capela, considerada a entrada principal, uma vez que é possível ter um panorama da fachada da frente do prédio. Essa entrada é próxima da parada de ônibus, portanto, o caminho de acesso para quem vem de transporte público. Também é o caminho indicado por motoristas de táxi ou particulares, em

virtude da porta de entrada. Do mesmo modo, as pessoas em excursão fazem o mesmo percurso.

Ao entrar pela porta principal, o visitante se depara com quadros explicativos sobre a história do Espaço São José Liberto. São informações iniciais sobre a data da construção, a função do prédio como presídio e, por fim, a transformação em ponto turístico e de lazer pelo governo estadual entre os anos de 1998 e 2002.

À direita da entrada encontra-se a Capela São José (Figura 2). O prédio data o século XVIII e originalmente foi feito em pedra, seixo, areia e óleo de gurijuba. Apenas a Capela possui traços dessa construção inicial. No canto direito, ao lado da entrada, está a imagem de São José, padroeiro do Espaço e dos artesões. A Capela possui uma escada lateral que se destina a um piso superior, um altar-mor, com a figura de Cristo na cruz, bem como há uma porta que dá acesso à área administrativa do prédio. Esse é o primeiro ponto de parada dos visitantes, onde eles observam a construção e aproveitam para fazer as primeiras fotos dentro do Espaço.

Figura 2 - Capela São José (esq.) e imagem de São José (dir.)



Fonte: Marília Jardim de Figueiredo, acervo pessoal, 2017.

Observamos que, comumente, na última sexta-feira de cada mês, é realizada uma missa na Capela São José aberta ao público em geral. A Capela está subordinada à Paróquia

de Nossa Senhora da Conceição, por isso existe presença da comunidade católica da igreja nos dias de missa, bem como a visita de alguns moradores do entorno, que vão ao Espaço São José Liberto apenas nesta ocasião. Em dezembro, é celebrada uma missa especial de Natal, no dia 24, ou seja, antes da última sexta-feira do mês. Em outras ocasiões, como o dia das mães e o Círio de Nazaré³, a missa é realizada no Anfiteatro Coliseu das Artes, por reunir um número maior de participantes.

A Capela também é um ponto de oração dos funcionários do Espaço – tanto ao chegar quanto ao sair, entram na Capela para um breve momento de oração, ficando em silêncio por alguns minutos e fazendo o “sinal da cruz” ao terminar. Alguns fazem isso esporadicamente, mas observamos que pelo menos três funcionários repetem esse ritual todos os dias, ao iniciar e finalizar o expediente.

A Capela também recebe eventos como apresentações musicais, de canto lírico e, em outubro, recebe a exposição de imagens sacras produzidas por um grupo de artesãs chamado “EntreSantos”, evento que atrai um número considerável de pessoas ao Espaço São José Liberto.

Para os visitantes, o ambiente é visto com surpresa. Observamos que quase sempre fazem comentários sobre as paredes de pedra, remetendo à construção original do prédio.

Voltando pelo hall de entrada, logo em seguida, os visitantes seguem em direção ao Museu de Gemas. Na entrada do Museu, está exposta uma pedra de quartzo hialino, local em que as pessoas costumam efetuar várias fotografias, considerando o tamanho da pedra exposta (Figura 3). O Museu de Gemas é administrado pela Secretaria do Estado de Cultura (Secult) e faz parte do Sistema Integrado de Museus (SIM).

³ Círio de Nazaré, festa religiosa tradicional da cidade. Ao todo, são realizadas doze romarias oficiais, sendo que a principal procissão ocorre todo segundo domingo do mês de outubro, quando a imagem peregrina de Nossa Senhora de Nazaré, padroeira dos paraenses, é conduzida da Igreja da Sé, a primeira da cidade, até a Basílica Santuário de Nossa Senhora de Nazaré. A procissão de 3,6km demora de quatro a seis horas para encerrar, devido ao número de devotos e homenagens ao longo das principais ruas de Belém.

Figura 3 - Quartzo Hialino que indica a entrada do Museu de Gemas



Fonte: Marília Jardim de Figueiredo, acervo pessoal, 2018.

Dividido em cinco salas, o Museu possui um acervo gemológico que conta a história mineral do Pará. Nele, é possível encontrar cerâmicas marajoaras e tapajônicas, esmeraldas, quartzos, turmalinas, diamantes, ouro, joias antigas e as peças da primeira coleção de joias produzidas por designers ligados ao Programa Polo Joalheiro.

Após a visita ao Museu, os visitantes seguem em direção ao Jardim da Liberdade, (Figura 4). Normalmente, aqui, os visitantes também aproveitam para fazer fotos. O Jardim é uma construção gemológica com pedras de quartzo trazidas de várias regiões do interior do estado do Pará. O Jardim da Liberdade possui um significado referente a purificar o ambiente e renovar as energias negativas que são resquícios da violência que marcou o lugar na época em que o prédio era presídio. Nas nossas visitas de observações, ouvimos das pessoas algumas histórias, entre elas, que quando foram colocar o maior quartzo no Jardim, ele se rompeu em virtude das energias negativas existente no ambiente pós-presídio. Segundo os místicos, o uso de quartzos purifica o ambiente.

Figura 4 - Jardim da Liberdade



Fonte: Marília Jardim de Figueiredo, acervo pessoal, 2017.

De acordo com Zein (2006), a construção do Jardim da Liberdade ressignificou o prédio São José Liberto.

O tratamento paisagístico concentrou-se no pátio histórico; buscou enfatizar o novo caráter atribuído ao edifício – a celebração das pedras semipreciosas da Amazônia – utilizando-se grandes blocos de quartzo branco e rosa, e organizando-se canteiros onde se justapõem pedras e vegetação, com a presença de repuxos de água, complementados por grandes vasos de vidro preenchidos por seixos rolados de quartzo de várias cores, e com a presença de preciosas palmeiras-laca (ZEIN, 2006, p. 168).

Em seguida, os visitantes seguem para a Cella Cinzeiro (Figura 5), único ponto do Espaço que faz referência à utilização do prédio como cadeia pública e presídio. A cela é pequena e claustrofóbica, considerando que não há janelas ou qualquer meio de ventilação ou circulação de ar. Quando presídio, esse espaço era configurado como uma solitária, ou seja, local em que eram colocados os presos que não seguiam as regras, tinham mau comportamento ou enfermos com doenças infecciosas ou contagiosas. Hoje, a sala guarda memórias com um quadro com a foto de como era a cela na época do presídio e uma vitrine

com itens usados pelos presidiários. Em outra parede, há um quadro em forma de retrato com a manchete de jornal que noticiou a última rebelião do presídio em 1998.

Figura 5 - Memorial Cella “Cinzeiro”



Fonte: Marília Jardim de Figueiredo, acervo pessoal, 2018.

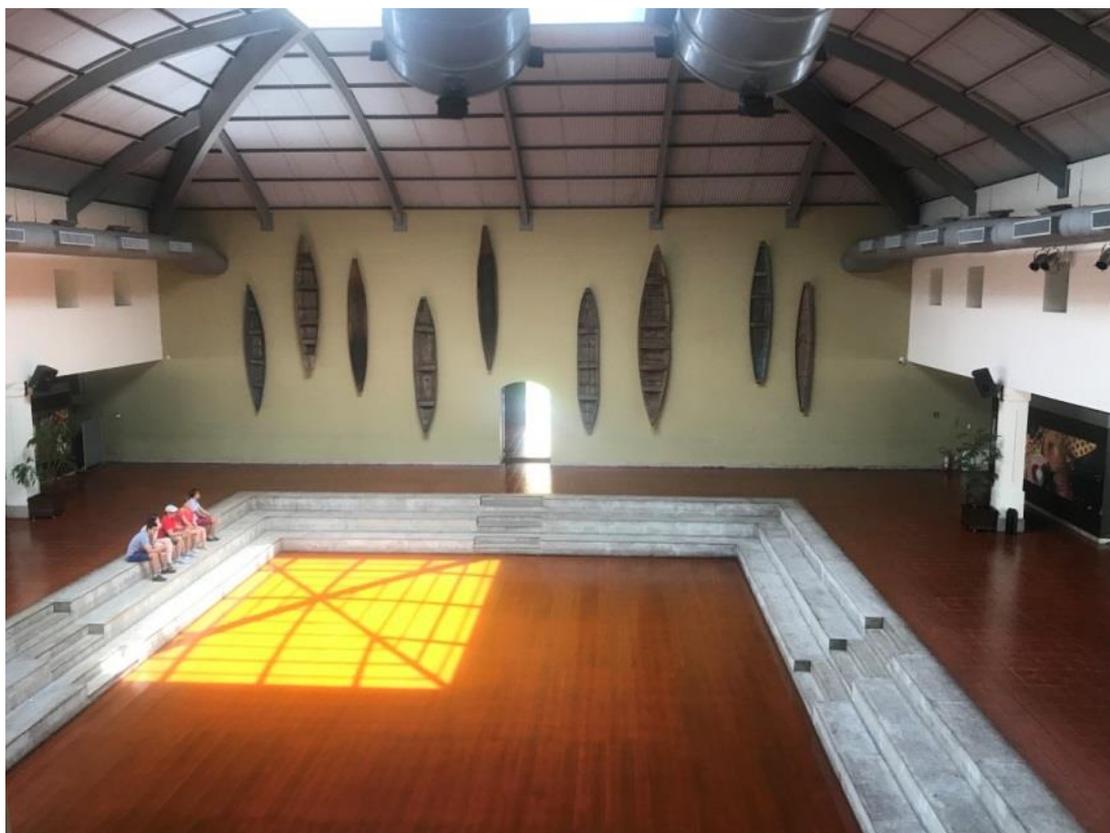
Após a visita à Cella, os visitantes seguem para as lojas de joias que se encontram em volta do Jardim da Liberdade. As lojas funcionam onde, antes, eram as celas comuns. Esses espaços são alugados aos empreendedores ligado ao Programa Polo Joalheiro, por isso são empresas locais. Entre o Jardim da Liberdade e o anfiteatro Coliseu das Artes, encontramos um outro espaço, que possui duas lojas de joias, sendo uma delas de lojas antigas, e duas ilhas com as lojas Gemas do Mundo, com comercialização de gemas de vários tipos. Também é oferecido serviço de lapidação de pedra bruta. Encontramos ainda a loja AmazonArt Ourivesaria, em que o visitante pode observar o processo de produção de joias, já que as

paredes são de vidro e os produtores trabalham de frente para a visualização do público que circula no ambiente.

Esse mesmo ambiente tem a Loja Una, incubadora do Programa Polo Joalheiro do Pará, em que são vendidas as peças dos empreendedores criativos ligados ao Programa, e que não possui loja física ou condições de ter uma. No local, são vendidas peças de coleções lançadas e que já saíram de exposição, bem como outras peças entregues ao longo do ano pelos empreendedores. Também são comercializados anéis de formatura, alianças de compromisso e gemas avulsas.

Ao sair desse ambiente, os visitantes chegam ao Anfiteatro Coliseu das Artes (Figura 7). O espaço é destinado a receber eventos, como apresentações musicais, de dança e desfiles de moda, os mais comuns realizados no Espaço São José Liberto. Mas também pode ser utilizado como salão de recepção para jantares e eventos particulares, mediante pagamento de aluguel, e após o horário de funcionamento do prédio para o público.

Figura 6 - Anfiteatro Coliseu das Artes



Fonte: Marília Jardim de Figueiredo, acervo pessoal, 2017.

Ao entrar no Coliseu das Artes, os visitantes se deparam com a instalação artística denominada “Rio Vertical”. São canoas penduradas verticalmente fazendo referência ao rio,

elemento tão comum do imaginário amazônico. Como o Espaço São José Liberto não está localizado próximo a um rio, como outros pontos turísticos de Belém, percebemos que parece existir uma necessidade de reafirmar a cultura cabocla e de ligação às águas da região, fazendo parte da decoração do ambiente, canoas, como representação da cultura amazônica.

O direcionamento dos visitantes é seguir pelo lado esquerdo do Coliseu, em direção a uma área vazia que serve de espaço para exposições. Na ocasião de exposições, as vitrines e o totem, indicando o que está sendo exposto, chamam atenção dos visitantes e levam-nos até a mostra. Quando não há exposição, os visitantes seguem direto até o Espaço Moda, outro ponto de venda do São José Liberto, com comercialização de roupas, sapatos, bolsas e acessórios de moda, como brincos, colares e anéis que não são considerados joias (Figura 7).

Após olhar as peças do Espaço Moda, os visitantes seguem mais um pouco até a Casa do Artesão (Figura 8), onde são encontrados itens de artesanato. Do lado esquerdo, observamos imagens religiosas, principalmente de Nossa Senhora de Nazaré⁴, imagens de outros santos, bombons e bebidas regionais, como cachaça de jambu, *souvenirs* que servem como lembranças, acessórios de moda, como colares, brincos e pulseiras feitos com matéria-prima de sementes e fibras, produtos de beleza, como produtos para cabelo, hidratantes para o corpo e sabonetes, todos à base de produtos regionais, como cupuaçu e açaí, camisas com dizeres como “Lembrança de Belém do Pará”, além de outros tipos de roupas regionais de marcas paraenses, brinquedos de balata⁵, instrumentos musicais de origem indígena, peças em cerâmica com razões marajoaras (Figura 9).

⁴ Nossa Senhora de Nazaré é a padroeira dos paraenses. Todo segundo domingo de outubro é realizada a procissão do Círio de Nazaré que reúne mais de dois milhões de pessoas no trajeto de procissão.

⁵ Tipo de borracha encontrada em árvores família das sapotáceas é encontrada no Baixo-Amazonas, no Pará, quer serve para produzir brinquedos e artesanatos em geral.

Figura 7 - Espaço Moda, loja colaborativa onde são comercializadas peças de vestuário e acessórios de moda



Fonte: Marília Jardim de Figueiredo, acervo pessoal, 2017.

Figura 8 - Casa do Artesão



Fonte: Marília Jardim de Figueiredo, acervo pessoal, 2017.

Figura 9 - Cerâmica marajoara comercializada em outra parte da Casa do Artesão



Fonte: Marília Jardim de Figueiredo, acervo pessoal, 2017.

A Casa do Artesão é um ponto de venda também colaborativo, onde os produtores expõem o seu material para a venda. São produtores de vários municípios do interior do Pará e por isso há uma variedade de produtos. O modelo colaborativo é norma do Espaço São José Liberto, para que todos tenham a mesma oportunidade no ponto de venda.

Por fim, os visitantes podem, após percorrer o prédio, parar na lanchonete e permanecer mais um tempo no Espaço; sair pela porta de acesso do Coliseu das Artes ou retornar por onde entraram, para seguir até a parada de ônibus ou chamar um carro particular. Visitantes e excursões saem pela porta do Coliseu das Artes, pois os ônibus ou vans de turismo ficam estacionados na lateral do prédio, mais próximo a este acesso.

O segundo andar do prédio é destinado a funções administrativas. Na primeira parte da construção encontramos a seguinte disposição: embaixo estão Capela, Museu de Gemas e

Jardim da Liberdade, diretorias Executiva e do Museu, setor de pessoal, financeiro, comunicação, tecnológico, informática, além de um auditório onde são realizadas reuniões, palestras e *workshops*. No segundo andar, funcionam Coliseu das Artes, setor de eventos, comercial e estoque. Também há um mezanino, menor que o auditório, que recebe palestras e reuniões. Nesse mesmo andar, há a Rahma Gemas e Joias, que funciona tanto como ourivesaria, produzindo joias desenhadas por designers, como uma escola que forma e capacita profissionais do setor joalheiro.

Em dias de eventos, observamos um fluxo maior de entrada pelo Coliseu das Artes quando ocorrem apresentações de música, dança ou desfile de moda. Nesse caso, os visitantes se dirigem diretamente ao centro do Coliseu para se acomodar. Quando a apresentação ainda não começou, eles circulam entre os artesanatos e a loja de moda ou esperam na lanchonete até o início do evento. Nestes casos, dificilmente os visitantes chegam a olhar as lojas de joias ou porque já conhecem o Espaço ou porque não têm interesse em comprar, estando no prédio, especificamente para o evento. Os visitantes se posicionam ao redor do Coliseu, nas arquibancadas ou em bancos localizados no Espaço. Alguns assistem das mesas da lanchonete, mesmo que a visão não seja tão ampla. Após os eventos, os participantes costumam tirar fotos e se dispersam pela mesma porta por onde entraram.

Os eventos geralmente são realizados por parceiros e instituições de fora do Espaço São José Liberto, como Escola de Música da Universidade Federal do Pará, Fundação Carlos Gomes, Universidade da Amazônia, Faculdade Estácio do Pará e Universidade do Estado do Pará. Também são realizados eventos particulares, como jantares e festas de formatura, mas após o horário de funcionamento para o público.

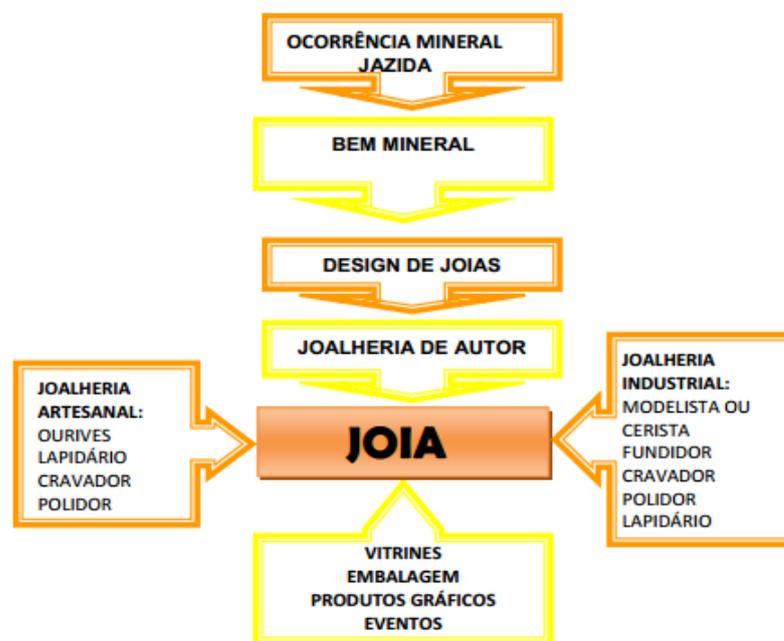
A movimentação nos dias de eventos costuma ser considerável, sendo observadas nesses meses de pesquisa, de maio de 2017 a janeiro de 2018, poucas ocasiões cujo público foi menor do que o esperado. Em apresentações musicais, geralmente, são alunos da Escola de Música da Universidade Federal do Pará, Fundação Carlos Gomes e Universidade do Estado do Pará que cantam ou tocam algum instrumento, portanto, a maior parte do público é formada por familiares e amigos.

