

6 Mandala transrelacional de abordagens criativas – da teoria à prática

*“Compreender significa ser capaz de fazer”
(Goethe, in: Westin e Coelho, p.65, 2011).*

Para avaliar como na realidade da experiência projetual a mandala transrelacional se inseriria, era preciso experimentá-la na criação de um objeto de “design inovador”.

Partindo do design de joias, que é a minha área de atuação como designer, experimentei fazer uso da mandala transrelacional no momento de criação de uma joia de “design inovador” para a 10ª Edição do concurso AuDITIONS da Anglogold Ashanti, que foi documentado no subcapítulo seguinte.

Percebendo que a mandala transrelacional também poderia ser usada como instrumento de análise e aprendizado, o subcapítulo seguinte se concentra em avaliar se através dela seria possível se tentar definir a existência de abordagens criativas predominantes na criação de design inovador. Tomando como objeto de análise a coleção de joias finalistas do AuDITIONS da Anglogold Ashanti, a análise se focou no número que abordagens criativas que os diversos criadores de joias combinaram em seus projetos. Como nos dez anos do concurso mais de 170 peças foram selecionadas e muitos criadores foram selecionados em mais de uma edição bianual, foi possível se fazer uma avaliação bastante abrangente.

6.1 Mandala transrelacional no processo de design de um projeto

Pouco tempo depois da mandala transrelacional de joias contemporâneas ter sido apresentada naquela palestra sobre criatividade e inovação no design de joias, a edição bianual de um dos mais importantes concursos de design de joias do país, o AuDITIONS Brasil, foi lançada. Para experimentar de que forma a mandala transrelacional funcionaria na prática ao ser usada como uma ferramenta de ampliação do “repertório criativo”, aproveitei a oportunidade para projetar uma peça através de seus preceitos.

Como o tema do concurso era Brasilidade, escolhi como tema da peça à multiculturalidade do povo brasileiro. Logo surgiu a ideia de tentar representar esse conceito através de duas possíveis propostas, “resumidas” através dos títulos para os projetos:

1. Casa Grande & Senzala - evocando a ideia proposta por Gilberto Freire do Brasil ser um paraíso tropical e mestiço, onde se daria a confraternização de raças e culturas oriundas da Europa, África e América e materializando o conceito de multiculturalidade através de formas icônicas das importantes joalherias africana e portuguesa.
2. Iemanjá - materializando o conceito de multiculturalidade através do *sincretismo* religioso, e abordando ainda a importância da fé para o povo brasileiro.

Depois de uma rápida avaliação mental resolvi trabalhar com a primeira proposta, pois duas imagens de peças usadas na mandala transrelacional me pareciam perfeitas para serem combinadas na criação de uma peça com o tema Casa Grande e Senzala:



Broche de Anya Kivarkis

O trabalho da autora de joias americana associando a formas tradicionais da joalheria barroca e vitoriana, renegando o metal brilhante e as joias faiscantes ao encobrir a prata com esmalte e ressaltando assim o rebuscado da forma, me lembrava as peças icônicas da joalheria portuguesa da época da colonização do Brasil
(fonte: www.anyakivarkis.com)