Em eventos relacionados à moda, que envolvem desfiles, o público também é formado por familiares de alunos dos cursos de bacharelado em Moda da Universidade da Amazônia e Design de Moda da Faculdade Estácio Belém, que apresentam o resultado de pesquisas dentro das instituições de ensino superior. Mas também há presença de outros alunos e jovens, entre 20 e 30 anos, que demonstram interesse no tema do evento.

Os eventos promovidos pelo São José Liberto são lançamento de coleções e abertura de exposições. Na efetivação desses eventos do espaço, são realizados workshops ao longo do ano que geram produtos que serão comercializados. Os eventos de lançamento são parte da estratégia da direção do Espaço para divulgar e comercializar as peças produzidas por profissionais locais.

Observamos também a importância de entender o funcionamento da cadeia produtiva de joias dentro da capital paraense, e com ela, a criação do Programa Polo Joalheiro, que envolve o desenvolvimento de uma cadeia produtiva feita por etapas com integrantes de diversas áreas (Figura 10). Gouvêa Pinto (2012) escreveu e produziu de forma esquemática o desenvolvimento da cadeia produtiva do setor joalheiro:

Figura 10 - Representação esquemática da cadeia produtiva de joias



Fonte: Elaboração própria, 2011.

Fonte: GOUVÊA PINTO, 2012.

A representação esquemática mostra que a cadeia produtiva da joalheria está relacionada a vários processos e começa com a ocorrência de jazidas minerais, depois o desenvolvimento da mineração e a profissionalização do designer de joia com o produto já beneficiado. A autora aponta que existem dois tipos de joalheria: a artesanal, que envolve ourives, lapidário, cravador e polidor; e a joalheria industrial que envolve o modelista, fundidor, cravador, polidor e lapidário.

Enquanto a joalheria artesanal emprega o modo de fazer manual e único, valorizando e agregando valor à joia em cada etapa do processo, a joalheria industrial trabalha com a produção em larga escala visando à ocorrência de mais produtos para a comercialização. Ambas as ramificações se encontram novamente no momento de divulgação que envolve a ambientação das vitrines, as embalagens, a divulgação e os eventos de lançamento para conhecimento do público.

Antes de chegar à comercialização, há uma preparação dos produtores com objetivo de definir o que será produzido. A gestão do Espaço promove os chamados *workshops* de geração de produtos, que ocorrem em períodos distintos, variando de três a quatro dias, sendo os dois primeiros dias dedicados a apresentar o tema da coleção futura e a estimular a criação dos desenhos e inspirações para as próximas peças da coleção. Observamos que durante os *workshops*, os participantes se mantêm atentos às explicações, com o objetivo de a produção atender ao padrão do tema.

Durante o período da pesquisa, entre maio de 2017 e janeiro de 2018, pudemos acompanhar o *workshop* para o desenvolvimento de uma coleção de vestuário que aconteceu nos dias 21/08, 20/09 e 09/11 para as orientações. Estavam inscritos 10 participantes, entretanto, apenas 5 concluíram a atividade de desenvolver uma coleção de roupas e entregá-las prontas para o ponto de venda Espaço Moda. As reuniões serviam de orientação e avaliação do trabalho desenvolvido, mas a produção foi realizada fora do Espaço São José Liberto.

Observamos o resultado da primeira coleção de um *workshop* de geração de produtos de coleção de joias e acessórios de moda, denominada “Paraensismo”. Não foi possível participar desse workshop, pois foi realizado em dezembro de 2016, antes de iniciar minhas pesquisas. O processo de observação somente começou ao longo de 2017, indo até o lançamento no mês de agosto. O nome chama atenção por se remeter diretamente a uma cultura exclusivamente paraense, tanto que os elementos das peças produzidas foram inspirados em temas regionais, principalmente no modo de falar, mas também em outras referências, como a água, as florestas, a arquitetura da feira do Ver-o-Peso, as ervas místicas, as palafitas das cidades do interior à margem dos rios, entre outras ideias que se tem sobre o que é legitimamente paraense.

É interessante lembrar, conforme nos indica Barbosa (2010), que em detrimento da tentativa de homogeneização nacional de construção de uma identidade brasileira, sempre houve ‘batalhas’ para disseminar o sentimento regionalista, no país como um todo, e na Amazônia em particular.

Identificar-se com a Amazônia ou com o Pará em detrimento da brasilidade não representa nenhuma novidade na prática de determinados grupos sociais na Amazônia paraense. De acordo com a conjuntura ou projetos sucumbidos, o pertencimento e a alteridade são aflorados através de múltiplas narrativas. As experiências sociais são ricas nesse sentido fragmentado, as quais conformaram diversos significados no interstício dos valores regionais defendidos (BARBOSA, 2010, p. 264).

Segundo o pesquisador, o culto ao paraensismo não representa uma prática cultural recente, por mais que alguns considerem um termo da atualidade; pelo contrário:

A palavra paraensismo, longe de ser uma denominação regionalista, converteu-se numa forte insígnia conformativa de identificação no tempo presente, mas remonta uma historicidade, de meados do século XIX, proferida pelo escritor Joaquim Rodrigues de Souza Filho, nascido em Santarém, quando “reclamava a existência de uma literatura paraense, genuinamente paraense, que denominou PARAENSISMO” (grifo do autor). Acrescido dos problemas sócio-econômicos advindos das revoltas populares, o contexto era de afirmação da identidade nacional, por conseguinte, da perda do sentimento paraense, o que, certamente, inquietava o intelectual paraensista (BARBOSA, 2010, p. 270).

As reflexões sobre a identidade cultural do paraense ou o chamado paraensismo, sempre retornam em debates acalorados quando se pretende demarcar a valorização e a autoestima quanto à cultura local. É o governador Almir Gabriel, da coligação União pelo Pará, projeto em que se insere a política do Espaço São José Liberto, que em 1995 vai retomar a discussão do paraensismo, algo considerado por muitos como uma estratégia publicitária agressiva para angariar apoio da população e de seu projeto político. Inclusive, Barbosa (2010) abordará em sua tese as contribuições das produções do pesquisador da Universidade Federal do Pará, Fábio Castro e suas reflexões sobre a encenação da *moderna tradição amazônica*, forjada nas últimas décadas do século XX, e redimensionada nos governos tucanos. Debate esse retomado por Castro em 2012.

A moderna tradição amazônica, ou seja, o tipo ideal com que a intelligentsia belenense das últimas décadas do século XX representava e figurava a Amazônia, pode ser compreendida como um fenômeno de vitalismo social e como um tecido intersubjetivo de negociação de sentidos. Ela surge nesse cenário de avanço de fronteiras como processo intelectual de referenciação de uma pretensa identidade amazônica. A moderna tradição amazônica constitui uma representação social coerente e disseminada, hoje, pelo espaço amazônico, mas, antes, conformou uma representação reificada; pode-se ver como, progressivamente, ela foi ganhando espaço na mídia, sendo também incorporada pelo discurso político, e como, dessa maneira, vai se tornando assimilável por uma vasta parcela do conjunto social local (CASTRO, 2012a, p. 144).

Para Castro (2012a, p. 148), essa “moderna tradição amazônica não constitui um tempo histórico, não é herdeira de um passado, não é a recuperação de uma essência. Ao contrário, ela é uma invenção do presente e no presente”.

A fabricação publicitária do paraensismo de Almir Gabriel será vista como uma intensiva encenação das identificações da Amazônia paraense, tendo Belém como epicentro da construção cultural. Segundo Barbosa,

Inegável foi a contribuição dos tucanos nessa supervalorização da essência parauara, conferida em marca de governo. Na avaliação do primeiro mandato de Almir Gabriel (1995-1998), confirmou-se o compromisso de “revitalizar a cultura do Estado” que teria sido sacrificada pelo “alheamento da sociedade paraense em relação à memória de sua própria história e ao respeito nos valores que fazem a sua identidade”. A tarefa objetivava “reatar essa sintonia”, construindo um “suporte capaz de fazer manifestar, em toda sua verdadeira plenitude, o singular potencial da cultura do Pará, motivando a sociedade a se reconhecer, com orgulho, na sua identidade cultural” (grifos do autor) (BARBOSA, 2010, p. 274).

Lembra o autor que a tarefa foi árdua, considerando que o próprio governo precisava alimentar a sua autoestima e a dos paraenses, arranhada com a série de acontecimentos que desabonou a imagem do Executivo estadual, após massacre dos trabalhadores rurais sem-terra, no município de Eldorado do Carajás, em abril de 1996.

Diante disso, a coleção “Paraensismo” se refere ao modo de falar do paraense, considerando gírias e expressões que são enunciadas e/ou possuem um significado único no estado do Pará. O ministrante do *workshop* e diretor criativo foi Erivaldo Júnior, arquiteto por formação, mas que também trabalha como designer de joias. A decisão pelo tema foi idealizada, em um momento anterior, entre os gestores do ESJL e do Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos (IBGM), considerando as grandes tendências globais. Em 2017, o tema foi “Comunicare”, representadas por três figuras de linguagem: hipérbole do eu, eufemismo cotidiano e prosopopeia digital. Ou seja, demonstra uma lógica de tendência global regendo a tendência local, colocada em prática pelos designers e artesões. Percebemos, assim, que mesmo utilizando matéria-prima local, os produtores obedecem a uma lógica comercial que vai ao encontro do que vem sendo consumido globalmente. Ou seja, a definição da coleção leva em conta esse ‘glocal’, uma espécie de interação comunicativa entre o próximo e o distante, propiciando novos significados para as identidades locais.

Como a identidade cultural de uma região não corresponde, por si só e a priori, a práticas culturais de uma região, localizadas, a verificação e análise de tais manifestações localizadas, só podem ser compreendidas como spectrum, que irradiam-se por outros espaços, por outras regiões, por outras

regiões culturais, fazendo da troca, da movimentação de idéias e temas a razão para o surgimento de outros processos de criação – reunindo, assim, o próprio e o alheio (SANTOS, 2008, p. 7).

Ou a diversidade cultural, sobre a qual reflete Bhabha (2008, p. 63), como um processo “de enunciação da cultura como ‘conhecível’, legítimo, adequado à construção de sistemas de identificação cultural”.

Se a diversidade é uma categoria ética, estética ou etnologia comparativas, a diferença cultural é um processo de significação através do qual afirmações da cultura ou sobre a cultura diferenciam, discriminam e autorizam a reprodução de campos de força, referência, aplicabilidade e capacidade. A diversidade cultural é o reconhecimento de conteúdos e costumes culturais pré-dados; mantida em um enquadramento temporal relativista, ela dá origem a noções liberais de multiculturalismo, de intercâmbio cultural ou da cultura da humanidade (BHABHA, 2008, p. 63).

Em Bhabha, falar de sujeito remete a falar da constituição de sujeitos culturais híbridos, ao mesmo tempo em que falar da cultura significa pensar para além da oposição sujeito/cultura. O local da cultura – ou locais da cultura – provoca uma mistura de elementos, entre eles, o marginal e o estranho, o entre-lugar deslizante, a desestabilização dos essencialismos; provoca pensar ainda, o espaço-cisão da enunciação, um ele como espaço indeterminado dos sujeitos da enunciação.

Ao chamarmos Bhabha ao diálogo, estamos nos associando a sua discussão que é marcada pelas reflexões sobre o pós-colonismo. Especificamente falar sobre a Amazônia e as narrativas construídas sobre ela remete-nos às construções exógenas e endógenas feitas sobre a região, entre o real e o imaginário; ou às representações construídas nos inúmeros discursos dos viajantes, colonizadores, livros didáticos e mídia. “Os discursos sobre a Amazônia não são construídos sobre a realidade, mas sobre outros discursos sobre a Amazônia, sobre a América, sobre o Novo Mundo e, até mesmo, sobre as Índias” (BUENO, 2002, p. 3).

Durante o processo de divulgação da coleção, observamos os designers e produtores falando sobre o *workshop*, da Amazônia e sua relação com o Espaço São José Liberto. Nos relatos dos designers e profissionais, ouvimos as seguintes opiniões sobre a realização da oficina: “O momento do *workshop* é um momento riquíssimo que contribui com o que trazemos de fora, com o que o ministrante passa pra gente. Cada vez que participamos de um *workshop*, a criatividade se expande”, afirma Ivete Negrão, produtora de joias do Espaço. “É uma felicidade enorme o Polo Joalheiro dar essa oportunidade pra gente trabalhar as nossas

raízes”, concorda também a produtora de joia e empresária de uma das lojas que funcionam no ESJL, Helena Bezerra.

Durantes as conversas no período de preparação para divulgação da coleção, em julho de 2017, os designers também relataram o uso de materiais naturais, como fibras, palhas, gemas regionais, formatos que lembram os produtos regionais. Para eles, em relatos informais dados à pesquisadora, as inspirações regionais estão presentes e são traduzidas em formas de joias e acessórios de moda, mas com apelo comercial.

Observamos ainda, na fala dos profissionais, como eles constroem o sentido de Amazônia. Geralmente eles se referem ao rio, às populações ribeirinhas, lembranças da infância no interior do Estado, à arquitetura, mas há os que se refiram às construções antigas e prédios históricos, aos pontos turísticos, como o Ver-o-Peso, e à rotina dos trabalhadores ligados ao rio. Nesta etapa, percebemos uma empolgação na fala dos designers ao contar a importância de trabalharem com inspiração em algo único, como as expressões paraenses.

Essa experiência foi o primeiro passo adotado como pesquisadora para conhecer os designers e produtores ligados ao Programa Polo Joalheiro e ao Espaço São José Liberto. A partir desse workshop, os produtores e designers falaram com mais propriedade sobre o seu ambiente de trabalho, assim como da produção de joias e acessórios de moda, em que utilizam os elementos da cultura regional, tomando-os como inspiradores para a criação das peças e dos materiais usados na sua produção.

Neste momento, ainda não identificamos os produtores e designers, considerando que estamos observando a participação deles na oficina. Portanto, anotamos os relatos de uma maneira geral. Os designers relataram a importância do *workshop* para orientar os caminhos a serem seguidos na hora de desenvolver as peças, com a finalidade de que os trabalhos tenham coerência, já que vão compor uma mesma coleção. Observamos que eles enfatizaram o fato de criarem um produto com matéria-prima paraense, mas também ligado às tendências globais de moda.

Recorremos a Santos (2004) com objetivo de compreender essa caracterização do espaço geográfico terrestre em relação ao mundo. Segundo o autor,

É a ação que une o Universal ao Particular. Levando o universal ao Lugar, cria uma particularidade. E esta sobreviva como Particular, ao movimento do Todo, para ser ultrapassada pelos novos movimentos. A particularidade ultrapassada precede a universalidade atual e sucede à universalidade defunta. Há, pois, um movimento interativo no qual particularidade e universalidade fertilizam-se mutuamente (SANTOS, 2004, p. 124).

Nesta perspectiva, entendemos esse movimento do local ligado ao global na produção das peças dos produtores e designers do Espaço São José Liberto. Ao mesmo tempo em que eles precisam identificar as particularidades da Amazônia, necessitam ligá-la ao que vem sendo consumido pelas pessoas no mundo. O diferente se constitui no material utilizado nas peças.

É interessante as reflexões de Robertson (1999), quando utiliza a expressão glocalização para significar as tendências de homogeneização e heterogeneização que coexistem na sociedade. Segundo o autor, o uso do termo glocalização significa que é a cultura local que atribui significado a influências globais, e de que os dois são, portanto, interdependentes de que cada um.

O sociólogo rejeita a ideia que assimile a sociedade mundial estabelecida enquanto produto de um único e exclusivo processo. Concebe a globalização com um caráter multifacetado contra um viés economicista e sustenta que as realidades locais estariam, na verdade, sendo preservadas ou mesmo fortalecidas nessa dinâmica, com o surgimento da expressão “glocalização”, ideia inspirada na cultura japonesa.

Para Robertson (2003), há uma interação entre homogeneização, com a difusão de padrões globais, e heterogeneidade, que acolhe a diversidade cultural do local. Segundo ele, haveria, assim, uma tendência no debate da globalização enquanto processo de superação do “local”, mas rejeita tal posicionamento, indicando que parte dos fenômenos considerados como expressão do “local” existe em função do movimento da globalização, feito a partir de cima ou de fora, seguindo as distinções culturais do lugar.

Observamos, no período das oficinas, que designers e produtores, em determinados momentos, formam grupos informais para trabalhar as ideias sobre os projetos. Percebemos que são formados grupos menores dentro do grupo maior na participação das aulas. Não observamos nenhuma desavença entre os trabalhadores, sendo as decisões relacionadas ao lançamento tomadas em conjunto por meio de reuniões.

O lançamento da coleção “Paraensismo” foi realizado em agosto de 2017, com um desfile e abertura da exposição. As peças ficam disponíveis tanto para exposição, como para comercialização. Diferente de outros desfiles, esse foi realizado no Jardim da Liberdade e, em seguida, as peças ficaram em vitrines na área de exposição no Anfiteatro Coliseu das Artes até o mês de setembro de 2017. Depois de desmontada a exposição, as peças são levadas para os pontos de venda do Espaço: ou no Espaço Moda ou a Loja Una, dependendo do segmento do objeto.

No evento aberto ao público, designers e produtores, responsáveis pela confecção das peças na coleção, estavam presentes com os familiares. Uma jovem estudante de Design de Moda, que pela primeira vez participava da coleção com uma peça, levou a família composta por pai, mãe, tias e avó para acompanhar o momento.

Observamos que o público presente tecia comentários como: ‘usaria’ ou ‘não usaria’ para se referir às peças. Percebemos pouca demonstração de terem compreendido o significado das peças e se a criação lembrava ou remetia ao linguajar paraense. Somente percebemos a interpretação quando algum designer, produtor, ou alguém da direção do Espaço, explicava o significado de Paraensismo e a inspiração das peças.

Paralelamente ao lançamento da coleção “Paraensismo”, estava em desenvolvimento a segunda coleção acompanhada durante a pesquisa, voltada para a produção de joias para a festa do Círio de Nazaré. Em julho, foi ministrado um workshop com mais de 20 designers, que criaram peças sob a temática “Sentidos de Fé”, também sob a direção criativa de um profissional, no caso, da professora de Design da Universidade do Estado do Pará, Rosângela Gouvêa. Mais uma vez, o tema foi definido em orientação com a ministrante do workshop e a direção executiva do Espaço.

A metodologia do *workshop* foi similar à feita para a coleção do “Paraensismo”. Foi desenvolvida em quatro dias, sendo um deles para orientação individual do designer com a diretora criativa da coleção para avaliar e finalizar os projetos. O diferencial do workshop para a coleção “Joias de Nazaré” foi a realização de uma feira, denominada “Feira de Projetos” (Figura 11), em que os designers apresentaram suas propostas para produtores ou proprietários de marcas de joias. Assim, quem efetivamente produz a peça lucra com a venda, pagando apenas pelo projeto ou desejo do produto.

Durante a “Feira de Projetos”, os desenhos foram colocados em quadros para exposição, assim os compradores puderam fazer as suas propostas. Os desenhos apresentavam um memorial descritivo com explicação sobre cada peça, metais e gemas utilizados e outras informações importantes para agregar valor ao desenho (Figura 11). Foi uma feira de negócios, as pessoas circularam entre os painéis, com alguns designers discutindo sobre as peças com a diretora criativa.

Figura 11 - Imagens da "Feira de Projetos" em que propostas de joias são vendidas para produtores



Fonte: Marília Jardim de Figueiredo, acervo pessoal, 2017.

O workshop de geração de produtos para a coleção “Joias de Nazaré” também reuniu estudantes do curso de Design de Produtos da Universidade do Estado do Pará. Essa é uma prática comum e muitos designers ligados atualmente ao Programa Polo Joalheiro são oriundos dessa instituição de ensino. Os estudantes participam do workshop e criam projetos, porém não possuem recursos para desenvolvê-los. Na “Feira de Projetos”, eles têm a oportunidade de vender os projetos para produtores e donos de joalherias ou têm seus projetos comprados e desenvolvidos pelo Instituto de Gemas e Joias da Amazônia, como forma de lucrar com a venda das joias e de os alunos serem incentivados a persistir com trabalhos na área de criação.

Os meses de agosto e setembro foram voltados para a preparação da exposição que ocorreria no final de setembro e o começo de outubro. Entretanto, em 2017, o mês de agosto foi particularmente movimentado por conta da gravação do programa “Estrelas do Brasil”⁶, da Rede Globo. O Espaço São José Liberto foi um dos cenários para a gravação do programa por

⁶ “Estrelas do Brasil” é um programa televisivo brasileiro, da emissora Rede Globo, exibido nas tardes de sábado pela apresentadora Angélica em que ela viaja por várias cidades do Brasil a fim de conhecer as pessoas que fazem sucesso na sua localidade. O primeiro programa foi ao ar em 26 de agosto de 2017 e a cidade de Belém foi a primeira a ser visitada pela produção do programa e também foi a primeira a ter as matérias locais exibidas por todo o país.

dois dias, havendo no primeiro a participação da apresentadora Angélica e dos atores Andrea Horta e Paulo Betti da mesma emissora. Ainda durante as gravações, foi feita uma entrevista que foi ao ar na exibição do programa de TV com a designer Barbara Muller, formada pelo curso de Design de Produtos da Universidade do Estado do Pará e que participou do Programa Polo Joalheiro, fazendo cursos de capacitação até se profissionalizar e criar a própria marca.

A presença dos artistas causou alvoroço na comunidade do entorno que se aglomerou à porta do Espaço para ver e fotografar com as personalidades. Também houve presença da imprensa local, principalmente dos meios afiliados à Rede Globo, para gravar chamadas com a apresentadora Angélica para veiculação local. Dois efeitos se seguiram após essa movimentação: repercussão imediata na mídia local sobre a presença dos artistas e o Espaço São José Liberto como um dos cenários das gravações, e uma repercussão maior por parte dos visitantes que conheceram o ESJL por meio do programa de televisão, que foi ao ar em setembro de 2017.

Ao longo do mês de outubro, os visitantes perguntavam frequentemente por peças da designer de joias Barbara Muller, entrevistada no programa “Estrelas do Brasil”, que desenvolveu suas atividades no Programa Polo Joalheiro. Hoje, apenas algumas peças criadas pela designer são comercializadas no Espaço. Mas o nome dela associado ao programa “Estrelas do Brasil” e à apresentadora Angélica circulando em rede nacional funcionou como atrativo.

Durante as gravações, a apresentadora Angélica ouviu de uma das funcionárias a história sobre a pedra de quartzo do Jardim da Liberdade, que teria se rompido quando foi colocada no lugar por causa das “energias negativas” que circundavam no Espaço, em virtude do funcionamento anterior, como presídio. Ao ouvir essa informação, a própria apresentadora pediu que a produção regravasse a cena dela e do cantor Pinduca com a participação da funcionária contando essa história.

Comentários que foram considerados desnecessários pela direção do Espaço, considerando uma propaganda negativa por conta da história do prédio. Observamos, a partir desse episódio, que existe uma tentativa da direção do Espaço São José Liberto em apagar parte da memória do prédio e valorizar o local enquanto complexo turístico e cultural da cidade de Belém.

Para a direção, os tempos do presídio São José chegaram ao fim, com seu fechamento na década de 1990. Parte dessa memória do local está restrita à Cela Cinzeiro, único ambiente que faz referência ao antigo presídio, conforme já expusemos acima, embora os guias de

turismo e os guias do próprio Espaço São José Liberto mencionem o que existia em cada dependência na época do presídio.

Nas nossas observações, o mês de outubro foi o mais movimentado no Espaço São José Liberto. A razão principal foi a intensa visita de turistas, em virtude da realização da manifestação cultural e religiosa, Círio de Nazaré. Neste período, o Espaço São José Liberto recebe duas exposições: a coleção “Joias de Nazaré” e a exposição de imagens sacras produzidas por um grupo de artesãs chamado “EntreSantos”. Ambos os eventos são comerciais, ou seja, as peças podem ser vendidas. Também é o período de maior número de vendas de outros produtos – como artesanatos, acessórios de moda, brinquedos de miriti –, se comparado com os outros meses do ano.

A movimentação de turistas é muito grande. São visitantes de várias cidades do país que vêm para a cidade e são levados ao Espaço São José Liberto por amigos e familiares. Também há um movimento peculiar de ônibus e vans de turistas, com grupos entre 10 a 30 pessoas, em excursões no Espaço. Os grupos são levados pelo circuito Capela São José, Museu de Gemas, Jardim da Liberdade e Anfiteatro Coliseu das Artes, onde os visitantes se dispersam e fazem compras tanto de artesanatos quanto nas lojas de joias.

Os meses de novembro e dezembro são menos movimentados. Internamente, a administração do Espaço São José Liberto está finalizando relatórios, portanto, não há mais tempo, por conta das festas de final de ano, de produzir grandes eventos. Em dezembro, foi lançada a coleção “Território da Moda”, voltada especificamente para o vestuário. A coleção seguiu o ritual das experiências acompanhadas anteriormente: realização de *workshop*, com um profissional da área de moda, e lançamento no ponto de venda Espaço Moda, onde as peças ficaram em exposição e continuam no mostruário da loja para comercialização.

A grande diferença observada entre o desenvolvimento na coleção de vestuário e na coleção de joias foi a participação do número de produtores ligados aos respectivos projetos: nos *workshops* de geração de produtos que são joias, as turmas eram formadas por mais de vinte pessoas, enquanto na oficina para vestuário, dez produtores estavam inscritos inicialmente, porém apenas cinco concluíram o desenvolvimento das peças para o lançamento e a venda dos produtos. Também foi observada a diferença nas dinâmicas: as oficinas de joias têm duração de três a quatro dias, sendo um para orientação individual; já no *workshop* de vestuário, os encontros duraram de três a quatro meses, para que todos possam acompanhar o processo de desenvolvimento das peças.

Após a descrição da rotina do Espaço, do percurso dos visitantes e da realização das oficinas, serão apresentadas as respostas obtidas em entrevistas com visitantes e profissionais

que atuam no Espaço São José Liberto, a fim de entender melhor a relação e a experiência das pessoas com o prédio e com as atividades, de lazer ou não, desenvolvidas no local.

5 PERCEPÇÕES E EXPERIÊNCIAS COM O ESPAÇO SÃO JOSÉ LIBERTO

Neste capítulo, trazemos a etapa final da pesquisa, com a apresentação dos resultados coletados durante a etapa de entrevistas da pesquisa, mostrando a perspectiva dos visitantes e profissionais do Espaço São José Liberto. Também apresentamos as considerações após a análise dos resultados obtidos.

5.1 Olhar exógeno

A pesquisa de observação oportunizou perceber, inicialmente, como as pessoas chegam e transitam nas dependências do Espaço São José Liberto, assim como a curiosidade peculiar dos indivíduos por um prédio que durante muito tempo abrigou um presídio – portanto, um local de privação de liberdade, em que somente era permitida visita, em horários determinados, dos familiares dos presos.

Observamos assim, que as pessoas têm um interesse particular em saber a história do prédio, considerando alguns aspectos, entre eles: conhecer o local que foi fechado em virtude de uma rebelião que durou mais de 28 horas, em 1998, e causou a morte de três presos, assim como nove pessoas feitas reféns; a localização do presídio em área central da capital paraense; a transformação do antigo presídio São José em Espaço São José Liberto; o local que abriga a confecção de produtos com matéria-prima da Amazônia, e por fim, o prédio transformado em espaço comercial, cultural e de entretenimento.

A observação participante nos induziu a outro importante aspecto da pesquisa, ouvir os indivíduos que frequentam ou têm uma relação de trabalho com o Espaço São José Liberto, com objetivo de compreender como são as relações comunicativas deles (indivíduos) com esse espaço amazônico.

Nesta fase, foram entrevistados 10 (dez) visitantes (Tabela 1) que estiveram no ESJL entre os meses de outubro de 2017 a janeiro de 2018, com seleção aleatória. Os pesquisados autorizaram o uso integral ou parcial das suas respostas e permitiram a identificação pelo primeiro nome. As mulheres foram mais receptivas na realização da entrevista, os homens abordados não aceitaram realizar a pesquisa. Na execução da entrevista, percebemos certa dificuldade das pessoas em dispensar um tempo para conversar com a pesquisadora. Uma parte alegava falta de tempo.

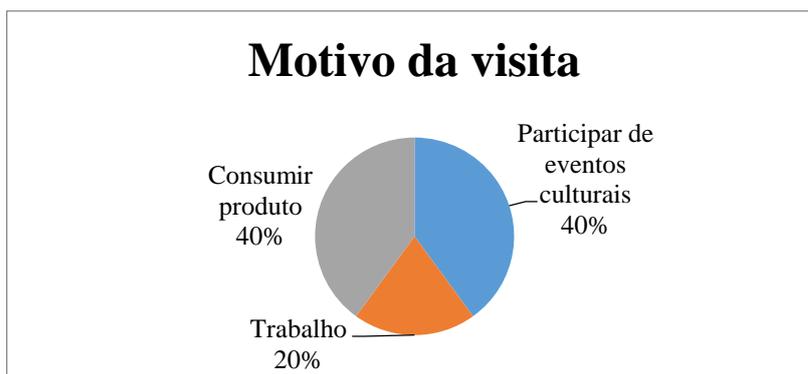
Tabela 1 - Perfil dos visitantes

Nome	Gênero	Faixa etária	Localidade
Ana Clara	Feminino	15 – 20 anos	Belém
Iris	Feminino	51 – 60 anos	Belém
Valéria	Feminino	21 – 30 anos	Belém
Marilene	Feminino	31 – 40 anos	Belém
Jussara	Feminino	31- 40 anos	Belém
Michelle	Feminino	21 – 30 anos	Belém
Silmara	Feminino	41 – 50 anos	São Paulo
Juliane	Feminino	31 – 40 anos	São Paulo
Denise	Feminino	21 – 30 anos	São Paulo (nasceu no CE)
Raquel	Feminino	21 – 30 anos	São Paulo

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

Nas questões objetivas, foi indagado o motivo da visita ao Espaço São José Liberto (Gráfico 01), com: 40% das pessoas afirmando que vão ao ESJL para participar de eventos culturais; 40% para consumir produtos; e 20% a trabalho.

Gráfico 1 - Motivo da visita



Fonte: Elaborado pela pesquisadora

As perguntas em alguns momentos se diferenciam, considerando o perfil das entrevistadas, ou seja, algumas das respostas fluem livremente, sem muitas indagações. Em outras, sentimos necessidade de instigar mais a pessoa entrevistada, formulando novas perguntas, com a finalidade de obter mais informações.

A primeira entrevista foi com Ana Clara, estudante de jornalismo, e aconteceu no mês de outubro de 2017, num domingo pela manhã, durando cerca de uma hora e meia. Ana, que estava acompanhada de seus pais, para participar da roda de dança circular, trabalha com produção de matérias para um site local de cultura, o GuiArt (GUIART BELÉM, [20--]).

Indagada se sabia o que era o Espaço São José Liberto, Ana Clara o identificou como um espaço que reúne diversas características da cultura paraense. Disse que sua experiência

com o ESJL se deu com a visita de amigos turistas que queriam conhecer pontos da cidade de Belém. Mas afirmou ainda que tem o costume de almoçar no local e o frequentar para as atividades de Dança Circular.

Disse ainda que costuma, de vez em quando, visitar o ESJL e que obteve informações sobre ele via e-mail. Quando indagada se costumava consumir produtos produzidos ou comercializados no ESJL, afirmou categoricamente, “não, pois acho caro”.

Com relação à identificação de elementos amazônicos nas peças produzidas, Ana Clara disse que consegue perceber aspectos marajoaras, mas que considera importante a produção do Espaço São José Liberto porque há uma valorização da produção local. Quando indagada sobre como identifica a Amazônia, Ana afirmou que percebe os traços amazônicos nas pessoas e nos costumes.

Indagamos ainda se ter elementos da Amazônia fazia o produto ser diferenciado e consumido mais pelas pessoas. Ana Clara respondeu que sim, inclusive recomendava a produção do ESJL aos turistas e a outras pessoas, porque ele reúne em um único espaço vários elementos amazônicos. Observamos assim, na entrevistada, uma certa satisfação em apresentar às pessoas o ESJL como um espaço que contém objetos de identificação da cultura amazônica.

A segunda entrevistada foi a turismóloga Iris, que reside próximo ao Espaço São José Liberto, e por isso, frequenta, quase sempre o ESJL quando são realizados alguns eventos. Nossa entrevista aconteceu em outubro, no período da tarde, no Espaço São José Liberto.

Segundo a entrevistada, sua percepção do ESJL se resume a ser um lugar, preferencialmente reservado para a divulgação da cultura paraense, seja pela perspectiva cênica, musical, mineral, seja pela gastronômica. Um lugar, afirma Iris, para levar a família ou um turista. Do mesmo modo, concebe como um lugar para “repensar nossa história, a história do espaço” para atual e futura gerações.

Quando indagada sobre suas experiências com o São José Liberto, Iris afirma serem bastante positivas, principalmente pelo conteúdo histórico do próprio prédio. “A primeira visita que eu fiz”, relata, “foi quando inaugurou o Espaço Polo Joalheiro. E, quando chega alguém de fora em minha casa, faço questão de levar meu hóspede a este lugar pela beleza, pela história e pela segurança”.

Iris nos informou que obteve informações sobre o ESJL, a partir do interesse que tem pelos assuntos que envolvem o patrimônio cultural da cidade de Belém. Quando indagada se consome os produtos produzidos no Espaço, Iris se antecipou e informou, “meu anel de

formatura foi confeccionado aqui”. Sua escolha pelo produto do ESJL foi proveniente do trabalho artesanal das peças desenvolvidas.

Em seguida, perguntamos se ela consumia os produtos do ESJL porque os identificava com elementos da Amazônia. Respondeu que sim, pois valorizava tudo que considerava regional e oriundo da natureza, desde que feito de maneira sustentável e responsável. Logo, pedimos que indicasse os elementos amazônicos encontrados. Iris respondeu, que consumia, principalmente produtos com elementos indígenas aliados à cultura marajoara.

Quando indagada sobre por que era importante ter produção de objetos com elementos da Amazônia, Iris disse que, além de promover a geração de emprego e renda, há também a promoção da cultura entre as gerações novas. Para ela, a Amazônia é percebida como um santuário, tendo a maior biodiversidade do planeta. Constatamos que a experiência de Iris sobre a Amazônia não se diferencia de outras, em que o olhar ainda pousa sobre os elementos míticos e imaginários sobre a natureza.

Iris disse que sempre que pode recomenda a visita ao ESJL, pois acha que tudo no espaço representa muito bem o trabalho dos artesãos e a matéria-prima da Amazônia. Segundo ela, ter elementos da Amazônia faz o produto ser diferenciado, assim como o próprio evento “elementos da Amazônia” (ela indica o uso de aspas com as mãos) por si só já é um grande atrativo. Ela afirma que ter esses elementos causa nas pessoas o desejo de consumir ou adquirir algo da região, considerando o interesse do mundo sobre a Amazônia.