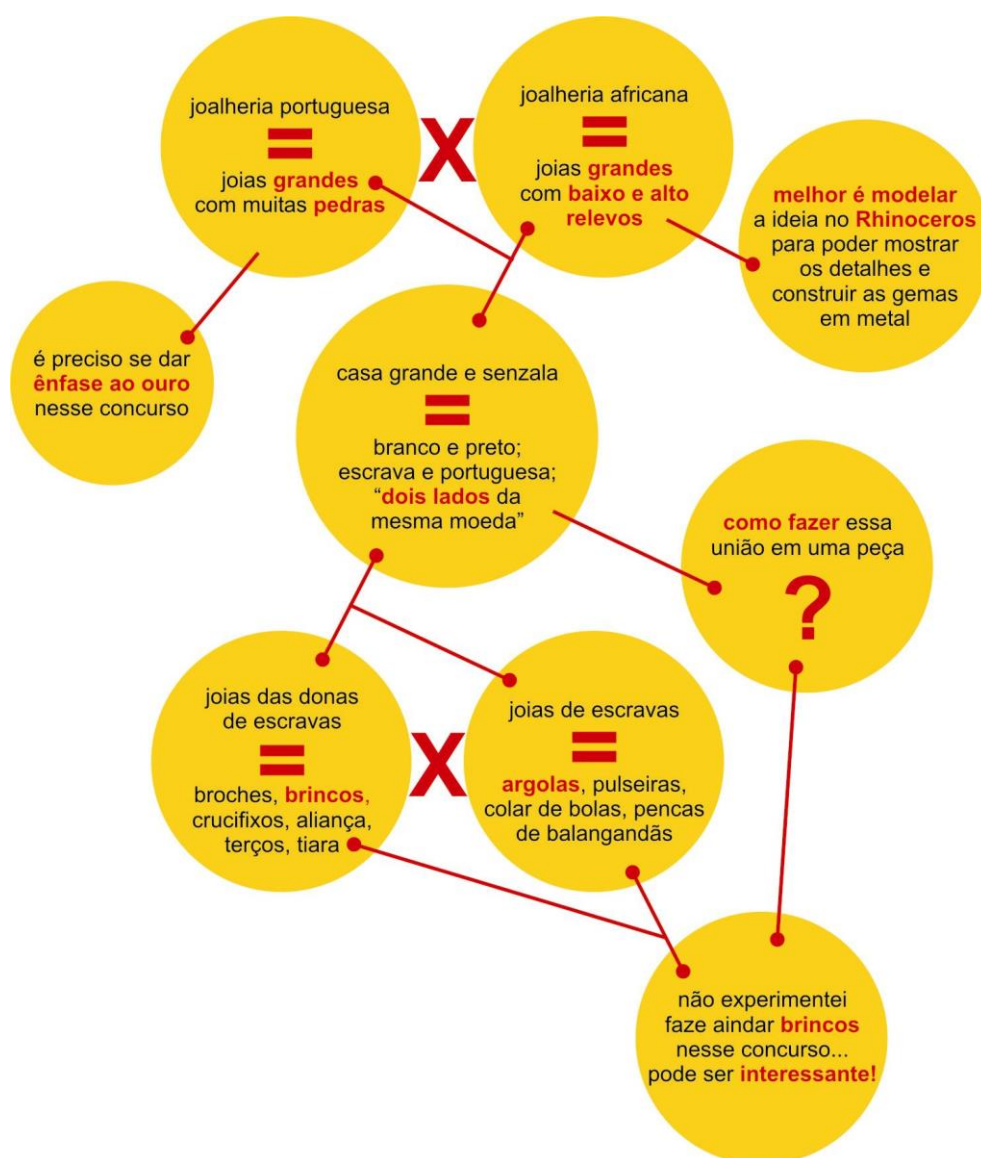


Anel de Diamante de Kim Buck

A desconstrução do diamante em uma forma de metal planificada que ao ser montada criava a imediata associação com a gema real, me mostrava que a força da forma é mais forte que o material.
(fonte: www.buck.dk)

Quadro 35 – peças que serviram de inspiração para o projeto Casa Grande & Senzala

Foram surgindo então diversos pensamentos e micro tomadas de decisões intuitivas, em um processo sem a preocupação uma linearidade, mas que foram criando aos poucos uma conceituação mental do caminho formal que a peça poderia seguir (Quadro 36).



Quadro 36 – Processo de conceituação do projeto Casa Grande & Senzala

A partir disso busquei imagens de referências do Brasil Colônia que mostrassem as joias usadas pelas escravas e pelas donas de escravas, e também de ícones da joalheria portuguesa e da joalheria africana que gerassem uma imediata identificação da proposta por quem julgasse o projeto e posteriormente também por quem visse a peça (Figura 18).



Figura 18 - Imagens de inspirações para o brinco Casa Grande & Senzala

Algumas abordagens criativas logo se mostraram “perfeitas” para mim nesse projeto:

- releitura do passado ou de culturas exógenas => joalheira portuguesa do século XVIII e joalheria tribal africana;
- subversão da função e/ou forma => o tamanho da joalheria africana e da portuguesa;
- introdução de novas tecnologias ou técnicas exógenas => a modelagem 3D no computador seria de grande valia para reproduzir a forma das gemas da joalheria portuguesa no metal, repetindo-as, ampliando e reduzindo-as; e também ajudaria para criar uma representação mais precisa do alto ou baixo relevo das joias africanas na prancha de apresentação da proposta do projeto.

E algumas das criações de outros autores exemplificadas na mandala transrelacional de joias contemporâneas (Figura 19) apontavam possibilidades de se materializar essas abordagens, como pode ser visto na mandala a seguir.



Figura 19 - Peças de inspiração das respectivas nas abordagens selecionadas para o projeto Casa Grande & Senzala

Comecei então a rascunhar mentalmente duas ideias, para depois passar a desenhá-las no programa de modelagem 3D, o Rhinoceros

- a primeira era de unir os dois conceitos em um só pé de brinco (Figura 20), fazendo-os simétricos; e para simplesmente não fazer uma configuração aditiva de um brinco de gemas com uma argola de metal, resolvi inverter as referências, colocando as gemas na argola e o metal trabalhando em pingente interno. Mas como pode ser visto, nem cheguei a terminar de projetar os detalhes do alto e baixo relevo no pingente de ouro amarelo porque o resultado não estava ficando “claro”. As referências às joalherias portuguesa e africana tinham se perdido, pois haviam sido muito descaracterizadas. A peça se tornara apenas um brinco de pedras com um pingente de metal no meio.

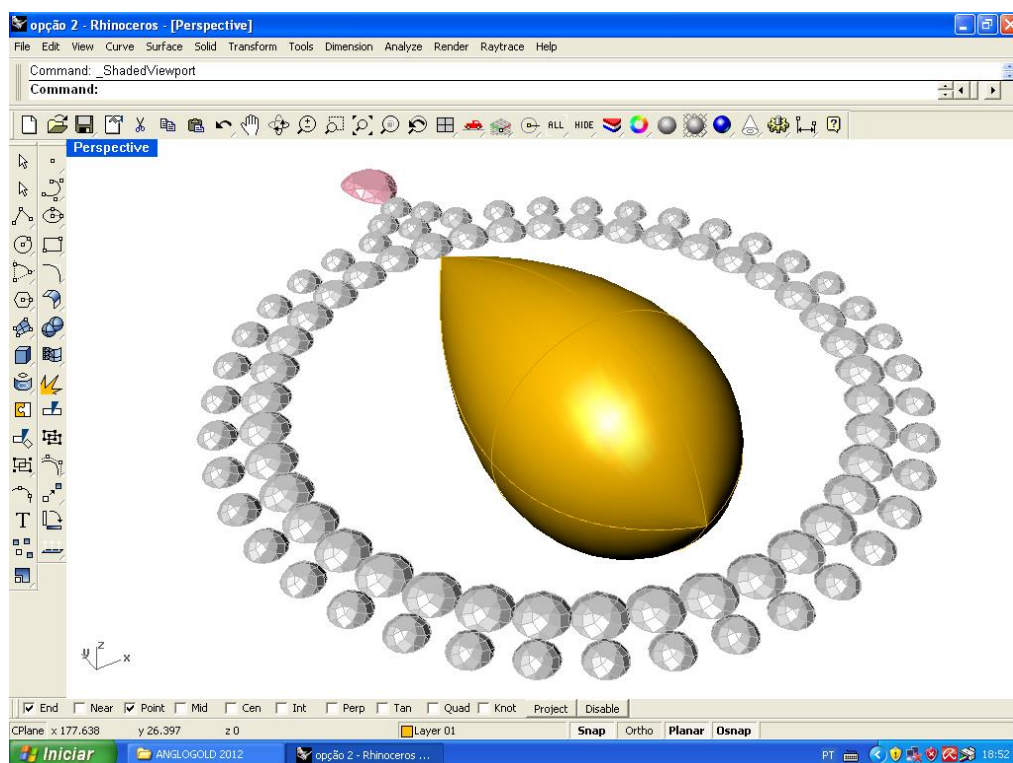


Figura 20 – Primeira opção de layout para o brinco Casa Grande & Senzala

- a segunda opção era fazer o brinco assimétrico, ou seja a argola de um lado, e o brinco de pedra do outro (Figura 21). Além de expressar melhor a ideia de que todo brasileiro tem a cultura europeia e a cultura africana na construção de sua brasilidade (tema do concurso), achei que as referências imagéticas se mantinham desse modo mais intactas. A unidade seria criada pela cabeça do brinco da outra cultura, ou seja, no pé direito do brinco a cabeça do brinco era a argola e a ênfase era dada à forma icônica da joalheria portuguesa; e no pé esquerdo do brinco a cabeça era o brinco de gemas, dando-se maior ênfase a joalheria africana através da argola “entalhada” em baixo relevo.

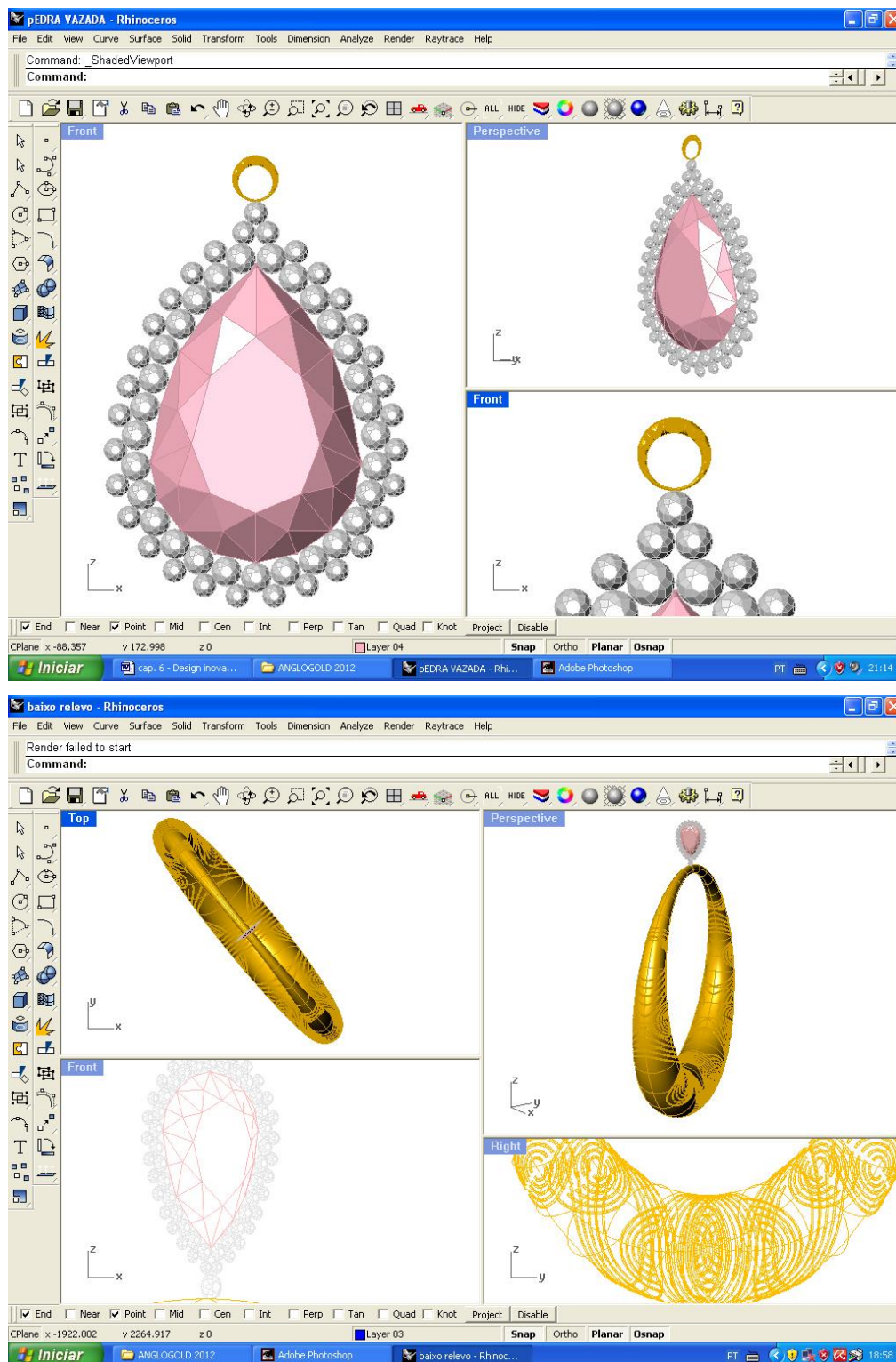


Figura 21 – Segunda opção de layout para o brinco Casa Grande & Senzala

Para enfatizar o ouro, e sua variedade de cores através do uso de ligas diferentes, a argola seria feita em ouro amarelo, os “diamantes” em ouro branco e a gema central em ouro rosa, lembrando uma safira rosa, ou até mesmo um rubi dependendo do tom do ouro alcançado – gemas tradicionais da joalheria mundial (Figura 22).