A terceira entrevistada foi Valéria, atriz e jornalista, frequentadora assídua do Espaço São José Liberto devido aos desfiles de moda que ocorrem no local. Observamos sua presença, em pelo menos três ocasiões durante a realização de eventos de moda no ESJL. Além de assistir, ela fotografa e anota informações enquanto acontecem os desfiles. Nossa entrevista foi realizada no Espaço São José Liberto, em um dia de semana à noite, após a realização de um desfile de moda promovido pelo curso de Design de Moda da Faculdade Estácio/FAP. A entrevista durou cerca de trinta minutos, quando as pessoas ainda se dispersavam no ESJL.

Quando indagada sobre como percebe o Espaço São José Liberto, Valéria respondeu que o enxerga como um dos pontos culturais da cidade, que contribui para a cultura local. Para ela, é um prédio com “uma carga histórica. Ele ajuda a contar a história da nossa cidade, assim como sobre a identidade local”.

Com relação às suas experiências com o ESJL, Valéria afirmou que a primeira vez em que visitou o local foi para conhecer a sua história, depois passou a frequentar os eventos culturais, principalmente desfiles de moda. Valéria conta que obteve informações sobre o

Espaço São José Liberto no próprio prédio, em conversas com outras pessoas ou pelas redes sociais.

Quando indagada sobre o consumo de produtos produzidos no ESJL, Valeria informou que já consumiu peças de moda local, que acha “importante a valorização do que é produzido na cidade, mas não é um consumo constante”. Ela disse que consome porque acha interessante, porque se identifica, não necessariamente porque enxerga elementos da Amazônia nos produtos. Em seguida, perguntamos sobre esses elementos amazônicos que podem ser identificados nas peças comercializadas no Espaço São José Liberto, sobre os quais Valéria afirma que identifica o material utilizado na produção das peças, cores e estampas em referência à natureza, aos indígenas e ao grafismo marajoara. Com relação à importância de ter uma produção com esses elementos, a jornalista acredita que um produto local possui a sua própria identidade.

Valéria identifica a Amazônia como uma região “carregada de energia, história e misticismo”. Para ela, trata-se de uma localidade que “converge sempre à natureza”, apontando para as músicas, lendas, danças e histórias que lembram a ideia de natureza, floresta e rios.

Perguntamos se ela recomenda a produção local para outras pessoas ou turistas, Valéria disse que sim, pois “é uma maneira de valorizar o que é produzido localmente”. Ela acredita que muito se fala sobre a Amazônia pela ideia do “exótico” e “diferente”, por isso acredita que produtos com elementos amazônicos são fortemente valorizados pelos turistas.

A quarta entrevista aconteceu em novembro de 2017, com a professora Marilene, formada em História Social pela Universidade Federal do Pará, durando cerca de 30 minutos. Antes da entrevista, expliquei a finalidade de nossa pesquisa, e ela nos relatou que já havia produzido uma pesquisa historiográfica sobre o Espaço São José Liberto para uma disciplina do seu curso de História, a partir de um ciclo de palestras sobre a presença e a expulsão dos jesuítas no Pará e sobre o patrimônio jesuítico na cidade de Belém. Entretanto, logo ela percebeu que o prédio do Espaço São José Liberto não está incluso nessa lista de patrimônio dos jesuítas porque o Convento de São José foi construído por frades capuchos, da ordem dos franciscanos.

Indagamos, mesmo após saber da realização da pesquisa, sobre o que conhecia do Espaço São José Liberto, Marilene afirmou que achava o lugar muito bonito e que o local “dissemina cultura, arte, história, e ao mesmo tempo, move a economia local com a comercialização de joias, artesanatos e alimentos”. Ela também relatou que sua experiência com o ESJL vem desde a época que o espaço abrigava o presídio São José, pois ela “sempre

transitava às proximidades”. Marilene também conta que frequenta o Espaço São José Liberto, com alguma frequência, desde a inauguração do prédio em 2002, pois como historiadora se interessa pelos prédios históricos.

Em seguida, perguntamos sobre o consumo de produtos produzidos no Espaço, sobre o qual afirmou que os não consome porque “para a minha realidade econômica, os preços não são acessíveis”. Entretanto, apesar de não consumir, ela identifica elementos amazônicos nas peças como a cerâmica, o artesanato de várias localidades do Pará e o modo de viver do paraense. Ela acha importante ter a produção de objetos com características amazônicas porque acredita ser uma forma de valorizar e disseminar a cultura local.

Quando indagada sobre como identifica a região amazônica, Marilene elencou como características da Amazônia – além da “natureza exuberante” – a “força do povo” e os “seus costumes, mas não explicou o que seria essa força.

Marilene disse, que sempre que possível recomenda aos turistas a visita ao ESJL, por perceber a “história peculiar que ajuda a contar a trajetória da cidade de Belém e por sua ressignificação como espaço de cultura e lazer, o que antes fora um espaço de clausura e privação de liberdade”. Por fim, perguntamos se os elementos da Amazônia nos produtos comercializados tornam as peças diferenciadas e mais consumidas. Afirmou que acreditava que sim, pois observa que o consumo maior é por parte dos visitantes de fora, que compram para si ou para presentear os outros com as “famosas lembrancinhas”.

A quinta entrevistada foi a jornalista Jussara, que inicia a conversa dizendo que esteve poucas vezes no Espaço, mas que ‘enxerga’ o local como um “espaço cultural muito interessante da cidade”. Nossa entrevista aconteceu em janeiro de 2018, numa tarde chuvosa de Belém. Jussara repete que esteve poucas vezes no ESJL, a maioria a trabalho, e que o único produto que ela tem do local foi o anel de formatura, comprado por pessoas que recomendaram o Espaço como local que produzia joias.

Mesmo sem conhecer muito ou consumir pouco, indagamos se ao olhar as instalações do Espaço de forma geral, identificava elementos amazônicos. Respondeu que sim, inclusive apontou o muiiraquitã como símbolo regional nos produtos. A jornalista disse que achava importante a comercialização de objetos com esses elementos, porque, assim, estaríamos valorizando a produção local. Continua afirmando que esses elementos tornam os produtos diferenciados e podem ser interessantes para os turistas.

Depois de algumas outras respostas, indagamos como identificava a Amazônia, Jussara se limitou a responder “Como a região que concentra a maior biodiversidade do mundo”.

A sexta entrevistada foi Michelle. Era a primeira visita dela ao Espaço, a trabalho, durante a qual exercia atividades como assistente de produção de moda. A primeira pergunta foi feita pela própria entrevistada: “Existe mesmo essa história de energia ruim aqui no prédio?”. Respondi que, mesmo tendo passado um tempo maior nas dependências do prédio, seja como assessora seja pesquisadora, não tinha percebido diferenças, mas que funcionários com maior tempo de trabalho no Espaço afirmavam sentir diferença na energia do ambiente com o passar dos anos.

Como era a primeira vez que Michelle visitava o ESJL, ela nos relatou que só conhecia o local como um “ponto turístico importante e único de Belém. É uma parte importante da história da cidade”. Indagamos por que ainda não tinha visitado o ESJL, Michelle disse que por falta de tempo, mas que pretendia, a partir de agora, visitá-lo mais vezes.

Michelle relatou ainda que conhecia a história do prédio de maneira geral, lembrou dele quando era um presídio e após sua transformação como ponto turístico. Indagamos se ela já usou ou usaria os produtos confeccionados no ESJL, respondeu que “não”, por ter alergia a alguns materiais naturais, mas acha bonito e recomendaria para outras pessoas ou turistas, porque tais produtos “possuem um pouco de tudo que representa a Amazônia”.

Quando indagamos quais elementos amazônicos ela identificava nas peças, Michelle respondeu: “fauna e flora”. Para ela, os produtos que apresentam esses elementos enriquecem o setor de turismo, a identidade e a história local. Neste sentido, vai afirmar que identifica a Amazônia com “o cheiro, o artesanato e o clima”, e que acreditava que os produtos com os elementos e características amazônicas são diferenciados e mais consumidos. “Nós, amazônidas, gostamos de valorizar nossa cultura, seja ela artesanal musical ou culinária”, finalizou nossa conversa.

A paulista Silmara foi nossa sétima entrevistada e a primeira que reside fora de Belém. Silmara estava em Belém a trabalho, em janeiro de 2018. Nossa conversa também aconteceu numa tarde de chuvosa, após seu passeio ao ESJL.

Perguntamos o que ela sabia sobre o Espaço São José Liberto, respondeu que conhecia um pouco da história. Disse que sabia que o prédio tinha sido palco de uma “prisão com mortes”, e que as pedras do Jardim da Liberdade eram “símbolo de ‘harmonia’ [faz sinal de aspas com as mãos] no ambiente, com a finalidade de equilibrar com as energias ruins”.

A paulista disse que estava em Belém a trabalho e queria passear pela cidade, por isso visitou o São José Liberto. Seu relato apresentava empolgação quando falava daquele espaço, reafirmando que tinha amado o ESJL, inclusive efetuando a compra de um anel.

Indagada sobre como conseguiu informações do ESJL, ela relatou que recebeu indicação de moradores locais. Silmara também disse que gostou dos produtos feitos com cristais e pedra, pois ela acredita “nas boas energias da natureza”. Perguntamos se comprou o produto porque identificou elementos amazônicos na peça, ela disse que não, que escolheu porque “achou bonito”.

Quando questionada sobre a importância da produção de objetos com elementos da Amazônia, Silmara respondeu que acha importante que haja esses elementos nos produtos. Disse ainda: “lembro-me de ter visto peças diferenciadas [aponta para a loja do Espaço Moda] peças mais artesanais, únicas”. Silmara não sabe dizer se esses produtos são mais consumidos, mas acha que “chama mais atenção dos estrangeiros”. Por fim, respondeu que recomendaria o ESJL aos turistas pela beleza do lugar.

Nossa oitava entrevista também aconteceu pela manhã de janeiro de 2018, com Juliane, residente em São Paulo, e foi sua primeira visita em Belém. Sua visita ao ESJL foi uma indicação de algumas pessoas, após informar que estava procurando itens de artesanato para comprar.

Quando indagada sobre o que tinha achado do São José Liberto, Juliane se mostrou encantada, e disse que não imaginava que o prédio tivesse aquele porte. “Na real, achei que era uma lojinha, aí chegando aqui vi que tinha várias coisas, um Museu... Eu visitei só a parte aberta ao público”. Ela comparou o local com o Ver-o-Peso, onde é possível encontrar peças com arte marajoara.

Tivemos que reformular nossa pergunta, assim como fizemos com Silmara, considerando que as duas são de fora do estado do Pará. Perguntamos se elas tinham identificado e comprado produtos que apresentassem elementos amazônicos. Juliane nos informou que o que mais chamou sua atenção foram as peças com a “arte marajoara” e os “colares com sementes bem chamativos”. Enfatizou ainda que tinha comprado uma imagem de santa feita em arte marajoara e que o produto foi considerado “muito amazônico”.

Indagamos a importância da produção de objetos com elementos da Amazônia, ela responde dizendo que considera importante, uma vez que demarca a cultura dos locais, ou seja, percebia a arte marajoara e os colares com semente como uma porta de entrada de conhecimento sobre as comunidades e de suas histórias. “As peças representam suas histórias”.

Quando solicitada a identificar o São José Liberto, Juliane disse que observava o local como um dos poucos “espaços genuínos para esse tipo de produção artística, pois não é

produzido em escala, aquela coisa da indústria, que você faz um monte de souvenir e perde o sentido”.

Como oriunda de outra região brasileira, indagamos como a paulista Juliane percebe a Amazônia, disse que seu pensamento lembra logo da “arte marajoara e dos produtos feitos com sementes indígenas”. Juliane afirmou ainda que recomendaria o ESJL aos turistas porque acha que é um local tranquilo, onde é possível conversar com as vendedoras sobre a origem dos produtos.

Antes de finalizar a entrevista, Juliane disse que acreditava ser importante a confecção de produtos com características da Amazônia, pois eles guardavam aspectos diferenciados e atraíam a atenção das pessoas de fora da região.

A cearense Denise, também residente em São Paulo, foi nossa nona entrevistada do mês de janeiro, quando fazia compra de artesanatos numa tarde. Denise já esteve em Belém antes, mas essa foi a primeira vez que visitou o Espaço São José Liberto.

Quando indagada sobre o que sabia sobre o ESJL, Denise afirmou que era um local que “chamava bastante atenção”. Segundo ela, um sentimento de surpresa tomou conta dela ao chegar ao prédio, mas “mas gerou algumas reflexões. A gente não sabe como virou o Polo, mas a experiência foi uma surpresa, que traz coisas boas e não tão boas” ao se referir ao fato de ter pouca história falando sobre a transformação do prédio de presídio São José para São José Liberto.

Indagamos sobre os produtos comprados no ESJL, Denise informou que comprou peças de artesanato para ela e para presentear amigos. Em seguida, perguntamos se ela consumiu porque eram da Amazônia, disse que sim, mas também porque foi confeccionado por produtores locais e as peças eram bonitas. Segundo ela, a aquisição desses produtos representa uma forma de valorizar os produtos do lugar.

De imediato, indagamos quais elementos amazônicos Denise identificava ou fazia questão de adquirir, ao que ela se limitou a responder a “cultura indígena”. Continuou afirmando que era importante ter produção de objetos com elementos da Amazônia, mas não explicou o porquê. Ela também respondeu que recomendaria o ESJL aos turistas e que os produtos são “uma atração por serem diferentes”.

Nossa décima entrevista foi com Raquel, também nascida em São Paulo. Essa era sua primeira visita a Belém e ao Espaço São José Liberto. Informou à pesquisadora que o local foi indicado por amigos e em redes sociais na Internet, denominado pelas pessoas como ponto turístico e de comercialização de artesanatos. Essa entrevista teve uma duração curta, cerca de

20 (vinte) minutos, considerando que Raquel estava mais interessada em visitar o Espaço do que em conversar com a gente.

Indagamos a paulista sobre o que tinha achado do São José Liberto, respondeu que não tinha gostado do resgate histórico, pois considerou que a história do local foi reduzida, principalmente à Cela Cinzeiro: “eu achei bem ruim, acho que não traz uma experiência boa porque não problematiza a experiência de um presídio”. No entanto, afirmou que estava focada em comprar produtos porque recebeu a indicação de que era um lugar de comercialização de artesanatos, isto é, de peças com arte marajoara.

Na ocasião da entrevista, Raquel respondeu que comprou produtos de artesanato como “cinzeiro, moringas, difusor”, tanto para presentear quanto para uso próprio. Indagamos se a compra de tais produtos foi proveniente de ter identificado elementos amazônicos, ela respondeu que escolheu pela “estética marajoara e indígena” e pelo preço que, segundo ela, fora da região Norte é mais caro.

Indagada sobre a importância de ter produtos com elementos amazônicos, Raquel teve dúvidas porque “considerando que as peças têm um teor artístico, fico pensando se as pessoas que produzem têm de fato algum tipo de reconhecimento”. Para ela, os produtos dão vazão para a riqueza da arte de populações tradicionais, mas, por outro, ela questiona se os artistas são valorizados ou se os produtos se tornam apenas um fetiche, e conclui dizendo que “não tem posicionamento sobre essa importância”.

5.2 Olhar endógeno

A segunda parte da pesquisa foi desenvolvida com entrevistas com 09 (nove) pessoas, entre produtores e designers que atuam ou trabalham no espaço São José Liberto, que autorizaram a reprodução parcial ou integral das suas respostas neste trabalho e permitiram a identificação pelo primeiro nome. É importante identificarmos que cinco se identificam como “designer e produtor”, dois apenas como “designer”, uma como “empresária e designer” e uma como “produtora e empresária”.

Antes de iniciarmos as análises das entrevistas, consideramos relevante entender a dinâmica de funcionamento do Espaço São José Liberto. O Instituto de Gemas e Joias da Amazônia é uma organização social responsável pelo gerenciamento do Programa Polo Joalheiro, do Projeto Lua Nova e do Arranjo Produtivo Local de Moda, Design e Indústria do Vestuário. O Programa Polo Joalheiro tem como objetivo a formação de profissionais do setor joalheiro, enquanto o Projeto Lua Nova também tem o mesmo fim, mas é especificamente

voltado para estudantes de Design. Já o Arranjo Produtivo Local de Moda e Indústria do Vestuário está interessado na capacitação e profissionalização de pessoas que atuam na produção de peças, coleções de vestuário e acessórios de moda, como sapatos e bolsas.

Os profissionais que têm interesse em trabalhar no São José Liberto devem se cadastrar em um desses setores, podendo participar dos workshops e oficinas ofertados pelo Núcleo Tecnológico de Desenvolvimento e Operacionalização (NDTO), além de poder comercializar a sua produção em um dos pontos de venda do ESJL: Loja Una (joias); Espaço Moda (vestuário e acessórios); Casa do Artesão Pará (artesanatos). Essa atividade torna o Espaço São José Liberto uma grande loja colaborativa, com marcas e produtos originados da cidade de Belém e do interior.

No setor joalheiro, ligado o Programa Polo Joalheiro, os empresários possuem lojas que funcionam dentro do prédio do São José Liberto, as antigas celas. Eles pagam um aluguel pelo local e já possuem um negócio consolidado. A Loja Una é outro ponto de venda de joias, entretanto, ela é gerenciada pelo setor comercial do Espaço São José Liberto e vende as peças produzidas pelos profissionais que já possuem o seu próprio negócio, mas ainda não possuem loja física para vender as suas peças.