Figura 22 – Render do layout para o brinco Casa Grande & Senzala

Depois das formas definidas, era preciso determinar o tamanho do brinco em relação ao rosto de alguma pessoa para passar a ideia de “grande” – conceito presente tanto na joalheria portuguesa quanto na joalheria africana. Para isso escolhi uma imagem de um rosto de uma mulher, posicionei os brincos construídos no Rhinoceros no ângulo que combinava com a posição do rosto e fiz a montagem das imagens em um programa de imagem – nesse exemplo o Adobe Photoshop. Como uma das categorias de seleção das peças finalistas é a atratividade – que é definida neste concurso como o impacto visual final da peça – resolvi não só fazer os brincos grandes, mas trazer um dos conceitos muito utilizados em desfiles recentes dos grandes estilistas de moda no uso de colares, broches, braceletes e até mesmo de brincos nas passarelas (Figura 23): o *extreme oversized*.



Figura 23 - Brincos *extreme oversized* (Michelle, 2010)

Como se pode ver nas imagens da montagem para o projeto (Figura 24), a transposição do conceito *extreme oversized*, ou seja, de um tamanho exagerado – principalmente no caso de brincos que pesam na orelha –, trouxe um impacto à peça, que acabou garantindo que ela fosse uma das finalistas do concurso, para ser em uma segunda etapa produzido com até as 400 g de ouro fino disponibilizados pelos organizadores para a execução das peças selecionadas.



Figura 24 – Opções de proporções para o brinco Casa Grande & Senzala

O uso da tecnologia de modelagem 3D na execução do projeto permitiu que os dados tridimensionais criados para a prancha de apresentação do projeto fossem aproveitados diretamente pela indústria de joias responsável pela execução da peça em ouro. Como ela tinha o maquinário respectivo, a indústria patrocinadora pode modelar a peça em resina através da tecnologia de prototipagem rápida por adição e a partir dela fundir as respectivas partes conforme as cores do ouro do projeto: amarelo, branco e rosa.

O peso do brinco pela escolha do tamanho exagerado acabou se tornando mesmo um problema, e novamente a tecnologia de modelagem 3D foi de muita importância ao possibilitar um retrabalho dos respectivos versos do brinco: na argola filigranando-se os entalhes da frente, e no brinco de gemas se enfatizando as arestas da lapidação da pedra (Figura 25). Com isso o peso do brinco diminuiu muito, dando ainda um acabamento de verso de joias usado na *alta joalheria* – termo criado a partir do termo tradicional do mundo da moda “alta costura”, usado para definir peças únicas, exuberantes e consequentemente bastante caras.

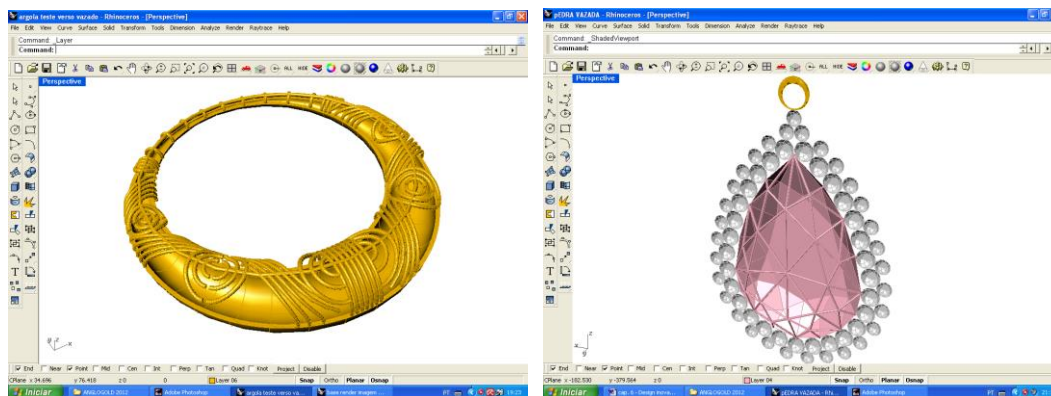


Figura 25 – Mudanças no do projeto do brinco Casa Grande & Senzala

Se no projeto a percepção das gemas em metal já era considerada uma surpresa, na execução final da peça, pelo brilho do polimento do ouro rosa e branco, acabou sendo gerada uma ilusão de ótica de transparência quase que de um rubi vermelho e de topázio transparentes, acrescentando mais uma quarta abordagem à peça final: criação de sensações materializada através da ilusão de ótica (Figura 26).



Figura 26 – O brinco Casa Grande & Senzala dentro da mandala de peças de inspiração das respectivas nas abordagens selecionadas para o projeto

Como havia ainda algum o tempo, mesmo que escasso, a segunda proposta de projeto para o concurso baseada no sincretismo religioso, foi feita sem a preocupação do uso das abordagens criativas, buscando inspiração em imagens da orixá das águas e de elementos do fundo do mar, como podem ser vistas nas pranchas de apresentação do projeto “Mantilha para Iemanjá” enviadas para o concurso (Figura 27).

Este projeto acabou não sendo selecionado. Mas a proposta era mesmo a de se fazer algo totalmente diferente, para cobrir possibilidades de diversos enfoques do tema pelo dos juízes.

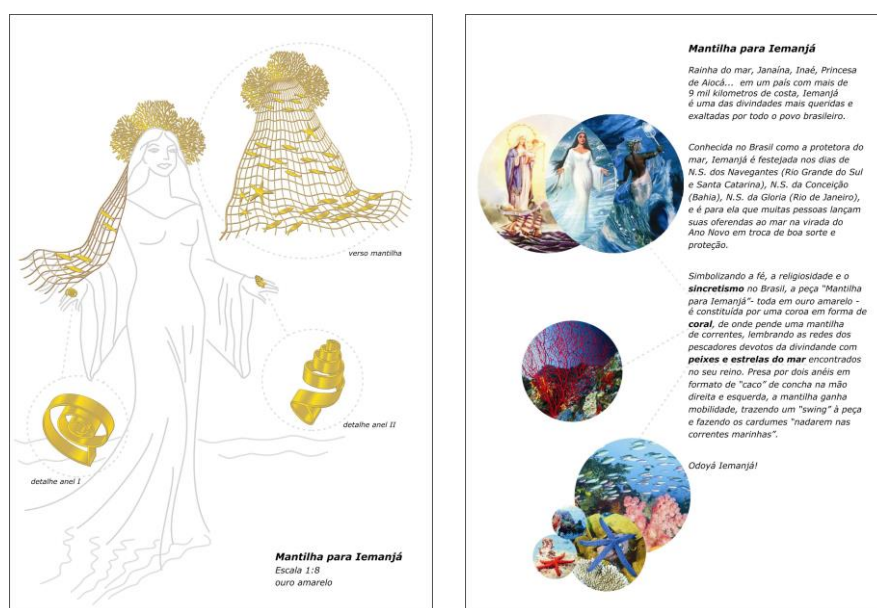


Figura 27 – Pranchas do segundo projeto “Mantilha para Iemanjá”

É impossível relacionar o sucesso da primeira proposta apenas ao uso das abordagens, já que o modo de apresentação através de desenho realizado em um programa vetorial e não em um programa de imagem, a temática religiosa, uma tradução mais literal do tema, etc. os tornam tão diversos. Mas é inegável que o brinco acabou tendo mais “camadas de percepção” do que a mantilha, proporcionando assim mais nuances para serem descobertas.

6.2 Mandala transrelacional de abordagens criativas como ferramenta de análise da Coleção AuDITIONS Brasil

Partindo-se da premissa de Bense (2003), discutida anteriormente no subcapítulo 2.4 – de que uma nova linguagem de objeto criada por alguém, para ser percebida como inovadora, deve se reportar a algum repertório de linguagem do sujeito já pré-existente, tangenciando e ampliando o seu limite para não ser ignorada pelo observador, como aconteceu por exemplo com os quadros de Van

Gogh – perguntou-me se a mandala transrelacional poderia ajudar no reconhecimento desses limites. Seria possível se entender o repertório estético do observador, destacando-se as abordagens mais aceitas e utilizadas por aquele segmento, grupo, atividade, etc. através de uma análise de um universo de objetos por meio da mandala transrelacional? Quem sabe não se diminuiria desse modo os riscos de rejeição de uma criação inovadora?

Para testar se a mandala transrelacional poderia ser usada como ferramenta de análise seria preciso encontrar uma “coleção” de objetos *criados para e reconhecidos por* terem design inovador. Como a minha atual área de atuação e interesse é o design de joias, imaginei que uma análise das abordagens da coleção de joias finalistas do concurso AuDITIONS da Anglogold Ashanti poderia ser muito rica, mostrando tanto o que os designers de joias e o que os observadores – neste caso específico um júri multidisciplinar – consideram inovador no setor e quais abordagens criativas são mais utilizadas nesses objetos.

A Anglogold Ashanti, é uma das maiores mineradoras de ouro do mundo, atuando em 10 países nos quatro continentes. Entendendo a força do design na modernização da cadeia de valores do seu produto, o ouro – uma *commodity* que ganha mais valor através da criação do homem ao se transformar em uma joia –, a mineradora começou a promover desde de 1999 o maior concurso de design de joias do mundo.

“Criado na África do Sul, esse concurso [foi] lançado no Brasil em 2002 e, desde então, consolidou-se como o maior e mais importante da América Latina no ramo. AuDITIONS, expandiu-se e passou a ser realizado também nos maiores mercados consumidores de ouro do planeta – China, Índia e Oriente Médio.

O AuDITIONS incentiva artistas a se expressarem por meio de *joias inovadoras* e sofisticadas que *extrapolam os limites do design*. As coleções apresentadas evidenciam o ouro em joias fascinantes, atraentes e de grande *valor no contexto da contemporaneidade*. Os temas propostos em cada edição do concurso inspiram criações que refletem o comportamento da sociedade e que geram tendências para a atual joalheria internacional, sempre em *busca de inovação, técnicas e matérias alternativos*” (Anglogold Ashanti, 2008).

Tomei a liberdade de grifar termos na afirmação dos organizadores do concurso, como *joias inovadoras, limites do design, valor no contexto da contemporaneidade, busca de inovação*, que destacam a intenção da seleção de joias com design inovador, que extrapolem os limites da linguagem do design no setor. No texto de apresentação do concurso, em outro catálogo, vê-se que no momento do julgamento dos projetos selecionados como finalistas existe a

preocupação de que a coleção daquela edição bianual sirva, em âmbito internacional, de “imagem” do design brasileiro de joias.

“Além disso, estimula a inovação, contribui para a renovação do design de joias, estabelece tendências e incentiva o uso de novas tecnologias pelo setor joalheiro. E ainda permite a projeção do país no exterior como criador e exportador de capacidade técnica” (Anglogold Ashanti, 2010).

Todos os projetos selecionados recebem da mineradora uma quantidade de metal de até 400g de ouro fino – o equivalente atualmente aproximadamente a R\$ 40.000,00 – para materializarem suas ideias e muitas empresas do setor tem interesse em se tornarem patrocinadores, produzindo para os designers seus projetos gratuitamente, em troca da divulgação de sua marca. Isso permite aos designers darem asas a sua imaginação, sem as preocupações comuns de custo que limitem o tamanho e não precisei se preocupar com os custos de fabricação.

Outra vantagem desse recorte é que as peças foram criadas ao longo desses 10 anos sempre dentro de mesmas especificações, o que permite uma comparação temporal:

- O ouro 18 quilates deverá ser o material predominante das peças, admitindo-se as variações de ligas.
- Cada projeto poderá conter uma única peça ou conjunto de peças complementares.
- Aos projetos classificados será garantido o fornecimento de ouro fino no limite máximo de 400 gramas para a confecção das peças constantes do projeto.
- É permitido o uso das pedras brasileiras que integram os principais grupos gemológicos, como as variedades de berilo, quartzo, granada, espodumênio, turmalina, crisoberilo e topázio.
- Não será admitido o uso de diamante, coral, pérola, madre-pérola, tartaruga, marfim e outros materiais oriundos de espécies naturais extintas ou em extinção que contrariem os aspectos ambientais legais vigentes no País.
- Materiais naturais ou sintéticos (sementes, fibras, madeira, esmalte, laca, borracha, silicone, etc.) poderão ser utilizados complementarmente.
- Estão vedados objetos de arte de decoração.