A pesquisa realizou entrevistas, no próprio Espaço São José Liberto, com nove profissionais, entre designers de joias, designers de moda, designer, de diferentes faixas etárias e que atuam em tempos diferentes, como ilustrado pela Tabela 2:

Tabela 2 - Perfil dos Trabalhadores

Nome	Gênero	Faixa etária	Atividade	Tempo de atuação
Brenda	F	26-30 anos	Produtora/ designer	5 anos
Leuan	M	21-25 anos	Designer	4 anos
Lídia	F	31-35 anos	Empresária/ designer	13 anos
Rayan	M	21-25 anos	Produtor/ designer	3 anos
Tiago	Prefere não se identificar	31-35 anos	Produtor/ designer (vestuário)	Menos de 1 ano
Ana Lúcia	F	45 - anos	Produtora/ empresária	12 anos
Camilla	F	36-40 anos	Produtora/ designer	13 anos
Celeste	F	Mais de 60 anos	Designer	12 anos
Renata	F	Prefere não falar	Designer/ empresária	6 anos

Fonte: Elaborado pela pesquisadora

A primeira entrevista foi com a designer Brenda, que atua há cinco no ESJL. A designer tem uma marca autoral chamada “BL Joias e Acessórios”, produzindo peças sob

encomenda e para serem comercializadas nos pontos de venda do Espaço São José Liberto (Loja Una e Casa do Artesão). A entrevista aconteceu em novembro de 2017, mas antes fizemos contato com a designer para saber de sua disponibilidade e aceite em realizar a pesquisa.

A primeira pergunta que fizemos foi como os profissionais identificam o Espaço São José Liberto. Brenda respondeu que identifica “como um espaço aglutinador do setor da economia criativa paraense”. Para ela, trata-se de “um local que incentiva e divulga o saber e fazer do mercado local”. Indagamos sobre a relação entre o Espaço São José Liberto e a Amazônia, ao que a designer respondeu que consegue perceber uma relação do “material imagético como fonte de inspiração para criações de todos os envolvidos”. Relatou ainda que “os produtos existentes no local geralmente utilizam matéria-prima da região, caracterizando a ligação entre o Espaço e a Amazônia”.

Quando indagada como identifica a Amazônia, Brenda recorreu ao imaginário e respondeu “como um bioma diversificado, lugar singular que transmite vida, paz e a relação homem-natureza”. Resposta que nos lembra Paes Loureiro (1995, p. 30), quando afirma tratar-se a cultura amazônica de “uma cultura dinâmica, original e criativa, que revela, interpreta e cria sua realidade. Uma cultura que, através do imaginário, situa o homem numa grandeza proporcional e ultrapassadora da natureza que o circunda. [...] Uma cultura de profundas relações com a natureza”.

Perguntamos que elementos da Amazônia ela seleciona e por que os escolhe para desenvolver suas peças, Brenda respondeu que, além da matéria-prima, como sementes, chifres e couro de búfalo, osso e escamas, ela trabalha os elementos imagéticos, como “linhas, cores, formas do cotidiano, da arquitetura belenense, das flores e fauna da região amazônica”.

Os trabalhos da designer incorporam esses elementos amazônicos, mas segundo ela, “de forma não caricata, não óbvia, pois em meu pensamento gosto de unir o global, seguindo tendências, formas, inspiração artísticas, ao local, matéria-prima, formas, linhas, cores, sendo o ideal da minha marca autoral de joias e acessórios de moda”. Ela diz que procura produzir cada peça com “identidade, cultura e história, tornando-a mais singular e exclusiva possível”.

Novamente indagamos o que a designer considera como elementos de identificação da Amazônia; respondeu reafirmando a natureza, ou seja, “a flora, fauna, cultura indígena, cultura marajoara”. Indagamos se esses elementos fazem com que os produtos sejam mais consumidos e procurados, Brenda relata que percebe que essas características atraem parte do público e que as peças fazem mais sucesso entre pessoas de fora do que entre o mercado local, mas não explica o porquê do interesse externo e do desinteresse interno.

A designer explicou que há uma orientação da direção do Espaço São José Liberto que as peças desenvolvidas apresentem representações da Amazônia, uma vez que tornam as peças produtos diferenciados. Brenda não detalha na entrevista qual o sentido dessas representações ou como elas devem ser representadas.

O proprietário da marca Leuan Designers, José Leuan foi o segundo a ser entrevistado para a pesquisa. O designer recentemente foi contemplado com um edital de incentivo à cultura da Fundação Cultural do Pará. A partir desse edital foi possível desenvolver a coleção de joias chamada “Revoada”, inspirada nas tradicionais manifestações dos Pássaros Juninos⁷, em Belém. A coleção, por ter recebido financiamento em um edital público, não pôde ser comercializada, mas ficou em exposição no Espaço São José Liberto, por todo o mês de novembro de 2017, período de nossa entrevista.

Indagamos sobre o que representava o Espaço São José Liberto, Leuan se manifestou respondendo que enxerga o local como “um amplo polo de oportunidades e desenvolvimento de empresas e pequenos empresários, além de ser um centro de escoamento de produtos direcionados para o mercado turístico”. Para ele, a relação entre o ESJL e a Amazônia está ligado aos produtos “exclusivos e originais do nosso Pará” que podem ser encontrados para comercialização no local.

O designer acredita que a Amazônia está identificada como um “arsenal de fauna e flora ainda em descoberta”, ressaltando que existem muitos “materiais que devemos utilizar de forma sustentável, como o reaproveitamento de materiais orgânicos”.

Com relação aos materiais selecionados na sua produção, Leuan afirmou que suas peças ‘abusam’ de “sementes, cascas, chifre de búfalo, retirado de forma sustentável, folhas, escama, perolas, metais preciosos, pedras preciosas e gemas orgânicas”. Segundo o designer, os elementos amazônicos que estão presentes no seu trabalho são “sementes e gemas orgânicas”, porque são materiais cuja textura “relembra a nossa cultura”.

Quando indagamos o que identifica como elementos da Amazônia, Leuan destacou o “açai, porque para ele “o fruto representa a cultura local pelo ciclo de produção, da plantação e colheita”. Ele também lembrou que os ribeirinhos vivem da venda do produto no mercado, além de ser uma refeição dos paraenses. No final do ciclo, as sementes são usadas na produção de artesanato, então para ele, esse é um importante elemento de identificação da Amazônia. Leuan também aponta que os objetos com sementes de açai são mais consumidos

⁷ Os Cordões e Pássaros Juninos são uma das mais tradicionais manifestações culturais do Pará. Os primeiros registros de Cordões e Pássaros Juninos são do século XIX e início do século XX, e se configuram como brincadeiras teatrais e musicadas, que ocorrem principalmente no período das festas juninas. Nessas manifestações culturais são encenadas histórias que vão de disputas familiares a narrativas amorosas, através de personagens como matutos, nobres e índios.

do que outros. Outros materiais utilizados nas suas peças são “prata, ouro e pedras preciosas, além das sementes e outros elementos orgânicos”.

Com relação à orientação da direção do Espaço São José Liberto quanto à criação das peças e aos elementos da Amazônia, o designer disse que essa orientação é dada apenas nos workshops de criação; quando ele trabalha fora das coleções desenvolvidas para o ESJL, ele não precisa seguir essa orientação.

Por fim, indagamos se as pessoas solicitam produtos com elementos da Amazônia, Leuan disse que essa é uma exigência mais de “pessoas de fora”, para se referir a compradores que não são de Belém. Ele também concorda que elementos da Amazônia tornam os produtos diferenciados e que “parece que quando é da Amazônia as pessoas tendem a se interessar mais na hora de comprar”.

Nossa próxima entrevista, ainda no mês de novembro de 2017, foi com Lídia Abraham, designer e proprietária da marca Yemara Atelier. Suas peças são inspiradas nas pinturas rupestres encontradas em sítios arqueológicos no interior do Pará. As peças são vendidas na Loja Una.

Para Lídia, o São José Liberto é um “espaço cultural onde se encontram produtos de boa qualidade procedentes de várias partes do Pará”. Perguntamos se ela percebe relação entre o Espaço São José Liberto e a Amazônia, ao que ela afirmou: “o Espaço São José Liberto existe em função da cultura Amazônica”. Pedimos que explicasse o que entendia por cultura amazônica. Segundo ela, “se não fossem os elementos naturais do produto e a riqueza mineral da Amazônia talvez o Espaço não existisse, já que reúne produtos e eventos culturais”.

Logo em seguida, perguntamos como ela identificava ou caracterizava a Amazônia, Lídia nos respondeu fazendo a seguinte definição: como “um conjunto cultural formado por saberes, lugar, pessoas, materiais no Norte do Brasil, genuíno, original inigualável, e ao mesmo tempo, delicado que precisa de cuidados e preservação, principalmente das florestas e dos povos tradicionais”. Portanto, observamos uma definição generalista que mistura, ao mesmo tempo, elementos culturais, econômicos, políticos e sociais.

Indagamos também sobre quais elementos a designer selecionava para desenvolver as suas peças, Lídia relatou que sua inspiração tinha “a cultura dos povos do Norte, seja urbana ou dos povos tradicionais (ribeirinhos e indígenas)”. Para ela, essa cultura engloba o espaço físico, as pessoas, os saberes e os materiais.

Quanto aos elementos da Amazônia presentes no seu trabalho, Lídia relatou que as suas peças são repletas de “temas simbólicos e mitológicos”, de “materiais naturais” e “comportamento dos povos”. Também fez questão de ressaltar que a inspiração na arte

rupestre, encontrada em cavernas em algumas regiões do Pará, está presente como elemento amazônico marcante na sua produção de joias. Dentre os materiais utilizados, destaca a “madeira, cocos e pedras em cor verde” na confecção dos seus produtos.

Especificamente sobre que elementos identifica da cultura amazônica, Lídia nos diz que seu trabalho tem forte apelo aos “saberes tradicionais, as lendas que a gente ouve [...] essas coisas que a gente sabe porque alguém contou”. Observamos que a designer recorre ao imaginário para definir a cultura amazônica, ou seja, um “cenário da narrativa legendária do mito e da sua construção decorre da imaginação configurada segundo uma cultura. É o pertencimento cultural que estabelece a identificação entre o real e o imaginário, entre história e imaginário (PAES LOUREIRO, 2009, p. 156).

Lídia Abrahin finalizou sua fala dizendo que os produtos que possuem ou têm elementos amazônicos “são fora do comum”; segundo a designer, é isso que atrai o público, é o magnetismo das peças. Afirmou ainda que as pessoas solicitam os produtos com esses elementos, o que torna os produtos diferenciados e mais consumidos por “pessoas de fora ou com alto poder aquisitivo”.

Já o designer Rayan, que possui uma marca homônima, participa quase sempre dos workshops de geração de produtos, mas confecciona produtos tradicionais como anéis de formatura e alianças de compromisso, vendidos independentemente das peças comercializadas na Loja Una. Sua entrevista aconteceu no mês de dezembro de 2017.

O designer identifica o São José Liberto como “um espaço para desenvolvimento da cultura nacional e principalmente local, que apoia os microempresários e estudantes de designer que não sabem como começar um negócio”. Rayan começou a atuar na área de Design quando ainda era estudante do curso de Design da Universidade do Estado do Pará, tomando conhecimento sobre o Programa Polo Joalheiro nesse período. A partir das informações recebidas sobre o funcionamento do Polo, começou a frequentar os workshops e a participar das coleções desenvolvidas.

Rayan define a relação entre o ESJL e a Amazônia, como “a Amazônia está intrínseca no Espaço, tanto em sua arquitetura, interior e nos trabalhos desenvolvidos dentro dele”. A partir dessa definição, perguntamos como é sua experiência com a Amazônia, responde afirmando que a compreende como um local de “riqueza inimaginável de cultura material e imaterial, além da diversidade de vidas presentes” e destacou que existe uma herança de tradições e mistura entre europeus e indígenas.

Indagamos sobre os elementos amazônicos selecionados para desenvolver suas peças, Rayan responde dizendo que usa “elementos que estejam relacionados à cultura amazônica,

como símbolos e até materiais como sementes, gemas, metais, escamas, fibras”. Indagamos que tipo de símbolos, e completa, “acho que floresta, a vida ribeirinha, os rios, até a cidade e a vida urbana também”.

Perguntamos por que é importante a Amazônia estar presente no seu trabalho, e o designer responde afirmando ser “de fundamental importância ter a valorização do nosso meio local e através do meu trabalho”, pois assim se consegue “disseminar um pouco do que é a Amazônia para os outros, clientes de fora também”. Não fica claro o que o designer compreende por Amazônia, mas relatou que na escolha dos elementos de identificação de traços amazônicos utiliza “materiais como madeira, fibras e símbolos como folhas, flores, ribeiros, a floresta, os rios, os barcos, a feira do Ver-o-Peso”.

Observamos que a escolha dos materiais está comumente ligada a uma Amazônia natural, rural ou do imaginário, pouco se percebem elementos urbanos na produção de peças ou quando os designers procuram identificar o que compreendem por Amazônia. Geralmente é a Amazônia que está “lá”, distante, quase nunca a Amazônia em que se está inserido.

Com relação ao consumo de produtos com elementos amazônicos, Rayan disse que são os mais procurados, mas não especifica em que sentido se dá essa procura e como as pessoas os identificam. Afirmou que os produtos são consumidos mais por pessoas de fora. Há um consumo maior “nacionalmente do que localmente”, mas “ainda há demanda local também”, nos relatou o designer. Não soube responder sobre o pouco interesse das pessoas que aqui moram pelos produtos produzidos no ESJL.

A orientação recebida da direção do São José Liberto, quanto ao uso de representações da Amazônia, segundo Rayan, são mais específicas quando o tema é trabalhado em workshops para as coleções; “fora isso, a criação é livre”, disse o designer.

Quanto à solicitação das pessoas por produtos com elementos da Amazônia, o designer relatou que isso, na sua avaliação, “não é um requisito do produto necessário para os clientes”, mas acredita que “alguns gostam porque são diferentes”. Mesmo fazendo essa avaliação, diz logo em seguida, que produtos que têm esses elementos se diferenciam no ESJL e são mais consumidos pelas pessoas, mas que isso ocorre porque “a temática do produto, seja utilizando material ou elementos estéticos, agrega valor e diferencial ao produto”.

Na entrevista do designer não fica claro se o que valoriza e diferencia os produtos são os materiais utilizados, os elementos amazônicos ou a conjugação dos dois, assim como a forma quase artesanal de sua feitura.

Diferentemente dos outros entrevistados, Tiago está ligado ao setor de vestuário. Nossa conversa aconteceu no início de janeiro de 2018, sendo considerada uma das mais objetivas das entrevistas realizadas para a pesquisa. Tiago possui marca própria, denominada “Prado”, e trabalha de forma independente, mas em 2017 se vinculou ao Arranjo Produtivo Local de Moda e Indústria do Vestuário, quando participou do primeiro workshop de geração de produtos e desenvolveu uma coleção inspirada na obra literária do escritor Dalcídio Jurandir⁸. As peças são comercializadas no ponto de venda Espaço Moda, que funciona no São José Liberto.

Quando indagado como identifica o Espaço São José Liberto, respondeu objetivamente dizendo que é “um espaço de lazer e turismo”. Quanto à relação entre o São José Liberto e a Amazônia, Tiago vai definir como “um lugar onde há uma valorização da cultura amazônica e de suas matérias-primas, através dos produtos que ofertam, como bijóias”. Em seguida, indagamos como é sua experiência com a Amazônia, em relação à qual o produtor afirma ser como “um lugar ímpar, de riquezas minerais, grande fauna e flora e que representam para o mundo um importante habitat que deveria ser mais cuidado”.

Indagamos quais elementos seleciona para desenvolver suas peças, Tiago relata que sempre procura “contar histórias de grandes personalidades paraenses através da elaboração das estampas das peças”. Ele destacou que o escritor Dalcídio Jurandir foi “uma de minhas escolhas para levar o universo literário do autor para a moda”. Perguntamos se essas escolhas são formas de representar a Amazônia no seu trabalho, o produtor afirma que sua inspiração vem de “lugares importantes e históricos do Pará”. O produtor não explica como se dá a tradução das obras literárias nas suas peças, apenas exemplifica as escolhas.

Quanto aos elementos de identificação da Amazônia, segundo ele, considera o que é “capaz de traduzir nossa importância histórica, fauna e flora e/ou nossa cultura”. Para Tiago, as roupas e os acessórios produzidos com materiais da Amazônia são “uma boa ferramenta para se criar uma identificação mais clara com a Amazônia”. Com relação ao consumo de produtos com elementos da Amazônia, Tiago acredita que “os turistas consomem mais esse tipo de material”, mas o produtor não explica e nem justifica o porquê dessa preferência. Perguntamos também quais materiais são usados na confecção dos objetos e ele afirmou que “se usa bastante fibras naturais extraídas de palmeiras”.

⁸ Dalcídio Jurandir - romancista e jornalista - nasceu em 10 de janeiro de 1909, em Ponta de Pedras, na região do Marajó, no estado do Pará. Seu primeiro romance, *Chove nos Campos de Cachoeira*, publicado em 1941, ganhou o prêmio Vecchi-Dom Casmurro. A principal temática dos romances do escritor paraense é a condição social das pessoas que vivem no Marajó e em Belém do Pará, sua identidade, suas formas de sobrevivência. É considerado um escritor que está além de seu tempo, assim como um dos maiores romancistas da Amazônia, com uma técnica de escrita arrojada e inovadora.

Tiago também relata que há orientação da direção do São José Liberto para que as peças desenvolvidas apresentem representações da Amazônia, principalmente nas consultorias e oficinas. Por fim, o produtor vai afirmar que ter elementos da Amazônia faz o produto ser diferenciado e consumido pelos turistas. Segundo ele, “trazer esse tipo de produto para o comércio é uma forma de exaltar nossa cultura, e assim ele se torna diferenciado pelo conteúdo que ele possui”. As pessoas que visitam o ESJL solicitam produtos com elementos da Amazônia.