E a seleção das peças finalistas também foram feitas dentro dos mesmos critérios ao longo das 6 edições, sempre por um júri convidado pela mineradora,

que reúnem formadores de opinião ligadas a moda (estilistas e jornalistas), design, arquitetura, artes, etc. Os critérios são os seguintes:

- Uso de materiais – atendimento ao disposto no regulamento
- Processos – viabilidade técnica e produtiva.
- Adequação ao tema – coerência conceitual e formal com o tema.
- Inovação – grau de inovação e originalidade.
- Atratividade – impacto visual final.

Apenas o último critério foi implantado a partir da 3ª edição, em razão da coleção selecionada da segunda edição ter tido peças pouco impactantes na passarela – um dos itens importantes na divulgação do concurso pela mineradora na mídia nacional impressa e televisiva e em *sites* e revistas mundiais do setor.

A coleção de joias finalistas é formada basicamente por peças de joias femininas – apenas em 2008 houve a preocupação de se premiar joias masculinas, onde foram selecionadas 2 peças uma em cada categoria (designer ou estudante) –, perfazendo um total de 175 como pode ser visto na tabela abaixo.

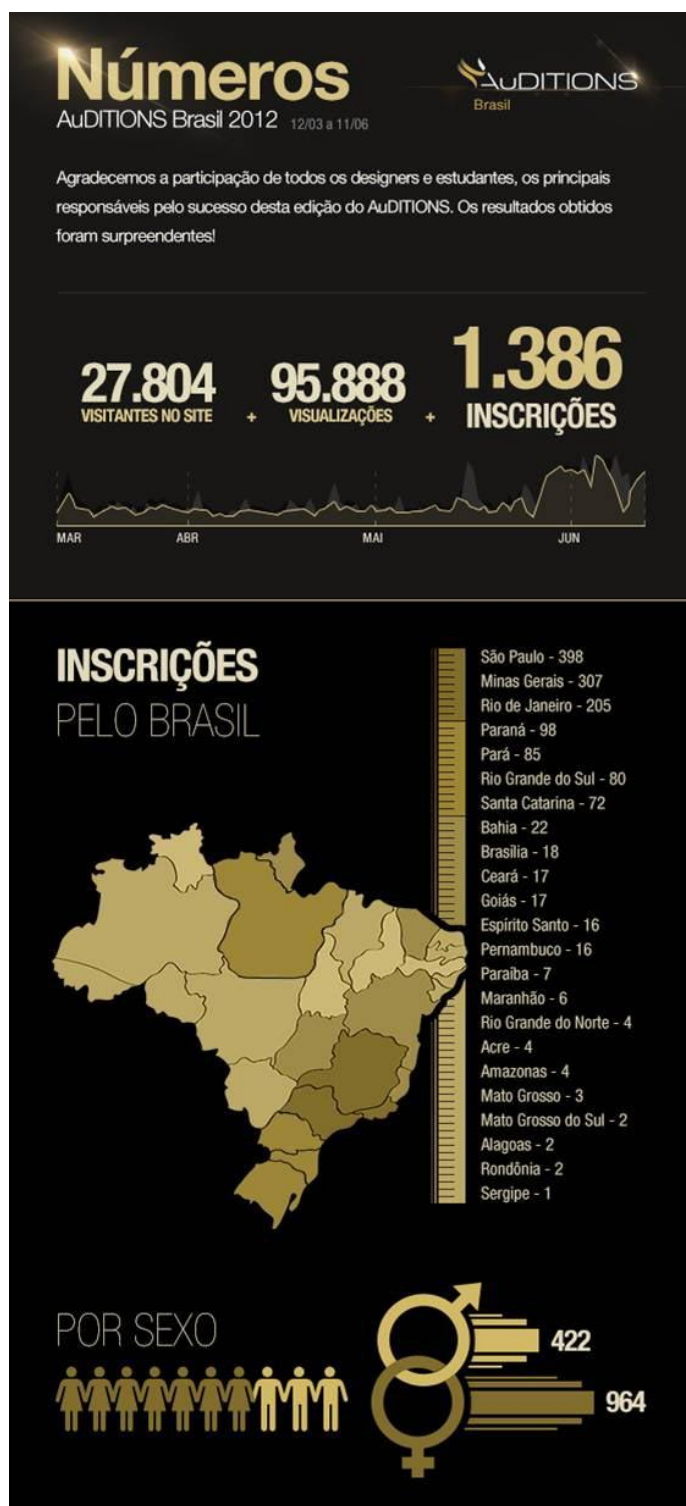
ano	temas	nº de inscrições	nº de peças finalistas	% de selecionados
2002	Glamour Young & Cool Brazilian Essence	?	52	-
2004	Raízes e Formas	680	33	4,9%
2006	Calor Glacial	700	24	3,4%
2008	Hyper Natur – Natureza Fantástica	1800	24	1,3%
2010	Sincronicidade	1476	24	1,6%
2012	Brasilidade	1386	18	1,3%
TOTAL			175	

Quadro 37 – Números de projetos inscritos e selecionados por edição do concurso AuDITIONS Brasil

O número de projetos apresentados ao longo desses 10 anos de concurso ultrapassa os 6000 (mesmo sem os números da 1ª edição de 2002 que não pode ser recuperado através de nenhuma fonte, nem tampouco através dos encarregados do projeto lá na Anglogold Ashanti), já que os designers sempre puderam apresentar a quantidade de projetos que desejassem, e não havia taxa de inscrições relativas a cada projeto. 140 designers de joias e estudantes de design, moda, arquitetura, etc. foram finalistas ao longo de suas 6 edições.

E pelos números da edição de 2012, apresentados pelos organizadores no infográfico (Quadro 38) divulgado no *blog* oficial do concurso, pode-se perceber sua relevância e abrangência em relação ao design de joias no Brasil. Dos 1386

projetos inscritos, 926 (67%) foram mandados por designers da região sudeste, 250 (18%) da região sul, 95 (7%) da região norte, 75 (5%) da região nordeste e 40 (3%) da região centro oeste. Mesmo que a região sudeste ainda tenha inscrito mais de 2/3 dos projetos, é importante se notar que apenas de 3 estados do Brasil não foram enviados projetos para o concurso: Roraima, Tocantins e Piauí.



Quadro 38 – Números do AuDITIONS Brasil 2012 (AuDITIONS Brasil, 2013)

Nesta última edição, como foi uma edição comemorativa, as categorias em vez de serem divididas entre designers – categoria destinada a todos os profissionais interessados em participar do concurso – e revelação – destinada a estudantes de graduação e pós-graduação em Design (especialização, mestrado ou doutorado) ou áreas afins que estejam regularmente matriculados em instituições de ensino nacionais reconhecidas por órgãos superiores competentes –, foram definidas duas outras categorias:

“Em 2012, o AuDITIONS completa uma década de existência no país. E, para comemorar uma história de ouro, o prêmio apresenta duas categorias: PRÊMIO AuDITIONS (destinado à participação de designers de joias, pessoas envolvidas com a criação e produção em joalheria, joalheiros e estudantes) e o Prêmio 10 ANOS AuDITIONS (categoria especial, exclusiva aos designers já premiados em, pelo menos, uma edição do concurso)” (Anglogold Ashanti, 2012).

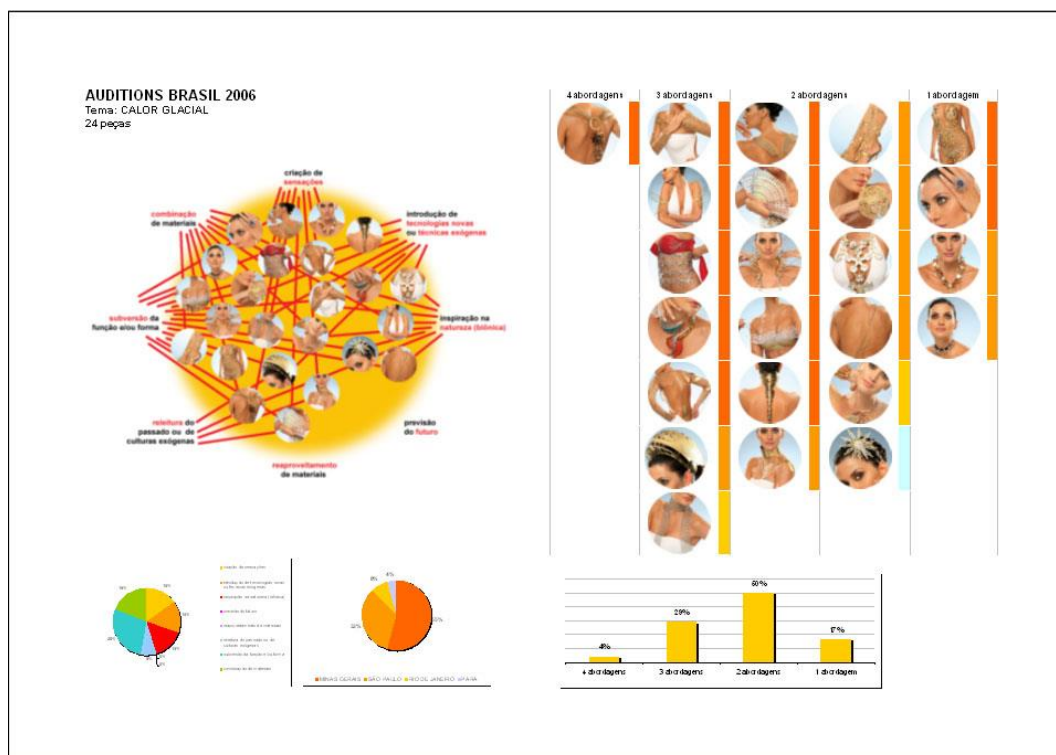
Na categoria PRÊMIO AuDITIONS aberta a novos designers, já que aos designers que já haviam sido finalistas era vetado se inscrever nesta categoria, foram selecionadas 12 peças e na categoria comemorativa dos 10 anos da premiação foram selecionadas 6 peças. Com isso houve compulsoriamente uma renovação da lista de designers premiados, já que era comum, como poderá ser visto mais adiante, que os designers finalistas se repetissem ao longo das edições.

Alguns jurados também participaram de mais de uma edição do concurso, como, por exemplo, Carla Amorim, Natan Kimmelblatt, e Almir Pastore do setor joalheiro, a jornalista de moda Lilian Pacce, a socialite Vivian Carvalho da Silva e os consultores internacionais Jan Springer e Paola de Luca – a única que participou como jurada em de 3 edições.

A análise das 173 peças – as duas peças masculinas foram descartadas por só terem tido uma premiação específica na edição do concurso em 2010 – foi dividida para facilitar a comparação dos resultados ao longo dos 10 anos do concurso. A divisão foi feita não somente por ano, mas também por tema, já que apesar de a partir do AuDITIONS Brasil de 2004 cada edição ter apenas um único tema, a primeira de 2002 deu a opção aos designers de criarem peças para 3 temas distintos.