Ainda no mês de janeiro de 2018, conversamos com a designer Camilla, que trabalha há mais de 13 anos no ESJL. A designer atua com marca própria, mas também comercializa peças produzidas nos pontos de venda Loja Una, Espaço Moda e Casa do Artesão, que funcionam no Espaço São José Liberto. O Espaço São José Liberto “é um local que dá oportunidade a artesãos e a profissionais dos segmentos de arte, moda, design e afins”, assim começa nossa entrevista e se fala sobre a relação estabelecida entre trabalhadores e ESJL. Camilla ressalta que as atividades de capacitação ajudam os profissionais a “dar os primeiros passos para alavancar seus negócios”.

A relação entre o Espaço São José Liberto e Amazônia é percebida por Camilla a partir da produção e comercialização dos produtos porque, segundo ela, “são inspirados de alguma maneira com nossa cultura amazônica, identificados pelos elementos naturais ou pelas formas mais orgânicas dos produtos”.

Diferentemente dos outros, a designer disse que suas criações têm como base as emoções, ou seja, não consegue perceber um elemento específico, mas sentimentos de afetos na produção das peças. Ela relata que gosta de trabalhar com “tecidos (chita), chifre e pedras naturais”, e que produz “em cima de sementes trabalhadas, pedras brutas e madeira de reaproveitamento”. Segundo a designer, é “importante mostrarmos elementos naturais de forma diferenciada”.

Sua percepção para identificar os elementos amazônicos se baseia nas formas e nas “curvas das formas orgânicas”, isto é, nos materiais como “sementes, chifre, madeira e mesmo as gemas”, que para ela, representam elementos muito fortes de identificação. Esses elementos citados são os mais vendidos e procurados no ESJL, segundo a designer.

Com relação às orientações sobre o uso de representações da Amazônia nas peças, Camilla disse que “o Espaço nos exige peças que tenham representatividade amazônica, pois uma das finalidades do espaço é fomentar esse segmento”. A designer afirmou que o ESJL tem um “público assíduo e muito fiel a esse tipo de joias e de acessórios” e que já foi criado

“um conceito muito forte em cima de nossos produtos, justamente por terem essa diferenciação”.

Nossa próxima entrevistada, Ana Lúcia se identifica mais como artesã do que como designer de joias. Ana Lúcia também demonstrou um afeto muito grande quando fala do São José Liberto. “É com o Espaço onde consigo que o meu trabalho seja valorizado, pois minhas peças viajam para fora do país”, afirma a artesã.

Sua identificação com o Espaço São José Liberto é resumida da seguinte forma: “Sou suspeita para falar do São José Liberto, pois amo este lugar. Identifico ele como um espaço cultural, acolhedor onde podemos presenciar um local histórico bem cuidado com museu de gemas, lojas de joias, com a verificação da joia artesanal rica em detalhes”. Para ela, é um lugar que “valoriza o trabalho local, o atendimento dos profissionais da casa do artesanato com excelência, investe sempre que pode em coleções de moda para os participantes do APL de Moda com cursos com professores renomados”.

Na produção de seus trabalhos, seleciona os aspectos artesanais, que para ela são os fortes elementos amazônicos, com a conciliação de materiais com “detalhes em metal” para a loja do Espaço Moda. Segundo a artesã, busca “sempre misturar os materiais, pois não consigo trabalhar com um só material ou insumo”. Ana Lúcia também afirmou que “sementes e fibras naturais na confecção das peças são elementos amazônicos”.

Perguntamos se os objetos com elementos da Amazônia são mais consumidos, e Ana Lúcia falou que tem pouca produção e que “as vendas não são muito grandes, porém são contínuas, onde a maior venda é no mês de outubro”. Relatou que busca se capacitar constantemente a fim de criar “peças com design e qualidade”. Foi categórica ao afirmar que “as vendas são boas se eu me atualizo e invisto em acabamentos e cores tipo tendências da moda”.

A oitava entrevistada foi Celeste, portuguesa, que mora no Brasil há mais de trinta anos. Além de designer, também é artista plástica e produz pinturas em tecido com estampa de bolsas de luxo, comercializadas no ponto de venda Espaço Moda. Identifica o São José Liberto como um local de aprendizado. Há doze anos atua no ESJL e afirmou que “a realização dos workshops, oficinas e exposições tem-se constituído em grande aprendizado, assim como numa produção de qualidade, além de crescer com a marca Celeste Heitmann”. Segundo ela, o Programa Polo Joalheiro lhe permitiu “participar em diversos eventos dentro e fora do país, como exposições e eventos levando o nome do estado e o artesanato, feito por nós”. A designer tece elogios aos pontos de venda do Espaço São José Liberto, uma vez que

eles dão “a oportunidade de poder mostrar o *handmade* [o feito à mão] com qualidade, arte e história”.

Indagamos sobre como ela percebe a relação entre São José Liberto e Amazônia. Segundo ela, “antes os ourives faziam as joias que mostravam apenas o muiquitã” e que o Programa foi dando novas oportunidades, através dos profissionais que nos ofereciam algo novo dentro das oficinas e consultorias. Para Celeste, os workshops dão “outra forma de olhar a nossa cidade, com os estudos em locais escolhidos e assim criações, então, para novas peças com inspirações e materiais que a nossa cidade oferece e que podemos explorar”. A designer relatou que usa no seu trabalho materiais como “chifre, madeira, osso, cuia, fibras naturais”.

Indagamos sobre, como portuguesa e designer, qual é sua experiência com a Amazônia. Celeste afirmou que a “Amazônia, pra mim sempre foi uma forte inspiração, seja nas telas, nas bolsas e nas joias”. Destacou que é uma região que “tem uma riqueza enorme nas cores, seja nas florestas, nos ribeirinhos e nas aves”, também a definindo como “uma enorme fonte de inspirações”.

Com relação aos materiais utilizados na confecção dos objetos, a designer ainda relatou que utiliza “couro, coador de café reaproveitado, cetim, madeira, chifre, gemas e metal precioso”. Ela também respondeu que acha que “isso agrega valor a elas, então são produtos diferenciados, mais procurados”.

Nossa última entrevistada foi Renata, em janeiro de 2018. A produtora trabalha com vestuário, criando peças para a sua marca própria chamada “TuCrias”. Ela começou trabalhando com itens de papelaria e depois começou a desenvolver modelos de blusa. Atualmente, além de trabalhar com a marca, Renata cursa Bacharelado em Moda na Universidade da Amazônia.

Ao ser indagada sobre sua identificação do Espaço São José Liberto, a produtora afirmou que o percebe “como um polo de desenvolvimento de criadores, ainda com muito potencial a ser desenvolvido”. Quanto à sua experiência com a Amazônia, disse que “não tem muita relação com esse tema” e que “na verdade, apesar de usar alguns temas regionais, os usos como parte de um referencial pessoal e não para representar a Amazônia”. Para ela, os elementos presentes no processo de criação têm mais a ver com “gostos pessoais” que “em alguns momentos eles representam temas de Belém”, mas não especificamente a Amazônia.

Observamos a partir do relato de Renata que a Amazônia é percebida como um ‘objeto’ distante. Belém não seria pertencente a esse território, pois a Amazônia está ligada muito mais ao imaginário da floresta, dos rios, da natureza, das águas, do que da urbanidade. Portanto, há um estranhamento da produtora com a Amazônia, principalmente quando

indagamos sobre como ela observa os elementos amazônicos, afirmando que nunca pensou na Amazônia de maneira geral, mas mais especificamente no Pará e lista como elementos “a cultura, a culinária e as lendas”. Renata explica que o seu público, em específico, não solicita peças com elementos regionais e que acha que isso torna os produtos diferenciados e até mais consumido, mas, para ela, “isso não faz diferença”. Distancia, portanto, o estado do Pará da Amazônia.

Reforçamos a indagação e perguntamos que objetos com elementos da Amazônia são mais consumidos, Renata retruca dizendo que “para meu público acho que é indiferente”, exemplificando que já produziu uma coleção inspirada em cantores que foi tão bem comercializada quanto as “coleções regionais”. A produtora estabelece diferenciações no entendimento de cultura, como se a música não fosse uma importante manifestação cultural da sociedade.

Com relação às orientações sobre as representações da Amazônia nas peças, a produtora se mostra contrária a essa determinação, pois acredita “que o que o Espaço São José Liberto deveria trabalhar os criadores locais sem delimitar temas”.

5.3 Análises dos resultados: diferentes percepções sobre o lugar

A experiência de entrevistar visitantes e profissionais permitiu dialogar com diferentes olhares sobre aparentemente um mesmo objeto. Constatamos percepções diferentes sobre o mesmo lugar, considerando os perfis, assim como o próprio entendimento sobre cultura. Percebemos também uma maior resistência dos produtores paraenses na construção de peças que remetam a elementos amazônicos, por vezes, por uma visão estereotipada de Amazônia, como território distante e do imaginário.

Com os visitantes, principalmente os paraenses, percebemos um maior envolvimento nas atividades culturais e na participação de eventos, do que propriamente com o consumo de produtos. Os moradores locais visitam o Espaço São José Liberto com a finalidade de lazer ou trabalho, quando envolvidos em atividades nas dependências do São José Liberto.

Constatamos ainda uma referência dos moradores locais à história do prédio, isto é, o que ele era antes, presídio, e sua resignificação enquanto espaço cultural, comercial e turístico. Nas conversas informais e na pesquisa de observação percebemos que o fato que marcou o fechamento do prédio é marcante e ainda lembrado, sempre que as pessoas visitam o prédio.

O turismo, a valorização da produção local, a promoção de emprego e renda, e preocupação com a sustentabilidade, identidade e identificação dos produtos também foram respostas recorrentes entre os entrevistados/visitantes, tornando, assim, a relação das pessoas com o Espaço um reflexo do que o discurso oficial propaga: um local de lazer que gera produção e capacitação para empreendedores criativos da cidade; discurso esse que parece refletido na fala dos visitantes.

A relação criada entre os visitantes com o Espaço se refere mais a participar de eventos culturais que são realizados no lugar. Eles identificam o Espaço como um importante centro de comercialização de produtos regionais, mas voltado principalmente para turistas. Os visitantes relatam a importância da cadeia produtiva que desenvolve o setor de joias, acessórios e vestuário, porém, não participam como consumidores finais do processo.

Os moradores locais visitam o espaço com a finalidade de participar de eventos ou levar pessoas de fora para conhecer. Por outro lado, os turistas visitam mais com interesse em consumir produtos, como artesanatos, *souvenirs*, peças religiosas ou outros, do que em visitar o Espaço enquanto ponto turístico da cidade. Observamos que os turistas desconhecem a história do prédio, mas quando chegam no Espaço São José Liberto, as pessoas fazem questão de lembrar o que era antes e mostrar aspectos do prédio anterior, como celas e outros elementos.

Os visitantes compreendem, de maneira geral, o Espaço São José Liberto como um lugar dentro da Amazônia, tanto pela localização geográfica, como pela história, mas também pelas atividades desenvolvidas, incluindo os movimentos e eventos culturais, mas, principalmente, pela comercialização dos produtos com identificação de elementos amazônicos, atribuídos não apenas ao fato de serem desenvolvidos localmente, mas também aos materiais usados.

Constatamos que as identificações amazônicas, tomadas como traços particulares e singulares de sua cultura, estão presentes na produção das peças comerciais, como na inspiração e referências. As visitantes, quando indagadas sobre os elementos amazônicos, responderam “fauna”, “flora”, “biodiversidade”, “cultura indígena”, “povos tradicionais” como elementos de representação da Amazônia, mas o termo mais usado se refere à “cultura marajoara”, representada em grafismos no vestuário, nas joias e, principalmente, no artesanato, como comercializado no ponto de venda Casa do Artesão.

A construção do imaginário não é feita por acaso. As imagens relacionadas aos elementos amazônicos remetem ao estereótipo sobre o que é a Amazônia, conforme o imaginário que existe sobre a região. Respostas semelhantes ditas por pessoas diferentes e em

momentos distintos levam à conclusão de que as imagens recorrentes às pessoas, quando se fala em elementos amazônicos, referem-se à natureza e à cultura indígena. A imagem sobre a Amazônia é uma transição entre o real e o que é imaginado como um espaço de representação visual ligado à exuberância das florestas ou ao tamanho geográfico, formado por elementos que tentam resumir o total da região, de forma a criar-se estereótipos sobre ela:

Esta esterotipia da Amazônia pode ser vista como um processo de mediação que usa como princípio normativo geral o padrão cultural do estrangeiro, por alteridade que desconhecendo os modos de produção local e a relação com o ambiente, foi referenciando as diferenças como se fossem anomalias (AMARAL FILHO, 2016, p. 82).

O “processo de mediação colonialista” (AMARAL FILHO, 2016) passa por uma mudança no período do pós-colonialismo: se antes o discurso era voltado para o desenvolvimento e crescimento econômico para a região, no segundo momento, o conhecimento das populações locais é cada vez mais valorizado de tal forma que o colonizado ganha voz e espaço. Porém, a base ainda é regida “pelo uso de recursos naturais, só que agora centrados no paradigma da sustentabilidade” (AMARAL FILHO, 2016, p. 83).

Encontramos nas respostas dos pesquisados discursos semelhantes, principalmente dos visitantes que, quando perguntados sobre a importância do Espaço São José Liberto, comentam sobre a “valorização da produção local” e “valorização da mão-de-obra local”. Algumas respostas também estavam voltadas para o discurso da sustentabilidade, argumentando o uso de matérias-primas naturais, como sementes. Notamos que essas respostas estão presentes tanto em falas dos visitantes locais quanto de turistas de fora da cidade de Belém, o que nos faz perceber que o estereótipo sobre os elementos amazônicos consta nas pessoas que moram aqui e nas pessoas que possuem uma visão estrangeira: “A relação do padrão cultural do estrangeiro com o padrão das populações autóctones gerou o padrão que temos hoje, mas que nos dois casos têm como referência principal a floresta como complexo de riquezas a serem exploradas” (AMARAL FILHO, 2016, p. 83).

Os visitantes acreditam que a produção existente no Espaço São José Liberto apresenta características de valorização da cultura local, representada nas atividades desenvolvidas, que movimentam o comércio, o turismo e o desenvolvimento da economia criativa da cidade, oportunizando novos empreendedores, e nos produtos com as características indígenas, marajoaras e matéria-prima natural.

Entendemos, portanto, que as pessoas que visitam o ESJL compreendem esse Espaço como um ponto de referência amazônica, tanto pelos eventos realizados quanto em relação

aos produtos comercializados. No entanto, somente lhes interessa participar das atividades, até como uma forma de prestigiar e fazer parte das atividades desenvolvidas, pois em relação ao consumo, eles ainda enxergam que são feitos para o outro, o turista, o estrangeiro.

Para os visitantes é marcante o conceito de espaço, considerado como produto e produtor das relações sociais, ou seja, como uso, apropriação e percepção, que enunciam representações do mesmo (PELLEGRINO, 1986).

O espaço se transforma em lugar quando ele é experienciado, ou seja, no momento em que os pesquisados contam sobre como percebem o ESJL, o local deixa de ser espaço e se torna lugar porque houve um contato, uma mudança, uma percepção expressada a partir do momento em que criam vivências dentro do local. Tuan (1983) coloca o conceito de “espaço” mais abstrato que o de “lugar”, como sendo dotado de valores apropriados a partir das vivências cotidianas:

Mas “sentir” um lugar leva tempo: se faz de experiências, em sua maior parte fugazes e pouco dramáticas, repetidas dia após dia e através de anos. É uma mistura singular de vistas, sons e cheiros, uma harmonia ímpar de ritmos naturais e artificiais, como a hora do sol nascer e se pôr. De trabalhar e brincar (TUAN, 1983, p. 203).

As respostas dos profissionais se assemelham, em algumas ocasiões, com a fala dos visitantes. Entretanto, a relação dos designers e produtores se torna mais profissional, já que eles conseguem perceber o ESJL como um espaço onde eles podem desenvolver as suas habilidades e, principalmente, os seus negócios. As experiências dentro do Espaço São José Liberto são diferentes entre profissionais e visitantes também pelo fator tempo: a familiarização com o lugar, que se torna espaço, só é alcançada depois de certo tempo, quando ocorrem as apropriações afetivas nas relações humanas: “Com o tempo nos familiarizamos com o lugar, o que quer dizer que cada vez mais o consideramos conhecido” (TUAN, 1983, p. 203).

Os designers e os produtores percebem o São José Liberto como um lugar da cultura amazônica, novamente, pela geografia e história. Ou seja, o lugar do pertencimento, da vivência e da experiência. Em Tuan (1983, p. 83) “quando o espaço nos é inteiramente familiar, torna-se lugar”. Espaço e lugar se relacionam, mas identificamos os espaços como “o mítico, o pragmático e o abstrato”, pois espaço se torna lugar na medida em que é experienciado e valorizado, que tem significação para pessoa, lugar é mais concreto que espaço (TUAN, 1983, p. 19). O lugar tem, então, muitos significados atribuídos pelas pessoas

e traduz os espaços com os quais as pessoas têm vínculos mais afetivos e subjetivos que racionais e objetivos.

A partir das respostas dos produtores e designers, percebemos que eles conseguem entender o desenvolvimento da cadeia produtiva de joias, da economia criativa e do mercado local, inserindo-se como parte desse processo, pois atuam ativamente com as atividades do lugar. Esses trabalhadores não fazem relação do prédio com sua história do passado, mas com sua experiência no presente, ou seja, o significado cultural das atividades promovidas ou desenvolvidas pelo São José Liberto. Percebemos que há uma relação de co-construção entre espaço e produtores.

Os produtores usam bastante as palavras “local” e “tradicional” para referir-se às inspirações na hora da produção das joias. Para eles, a representação da Amazônia nas joias continua sendo a do imaginário, da natureza, da beleza, do mítico, dos povos indígenas, a cultura marajoara e o uso de matérias-primas naturais, como gemas, escamas, fibras, sementes, entre outros materiais. A particularidade no uso de materiais típicos da região também pode ser compreendida por uma aprendizagem com o artesanato regional:

A Joalheria se apropriou do artesanato local, como diferencial ao “modo de fazer” joias, pelo fato de agregar materiais e técnicas de manuseio de sementes, cascas, fibras e madeira como alternativas aos altos valores de matéria prima, pois, buscou de forma intuitiva minimizar o uso dos metais nobres, como o ouro e a prata; e as gemas, como o diamante, as variedades de quartzo (ametista, citrino e cristal), esmeralda, turmalina e topázio, que caracterizam intrinsecamente uma joia, substituindo por material orgânico (GOUVEA PINTO, 2012, p. 52).

O consumo das joias e acessórios se torna uma frivolidade considerando que não faz parte das necessidades básicas humanas. Conforme Amaral Filho (2016, p. 148): “O consumo se define como cultura por um processo de inversão social que subverte a natureza da necessidade individual para um modelo de iguais em certas quantidades que servirá como desejo de estilo de vida para um e para todos”. Encontramos no consumo de joias, assim como o de moda, uma necessidade de diferenciação dos demais, como uma maneira de sentir-se único e diferente, ao mesmo tempo em que também é uma forma de estar em determinado grupo social.

Para Simmel (2006), esse indivíduo em sociedade “é pressionado por todos os lados, por sentimentos, impulsos e pensamentos contraditórios, e de modo algum ele saberia decidir com segurança interna suas diversas possibilidades de comportamento” (SIMMEL, 2006, p. 40). O indivíduo em grupo se fortalece e passa a ter decisões mais firmes em busca de suas

necessidades. Ele sozinho hesita em seus impulsos; quando encontra o outro com as mesmas intenções, ele deixa de hesitar. Assim, compreendemos que o indivíduo busca unir-se ao outro para a conquista de uma força que não é física, e sim, social. “O asseguramento da existência, [...] o desejo de afirmar e expandir a própria esfera de poder, [...] – este são impulsos fundamentais para os indivíduos, impulsos a partir dos quais ele pode se associar de modo conveniente a muitos outros indivíduos” (SIMMEL, 2006, p. 41).

Observamos que em Simmel o desejo do poder e de se firmar socialmente é uma vontade de cada indivíduo, é o que ele chama de impulso primitivo, e que, portanto, ao se associar com o outro, as buscas por esses impulsos tornam-se convenientes. Consumir produtos é uma maneira de se destacar entre os demais, ao mesmo tempo em que funciona como um jeito de pertencer a determinados grupos. Antes, o consumo ocorria para atender às necessidades básicas e, atualmente, fala-se em *cultura do consumo* que diz respeito a “geração de necessidades, que por sua vez são determinadas pela criação de novos produtos que extrapolam a natureza da utilidade para se constituírem *pseudonecessidades*” (AMARAL FILHO, 2016, p. 155- 156).

A *cultura do consumo* está diretamente relacionada com os desejos, com a vontade de possuir algo que não necessariamente é essencial para a sobrevivência, mas que carrega algum simbolismo. A diversificação de produtos traz à tona o sentimento de distinção, apontado por Simmel (2006) como a maneira de pertencer a um determinado grupo, com a finalidade de socialidades. Percebemos, assim, que o consumo de produtos dentro do Espaço São José Liberto se dá não para atender às necessidades básicas, mas saciar o desejo de possuir itens diferentes e que são ligados ao imaginário que se tem sobre a região amazônica.

Na fala dos designers, ficou claro que existe um público que busca essa diferenciação por meio dos adornos, mas que não está localizado em Belém e sim em outras cidades do país e do mundo, já que o consumo dos produtos ocorre também por quem é de fora. O fato de as joias carregarem significados, tanto materiais quanto simbólicos, torna-se essencial nesse espaço para a sua comercialização, razão pela qual as peças apresentam elementos diferenciadores a partir de uma possível marca Amazônia, entre as suas características, pois também é uma maneira de consumir a cultura amazônica:

A relação, portanto, do comportamento do consumidor com as culturas nacionais mostra que estas dimensões culturais desempenham um papel fundamental na estrutura cognitiva do indivíduo que por sua vez vai afetar a tendência para adoção de novos produtos e que são incorporados pelo marketing e pela publicidade nas rotinas de produção de campanhas e anúncios (AMARAL FILHO, 2016, p. 147).

Os possíveis compradores das peças desejam adquirir o diferente, aquilo que possa traduzir elementos marcantes da cultura amazônica, quase sempre reforçados pelo imaginário construído sobre a região, disseminada pela publicidade não só do ESJL, mas também por todos os meios de comunicação e reforçado pela ideia que se tem da Amazônia desde a sua descoberta.

Para Gouvêa Pinto (2012, p. 51), também existe uma tendência dos designers a adotar as características amazônicas na hora de produzir. Para ela, eles

assumiram por força do mercado as feições amazônicas nos seus projetos, materializadas nas temáticas de coleções referentes à história, hábitos e costumes paraenses como: as lendas, mitos fauna e flora amazônica, produzidas localmente, mas com possibilidades de inserção em locais distanciados de sua origem.

Assim como os visitantes, os designers e produtores conseguem referenciar o Espaço São José Liberto como parte e representação da Amazônia. Mas eles vão além por serem agentes ativos no processo de desenvolvimento da economia criativa e do mercado local. Eles possuem orientação e até mesmo uma predisposição para representar a Amazônia na produção das suas peças, seja por meio das formas, do material usado seja por meio da inspiração imaterial e imaginária selecionada na hora de criar uma joia.

5.4 Considerações após a análise dos resultados

Algumas considerações se fazem necessárias após a análise dos dados, tanto da pesquisa de observação como das entrevistas com os visitantes e produtores ou designers. Primeiro, consiste na diferença entre conversar com as pessoas enquanto se observa, sem mostrar-se pesquisadora, e conversar deixando claro que se trata de uma pesquisa científica. As respostas são mais naturais quando as conversas são espontâneas, tanto dos visitantes quanto dos profissionais.

Durante o percurso metodológico da observação, encontrei várias pessoas que se referiram ao Espaço São José Liberto como Presídio São José. São recorrentes expressões como “ficou bonito esse lugar, antes era só violência quando era presídio”. Eu perguntava sobre as memórias e logo vinha uma história sobre a morte dos presidiários na última rebelião ou sobre algum conhecido que esteve preso ali.

Os turistas tecem elogios ao Espaço São José Liberto, pela recepção, pela história, por ser um ponto turístico interessante para conhecer na cidade. Os produtos também atraem os

visitantes que vão em busca de artesanatos para presentes ou itens diferentes para levar para si, familiares e amigos.

Entre os profissionais que atuam no Espaço São José Liberto, de modo geral, foi observado um clima amistoso, quando eles convivem juntos, em um ambiente de ensino. Entretanto, é possível perceber que existe uma relação de competição, mesmo que ninguém fale sobre isso abertamente. Há uma disputa de atenção para ganhar destaque na mídia. Questões como as peças que vão ser filmadas e fotografadas pela imprensa ou quem vai gravar entrevistas são questões de interesse e conflito entre os designers.

Cabe à direção executiva do Espaço São José Liberto mediar essas questões e dar oportunidade para que todos tenham local de fala. Uma das formas de fazê-lo é divulgar os nomes de todos os envolvidos no processo de criação das coleções e dividir os entrevistados entre os programas de televisão e matérias produzidas para jornal impresso ou rádio, como forma de dar espaço midiático para todos, ou pelo menos, para a maioria.

Alguns profissionais se mostram mais proativos e se empenham para produzir novos produtos para suas marcas. Observamos que a direção do Espaço São José Liberto procura garantir apoio aos produtores, cedendo o local para o lançamento de novas peças, sem cobranças financeiras. As atitudes pessoais podem gerar conflitos entre os outros profissionais, que podem enxergar tal atitude de apoio da direção como preferência por determinadas pessoas.

Durante a pesquisa, em conversas informais, percebemos conflitos e tensionamentos entre os profissionais, mesmo considerando o silêncio sobre o assunto. Entretanto, quando me apresentava como pesquisadora e demonstrava interesse em fazer perguntas para o desenvolvimento do estudo, o discurso de alguns mudava, mostrando exaltação pelo Espaço São José Liberto e pelas iniciativas, como o Programa Polo Joalheiro, que beneficia e promove a capacitação dos profissionais.

O trabalho desenvolvido pelas iniciativas que funcionam no Espaço São José Liberto, como o Programa Polo Joalheiro e o Arranjo Produtivo Local de Moda e Indústria do Vestuário, é voltado para o incentivo e capacitação dos profissionais do setor joalheiro ou de vestuário, para que eles possam aprender a trabalhar no desenvolvimento do seu próprio negócio. Por isso, os pontos de venda “Loja Una” e “Espaço Moda” são lojas incubadoras que deveriam possuir rotatividade entre as marcas comercializadas. Entretanto, para quem não tem um espaço físico próprio é cômodo e financeiramente mais barato continuar produzindo para esses pontos de venda. Veladamente, esse fato gera conflito entre os produtores e a direção de gerência o ESJL.

Outra consideração que merece atenção se refere ao volume de entrada de produtos novos e vendas de joias e acessórios de moda. Constatamos que parte da receita do Espaço São José Liberto é advinda da comercialização de produtos para o próprio governo do Pará, por meio de contrato que permite à Casa Civil comprar produtos para presentear autoridades ou para outras ocasiões. Em 2017, por esse contrato, foram comercializados 3.229 produtos, de um total com mais de 50 mil itens, gerando um total de R\$ 114.711,04 em volume de vendas. Também observamos que existe um público local, de alto poder aquisitivo, que compra os itens mais caros e luxuosos comercializados no Espaço e nas lojas particulares que funcionam no prédio⁹.

Os números gerados mostram que efetivamente existe resultado após os investimentos da direção executiva do Espaço São José Liberto. O efeito se reflete nas observações feitas durante a pesquisa e nas respostas dos pesquisados, que demonstram interesse em continuar atuando nas iniciativas do ESJL, como forma de fortalecer a economia criativa local.

Entretanto, a memória do prédio, que por muito tempo funcionou como Presídio São José, ainda é uma questão muito cara para a direção executiva do atual Espaço São José Liberto. É evidente que existe o esforço da administração para “apagar” essa memória de presídio, mas se trata de um passado recente e de um imaginário ainda presente na coletividade da cidade. As informações estampadas nos quadros que guiam os visitantes se voltam para a mudança de função do prédio e, principalmente, pela restauração promovida pelo governo do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), em 2002, sob a tutela do então governador Almir Gabriel.

Rodrigues (2009) aponta para três momentos que dizem respeito à apropriação e reapropriação do prédio ao longo da sua história: o primeiro momento ocorre no período colonial, quando “os Frades Franciscanos estabeleceram-se em Belém e passaram a usar as dependências do então Convento de São José para suas atividades” (RODRIGUES, 2009, p. 6) e, ainda de acordo com o mesmo autor, o olhar sobre o prédio estava relacionado com a ideia de um local sagrado; o segundo momento ocorre quando o prédio funciona como Cadeia Pública, em 1843, em seguida como Presídio São José, entre 1944 a 1999, e “nesta era, os espaços de São José foram (re)funcionalizados, assumindo a condição de espaço degradado moral, ética e socialmente, pelo imaginário social constituído” (RODRIGUES, 2009, p. 6).

⁹ Também em 2017, foram calculados 49.015 itens de artesanatos vendidos, gerando R\$ 797.845,54 em volume de venda. Em relação à comercialização de joias, foram vendidas 2.682 peças, com um total de R\$ 833.722,72 em volume de vendas. Ainda sobre 2017, foi calculada a comercialização de 1.580 itens com a geração de R\$ 179.844,12 em volume de vendas de produtos de moda gerados pelos empreendedores criativos do Arranjo Produtivo Local de Moda e Indústria do Vestuário no ponto de venda Espaço Moda.

Por fim, Rodrigues (2009) apresenta o terceiro momento que se refere aos dias atuais, após a revitalização do prédio para abrigar o Espaço São José Liberto, definido como território criativo, cultural e turístico da cidade:

Desse modo, para o caso do espaço São José Liberto, busca-se retomar o “Tempo Luminoso”, através da concepção de uma imagem de “fausto”, de vivências passadas, do “belo” enquanto lugar sagrado renascido para ser a “jóia”, em oposição ao “sujo” e o profano que constituía o imaginário social do período anterior à “revitalização” (RODRIGUES, 2009, p. 7).

Portanto, o Espaço São José Liberto configura-se, de acordo com a pesquisa como um local tomado como referência sobre a Amazônia, no qual, em suas experiências comunicativas, os designers, principalmente, conseguem representar esta região nos seus produtos. A relação dos visitantes se torna uma experiência de apreciação dos eventos, como uma forma de fazer parte das atividades e da cultura amazônica. O Espaço São José Liberto, entretanto, ainda não conseguiu se consolidar como um lugar de identificação da Amazônia: as pessoas encontram elementos que consideram amazônicos, mas se limitam a reproduzir estereótipos criados sobre a Amazônia como uma região ligada excessivamente às florestas, rios, populações tradicionais e aos materiais de sementes ou cerâmicas que são usados na confecção das peças comercializadas no Espaço São José Liberto.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS: OS CAMINHOS QUE PARTEM DO ESPAÇO SÃO JOSÉ LIBERTO

O Espaço São José Liberto é um local que esteve presente na minha história antes mesmo da construção desta pesquisa. Sem querer, caminhos me levaram para aquele prédio histórico onde eu tinha a curiosidade de identificar aspectos da moda na Amazônia paraense. Entretanto, as questões se tornaram mais complexas e analisar as interações comunicativas construídas pelas pessoas que por alguma razão frequentaram o ESJL se tornou o objetivo da pesquisa. Também foi incluído, entre os objetivos, identificar as relações comunicativas e de socialidades estabelecidas pelas pessoas com o Espaço São José Liberto, além de identificar o Espaço São José Liberto como representação simbólica da “identidade” amazônica.

O enredo da pesquisa, na tentativa de chegar às respostas, construiu um aporte teórico que me parece lógico. Por isso, começamos com a compreensão sobre a sociedade e as relações de sociação e socialidade a partir do sociólogo Georg Simmel. Entendemos que as contribuições do autor atravessaram os limites geográficos, chegando a influenciar pensadores como Robert Ezra Park, na Escola de Chicago, nos Estados Unidos. Os estudos sociológicos desse grupo, do qual também fez parte George H. Mead, consideravam a cidade como um grande laboratório de observação das relações sociais.

As influências dessas pesquisas chegaram até a área da Comunicação, que a compreende como um processo de relação de um eu com o outro. Encontramos em Vera França a referência para considerarmos em nossa abordagem teórica. Em seguida, a partir das pistas sobre experiência deixadas por França, exploramos melhor o conceito a partir de Rodrigues e chegamos à ideia de estetização das mercadorias, a partir de Gilles Lipovetsky e Jean Serroy, além de considerar o conceito de capital simbólico, de Pierre Bourdieu, para discutir os valores presentes nos produtos comercializados no Espaço São José Liberto e também quem os consome.

Entre outras discussões, chegamos também na questão da experiência. Discutir experiência é sempre um desafio, pois partimos dos autores, mas é bem mais interessante quando podemos entender a experiência a partir do contexto do qual ela faz parte. A experiência é um mecanismo de observação e trouxemos esse conceito a partir de entrevista oral com os pesquisados.

Na continuação da construção de um suporte teórico, buscamos compreender a noção de imaginário, a partir de Gilbert Durand, para poder olhar mais especificamente sobre o imaginário Amazônico, a partir de autores que dissertaram sobre a região amazônica, como

Neide Gondim, Magali Bueno, Vânia Costa e Manuel Dutra. Otacílio Amaral Filho norteou o entendimento da Amazônia como marca, enquanto a ideia sobre construção da sua identidade por meio da comunicação ocorreu a partir da leitura de Sá Martino. Por fim, mas não menos importante, trabalhamos com os conceitos de “espaço” e “lugar”, a partir de Yi-Fu Tuan, para diferenciar os sentidos dos dois substantivos e entender que os termos não são sinônimos na concepção do autor: para que o espaço se torne lugar, é preciso que ele tenha sido experienciado.

Para tentar solucionar as questões expostas, a metodologia adotada foi uma combinação de observação participante, com inspiração etnográfica, e realização de entrevistas com visitantes e profissionais que atuam no Espaço São José Liberto. A pesquisa foi realizada entre maio de 2017 e janeiro de 2018, como forma de acompanhar dias comuns e dias de eventos de diversas naturezas, além de poder observar a movimentação do local em períodos festivos, como o Círio de Nazaré, ou datas comerciais, como o Natal.

O grande diferencial do Espaço São José Liberto é que se trata de um exemplo de cultura local. É um espaço referencial onde se pode perceber a “re-funcionalidade” do prédio a partir das intenções de um projeto de governo, intenções que possuem uma lógica dentro de um discurso institucional e que fazem parte da criação da forma que se pretende dar à cidade. Também é importante perceber que existe um público selecionado para consumir dentro do Espaço São José Liberto, provavelmente a partir de um critério segregacionista, pela lógica do planejador, mas que está implícita. Trata-se também de uma perspectiva de enxergar a cidade como uma possibilidade de consumo da cidade, mas tem uma discussão imensa sobre como as mazelas sociais da cidade interrompem os projetos de consumo da cidade e que não cabem nessa pesquisa, pois não foi possível compreender o entorno do Espaço São José Liberto.

O presídio ainda é parte de como as pessoas enxergam prédio, trata-se de uma memória constante e ainda presente. O planejamento do Espaço São José Liberto pode ter sido voltada para o “apagamento da memória” o que produz uma lógica excludente, já que apagar a memória do presídio é apagar a memória dos presos, normalmente uma classe marginalizada.

O percurso da pesquisa de observação foi repleto de aprendizagens. Aprendizagem sobre rotina administrativa do Espaço São José Liberto e sobre as pessoas que trabalham lá. Aprendizagem sobre o funcionamento de uma cadeia produtiva que envolve a exploração das riquezas naturais do estado do Pará – e não me refiro apenas aos minérios ou pedras preciosas, mas também aos materiais que dão origem às peças de joias e vestuário comercializadas e que

possuem uma carga simbólica muito grande, tanto pela sua composição quanto pelo significado de terem sido produzidas por produtores locais a partir de ideias construídas com inspiração no imaginário amazônico. Aprendizagem também sobre os caminhos percorridos pelos visitantes, que se encantam quando enxergam, pela primeira vez, o tamanho dos quartzos expostos na entrada do Museu de Gemas ou no Jardim da Liberdade.

A aprendizagem também veio em forma de respostas dos pesquisados. De maneira geral, o discurso estereotipado sobre o que é a Amazônia ainda se faz presente nas falas tanto dos visitantes quanto dos profissionais que atuam no Espaço São José Liberto. O local ainda é identificado como um ponto turístico e um ponto de vendas, para aqueles que vêm de fora, e um centro cultural, com opções de eventos, para os que moram em Belém. Os pesquisados não costumam consumir os produtos de maior preço porque afirmam não serem produtos dentro do seu poder aquisitivo. Assim, aprendemos que quem consome joias e produtos mais caros não gosta de ser identificado, o que se tornou uma dificuldade no percurso do trabalho: conhecer um outro público que frequenta o Espaço São José Liberto, aquele que consome, de fato, as joias comercializadas nos pontos de vendas do prédio.

Dentre tantos aprendizados, também é importante enfatizar a memória que ainda se faz presente do Presídio São José, mesmo que simbolicamente. Ao longo dos meses de observação, foi constantemente ouvido o nome “antigo presídio” quando alguém se referia ao local. A conversa era seguida por histórias de violência que marcaram a rebelião no local, mas também, ouvir histórias de que “hoje está muito pior” e que há muitos anos, só tinha “ladrão de galinhas” na cidade. Essa memória que ainda está presente, mesmo sendo elemento do passado, tenta, a todo momento, ser apagada e esquecida, limitada apenas a reprodução de uma cela que conta apenas o trecho de uma história de mais de cem anos.

Em oposição à memória de violência, o nome “Liberto” traz outro discurso: da liberdade tanto de ir e vir, para os visitantes, como da liberdade de criar, para os profissionais dos setores joalheiro e de vestuário. Também estão incluídas a liberdade de aprender, criar, produzir e experimentar nessas áreas que, às vezes, são limitadas apenas pelo interesse comercial. Claro que o interesse em lucrar existe, mas não se está limitado a isso: o Espaço São José Liberto permite a comercialização de produtos artesanais, originais e, em alguns casos, até únicos.

As experiências comunicativas nos mostram que o Espaço São José Liberto deixa de ser apenas “espaço” e se torna “lugar”, a partir do momento em que ele é experienciado por determinado tempo: o de uma visita que dura meia hora ou de uma década ou mais, como no caso dos profissionais que tecem relações a partir da sua formação e capacitação profissional.

Por fim, o aprendizado maior que fica é que esta pesquisa é sobre pessoas. Portanto, não se trata de uma pesquisa acabada, mas que deixa vestígios para futuras investigações, porque as pessoas são diferentes umas das outras, possuem experiências distintas e, principalmente, possuem experiências próprias e diversas que são traduzidas em forma das relações comunicativas o tempo todo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMARAL FILHO, O. *Amazônia versus* meio ambiente: sedutoras armadilhas discursivas da mídia para fidelizar novos consumidores. In: AMARAL FILHO, O.; CASTRO, F. F.; SEIXAS, N. S. A. (Org.) **Pesquisa em Comunicação na Amazônia**. Belém: FADESP, 2010. p. 19-43.
- _____. **Marca Amazônia: o marketing da floresta**. Curitiba: CRV, 2016.
- ANAZ, S. A. L. et al. Noções do imaginário: perspectivas de Bachelard, Durand, Maffesoli e Corbin. **Revista Nexi**, São Paulo, n. 3, p. 1-16, 2014.
- BACHELARD, G. **A poética do espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.
- BARBOSA, M. M. **Entre a filha enjeitada e o paraensismo: as narrativas das identidades regionais na Amazônia paraense**. 2010. 446 f. Tese (Doutorado em História Social) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.
- BERGER, P. LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. 36. ed. Petrópolis Rio de Janeiro: Vozes, 2009.
- BHABHA, H. K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2008.
- BISPO, V. S. Política Cultural, Economia Criativa e Desenvolvimento Territorial em Belém e na Amazônia Paraense. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL POLÍTICAS CULTURAIS, 5., 2014, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2014. p. 1-14.
- BONI, V.; QUARESMA, S. J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em ciências sociais. **Em tese**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 68-80, jan./jul. 2005.
- BOURDIEU, P. **The logic of practice**. Cambridge: Polity Press, 1990.
- _____. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
- _____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- _____. **A distinção: crítica social do julgamento**. 5. ed. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2008
- BRAGA, J. L. Aprender metodologia ensinando pesquisa: incidências mútuas entre metodologia pedagógica e metodologia científica. In: MOURA, C. P.; LOPES, M. I. V. (Org.). **Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016. p. 77-98.
- BRITO, R. Mídia, construção do imaginário moderno e identidade no Brasil. In: AMARAL FILHO, O.; CASTRO, F. F.; SEIXAS, N. S. A. (Org.) **Pesquisa em Comunicação na Amazônia**. Belém: FADESP, 2010. p. 187-204.
- BUENO, M. **O imaginário brasileiro sobre a Amazônia: uma leitura dos viajantes, do estado, dos livros didáticos de Geografia e da mídia impressa**. 2002. 187 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.
- CAPRINO, M. P (Org.). **Comunicação e inovação: reflexões contemporâneas**. São Paulo: Paulus, 2008.
- CASTRO, F. F. A identidade encenada: a produção artística de Belém como laboratório e teatro da amazônica. **Revista Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 20, p. 137-149, 2012a.

_____. A sociologia fenomenológica de Alfred Schutz. **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, v. 48, n. 1, p. 52-60, jan./abr. 2012b.

CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano I: as artes do fazer**. Petrópolis: Vozes, 1994.

CHAVES, D. A. **Políticas públicas e as pequenas empresas no cenário da mineração: o setor de gemas e jóias de Belém**. 2015. 257f. Dissertação (Mestrado em Planejamento e Desenvolvimento). Universidade Federal do Pará, Belém, 2015.

CIDREIRA, R. P. **A moda numa perspectiva compreensiva**. Cruz das Almas: UFRB, 2014.

COSTA, V. M. T. **‘À sombra da floresta’**: os sujeitos amazônicos entre estereótipo, invisibilidade e colonialidade no telejornalismo da Rede Globo. 2011. 295 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2011.

DAMASCENO, A. R. S. A estetização do mundo. **Signos do Consumo**, São Paulo, v.7, n.1, 2015. p. 109-113, jul. 2015.

DURAND, G. **A imaginação simbólica**. 6. ed. Lisboa, Edições 70, 1993.

_____. **Champs de l’imaginaire**. Grenoble: Ellug, 1996.

_____. **O imaginário**: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro: Difel, 1998.

_____. **As estruturas antropológicas do imaginário**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

DUTRA, M. **A natureza da mídia**: os discursos da TV sobre a Amazônia, a biodiversidade, os povos da floresta. São Paulo: Annablume. 2009.

ENNES, M. A.; MARCON, F. Das identidades aos processos identitários: repensando conexões entre cultura e poder. **Sociologias**, Porto Alegre, v. 16, n. 35, p. 274-305, jan./abr. 2014.

FRANÇA, V. Sociabilidade: implicações do conceito no estudo da comunicação. In: BRAGA, J. L.; PORTO, S. D.; FAUSTO NETO, A. (Org.). **A encenação dos sentidos: mídia, cultura e política**. Rio de Janeiro: Diadorim; 1995. p. 55-66.

_____. O objeto da comunicação, a comunicação do objeto. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. (Org.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 39-60

_____. L. Quére: dos modelos da comunicação. **Revista Fronteiras**, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 37-51, 2003.

_____. Interações comunicativas: a matriz conceitual de G. H. Mead. In: NASCIMENTO, G. et al. (Org.). **Comunicação e interações**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2008. p. 71-91.

_____. O objeto e a pesquisa em comunicação: uma abordagem relacional. In: MOURA, C. P.; LOPES, M. I. V. (Org.). **Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016. p. 153-174.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GONDIM, Neide. **A invenção da Amazônia**. 2. ed. Manaus: Valer, 2007.

GOOGLE MAPS. [Espaço São José Liberto]. [on-line]. [201-]. Disponível em: <<https://goo.gl/SL3GXC>>. Acesso em: 25 set. 2017.

GOUVÊA PINTO, R. **O estado da arte do setor de gemas e joias no município de Belém – Pará**. 2012. 105 f. Dissertação (Mestrado em Gestão de Recursos Naturais) – Universidade Federal do Pará, Belém, 2012.

GUIART BELÉM. **GuiArt**: a agenda cultural de Belém, [on-line], [20--]. Disponível em: <<https://goo.gl/JGiDGb>>. Acesso em: 25 set. 2017.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

LIMA, D. F. C. Museologia-Museu e patrimônio, patrimonialização e musealização: ambiência de comunhão. **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi Ciênc. hum.**, Belém, v. 7, n. 1, p. 31-50, abr. 2012.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **O capitalismo estético na era da globalização**. Lisboa: Edições 70, 2014.

MANZINI, E. J. Considerações sobre a transcrição de entrevistas. **Observatório Nacional de Educação Especial**, [on-line], p. 1-17, [20--]. Disponível em: <<https://goo.gl/uPVPBF>>. Acesso em: 25 set. 2017.

MARTINS, R. M. A. **Tintas da terra, tintas do reino**: arquitetura e arte nas Missões Jesuíticas do Grão-Pará (1653-1759). 2009. 2 v. 850 f. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

MATEUS, S. A etnografia da comunicação. **ANTROPOLógicas**, Porto, n. 13, p. 84-89, 2015.

MEAD, G. H. **Espírito, persona y sociedad**: desde el punto de vista del conductismo social. Buenos Aires: Paidós, 1972.

MORAES, A. C. R. **Ideologias geográficas**: espaço, cultura e política no Brasil. São Paulo: Hucitec, 1988.

MOREIRA, E. V.; HESPANHOL, R. A. M. O lugar como construção social. **Revista Formação**, Presidente Prudente, v. 2, n. 14, p. 48-60, 2007.

MORIN, E.; CIURANA, E.-R.; MOTTA, R. D. **Educar na era planetária**: o pensamento complexo como método de aprendizagem pelo erro e incerteza humana. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2009.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. 11. ed. 2015. Petrópolis: Vozes.

OLIVEIRA, A. E. Amazônia: modificações sociais e culturais decorrentes do processo de ocupação humana (séc. XVII ao XX). **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi**, Belém, v. 4, n. 1, p. 65-115, 1988.

PAES LOUREIRO, J. J. **Cultura amazônica**: uma poética do imaginário. Belém: CEJUP, 1995.

_____. A etnocenologia poética do mito. *Ensaio Geral*, Belém, v. 1, n.2, p. 152-158, jul./dez. 2009.

PARK, R. E. Comunicação. In: PARK, R. E.; SAPIR, E. **Comunicação, linguagem, cultura**. São Paulo: ECA/USP, 1971. p. 55-76.

_____. The city: suggestions for the investigation of human behavior in the urban environment. In: PARK, R. E.; BURGESS, E. W.; MCKENZIE, R. D. (Org.). **The City**. Chicago: University of Chicago Press, 1984. p. 1-46.

- PELLEGRINO, P. Espace social, representations collectives et transformations du territoire. In: PELLEGRINO, P. (Org.). **La theorie de l'espace humain: transformations globales et structures locales**. Genève: CRAAL-FNSRS: UNESCO, 1986. p. 000-000.
- PERUZZO, C. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 125-145.
- RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- ROBERTSON, R. **Globalização: teoria social e cultura global**. Petrópolis: Vozes, 1999.
- RODRIGUES, A. D. Comunicação e experiência. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, Covilhã, p. 1-7, 1997. Disponível em: <<https://goo.gl/pmr8t>>. Acesso em: 25 set. 2017.
- _____. Experiência, modernidade e campo dos media. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, Covilhã, p. 1-32, 1999. Disponível em: <<https://goo.gl/1m4rie>>. Acesso em: 25 set. 2016.
- RODRIGUES, J. C. Nova imagem, novos discursos para “revitalização” do Espaço São José Liberto, Belém. **Papers do NAEA**, Belém, n. 247, p. 3-20, out. 2009.
- SÁ MARTINO, L. M. **Comunicação e identidade: quem você pensa que é?** São Paulo: Paulus, 2010.
- _____. De um eu ao outro: narrativa, identidade e comunicação com a alteridade. **Parágrafo**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 41-49, jan./jun.2016
- SANTOS, A. C. L.; DIONÍZIO, P. M. Sobre uma abordagem propriamente comunicacional: experiência, prática e interação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2010. p. 1-14.
- SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4.ed. São Paulo: Edusp, 2004.
- SANTOS, P. S. N. **Fronteiras do local**. Campo Grande: Ed.UFMS, 2008.
- SILVA, N. F. A contribuição e o pionerismo de Robert Ezra Park nos estudos de jornalismo e da Comunicação. **Estudos**, Goiânia, v. 38, n. 4, p. 679-692, out./dez. 2011.
- SIMMEL, G. **Questões fundamentais da sociologia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- _____. **Filosofia de moda**. Lisboa: Edições Texto & Grafias, 2014.
- SIMÕES, P. Para uma abordagem das interações comunicativas. **Verso e Reverso**, São Leopoldo, v. 21, n. 46, p. 1-12, 2007.
- SIQUEIRA, A. C. R. Desnaturalizando o gosto: uma discussão sobre a obra “A distinção – crítica social do julgamento”, de Pierre Bourdieu. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DO CONSUMO, 5., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ENEC, 2010. p. 1-14.
- SOUSA, M. T. Bakhtin, Mead e Goffman: contribuições para uma perspectiva praxiológica da comunicação. **Temática**, João Pessoa, v. 9, n. 4, p. 1-15, abr. 2013.
- TAVARES, M. G. C. A formação territorial do espaço paraense: dos fortes à criação de municípios. **ACTA Geográfica**, Boa Vista, v. 2, n. 3, p. 59-83, jan./jun. 2008.
- THIERION, B. Olhares sobre a terra e o homem da Amazônia: um imaginário em construção. **Brasil/Brazil**, Porto Alegre, v. 28, n. 51, p. 43-65, 2015.

TRAVANCAS, I. A experiência etnográfica no campo da comunicação. In: REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA, 27., 2010, Belém. **Anais...** Brasília: ABA, 2010. p. 1-16.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

TUAN, Y. -F. **Espaço e Lugar**: a perspectiva da experiência. São Paulo: DIFEL, 1983

_____. **Topofilia** – um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. Londrina: Eduel, 2012.

VALDEMARIN, V. T. A construção do objeto de pesquisa. In: SILVA, M.; VALDEMARIN, V. T. (Org.). **Pesquisa em educação**: métodos e modos de fazer. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. p. 47-66.

VANDENBERGH, F. **As Sociologias de Georg Simmel**. Bauru: Edusc; Belém: Edufpa, 2005.

VERNIK, E. Ideales simmelianos. **Estudios Sociológicos**, México D.F., v. 21, n. 61, p. 75-87, ene./abr. 2003.

WOLF, M. **Teorias da comunicação de massa**. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

WUNENBURGER, J.-J. **O imaginário**. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

ZEIN, R. V. **Rosa Kliass**: desenhando paisagens, moldando uma profissão. São Paulo: Senac, 2006.

ANEXOS

Questionário para visitantes do Espaço São José Liberto

- 1) Gênero
- 2) Idade: () 15 a 20 anos
() 21 a 30 anos
() 31 a 40 anos
() 41 a 50 anos
() 51 a 60 anos
() 51 a 60 anos
() Mais de 61 anos
- 3) De onde você é?

- 4) Você sabe o que é o Espaço São José Liberto? Se sim, o que acha do Espaço São José Liberto?

- 5) Qual sua experiência com o Espaço São José Liberto? Em que ocasião você visitou o Espaço?

- 6) Você costuma visitar o ESJL?

- 7) Como você obteve informações sobre o ESJL?

- 8) Você vem ao ESJL para consumir os produtos produzidos ou participar de eventos culturais?

- 9) Você consome os produtos produzidos (joias, artesanato, acessórios de moda) no ESJL? Por quê?

- 10) Você consome porque identifica elementos da Amazônia?

- 11) Que elementos amazônicos você identifica nas peças?

- 12) Você acha importante ter produção de objetos com elementos da Amazônia? Por que?

- 13) Como você identifica a Amazônia?

- 14) Você recomenda a produção do ESJL aos turistas? Por quê?

- 15) Você acredita que ter elementos da Amazônia faz o produto ser diferenciado e consumido pelas pessoas?

Questionário para produtores e profissionais que atuam no Espaço São José Liberto

- 1) Gênero: () Masculino () Feminino () Prefere não falar

- 2) Idade: () 15 a 20 anos
() 21 a 30 anos
() 31 a 40 anos
() 41 a 50 anos
() 51 a 60 anos
() Mais de 61 anos

- 3) Há quanto tempo atua no Espaço São José Liberto: _____

- 4) Qual atividade desenvolve no ESJL?

- 5) Como identifica o Espaço São José Liberto?

- 6) Qual a relação entre o Espaço São José Liberto e a Amazônia?

- 7) Como identifica a Amazônia?

- 8) Que elementos seleciona para desenvolver suas peças?

- 9) Elementos da Amazônia estão presentes no seu trabalho? Por quê?

- 10) O que você considera como elementos de identificação da Amazônia?

- 11) Objetos com elementos da Amazônia são mais consumidos?

- 12) Que materiais são usados na confecção dos objetos?

- 13) Há orientação da direção do Espaço São José Liberto que as peças desenvolvidas tragam representações da Amazônia?

- 14) As pessoas solicitam produtos com elementos da Amazônia?

- 15) Ter elementos da Amazônia faz o produto ser diferenciado e consumido pelas pessoas?