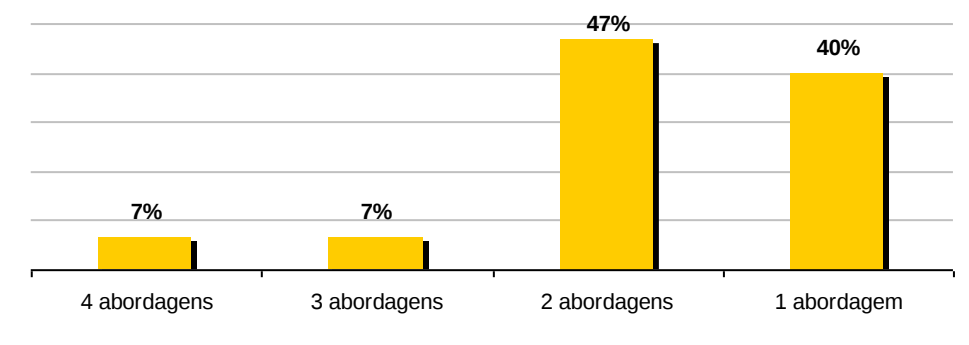
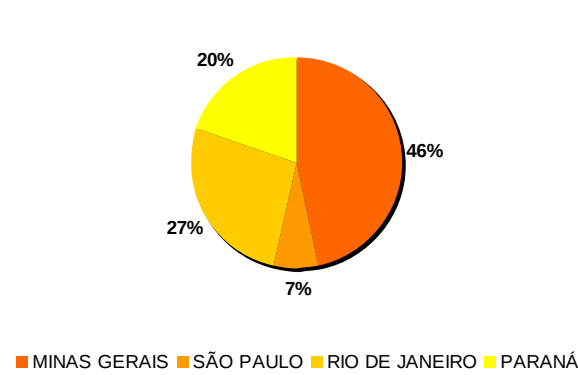
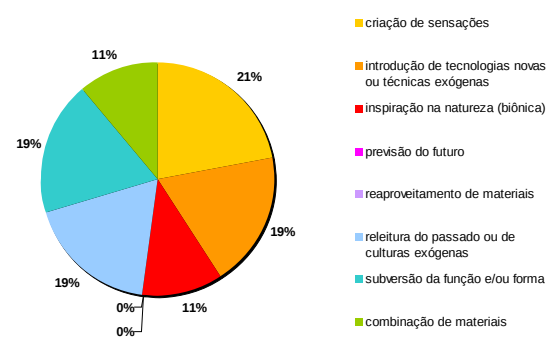
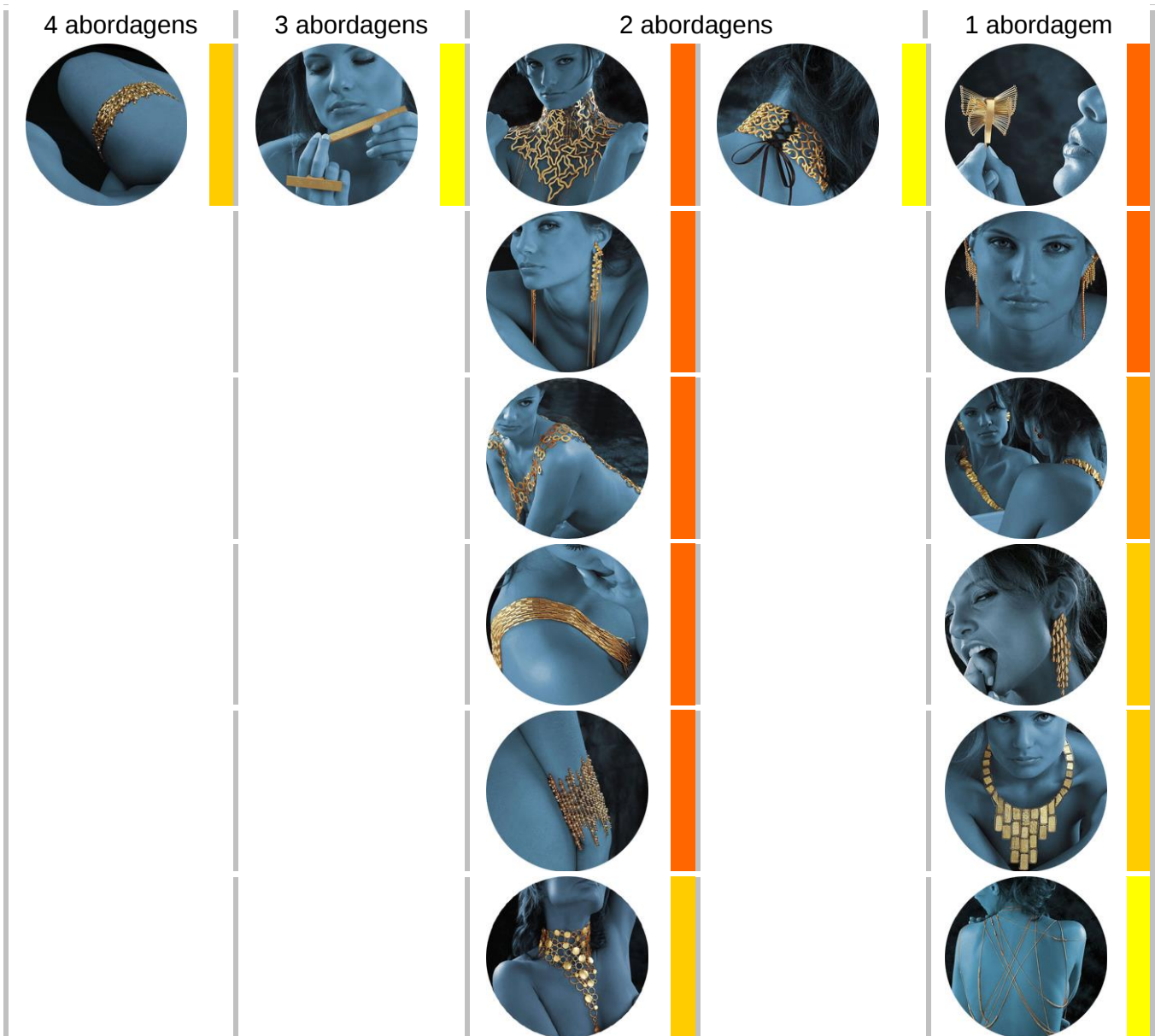
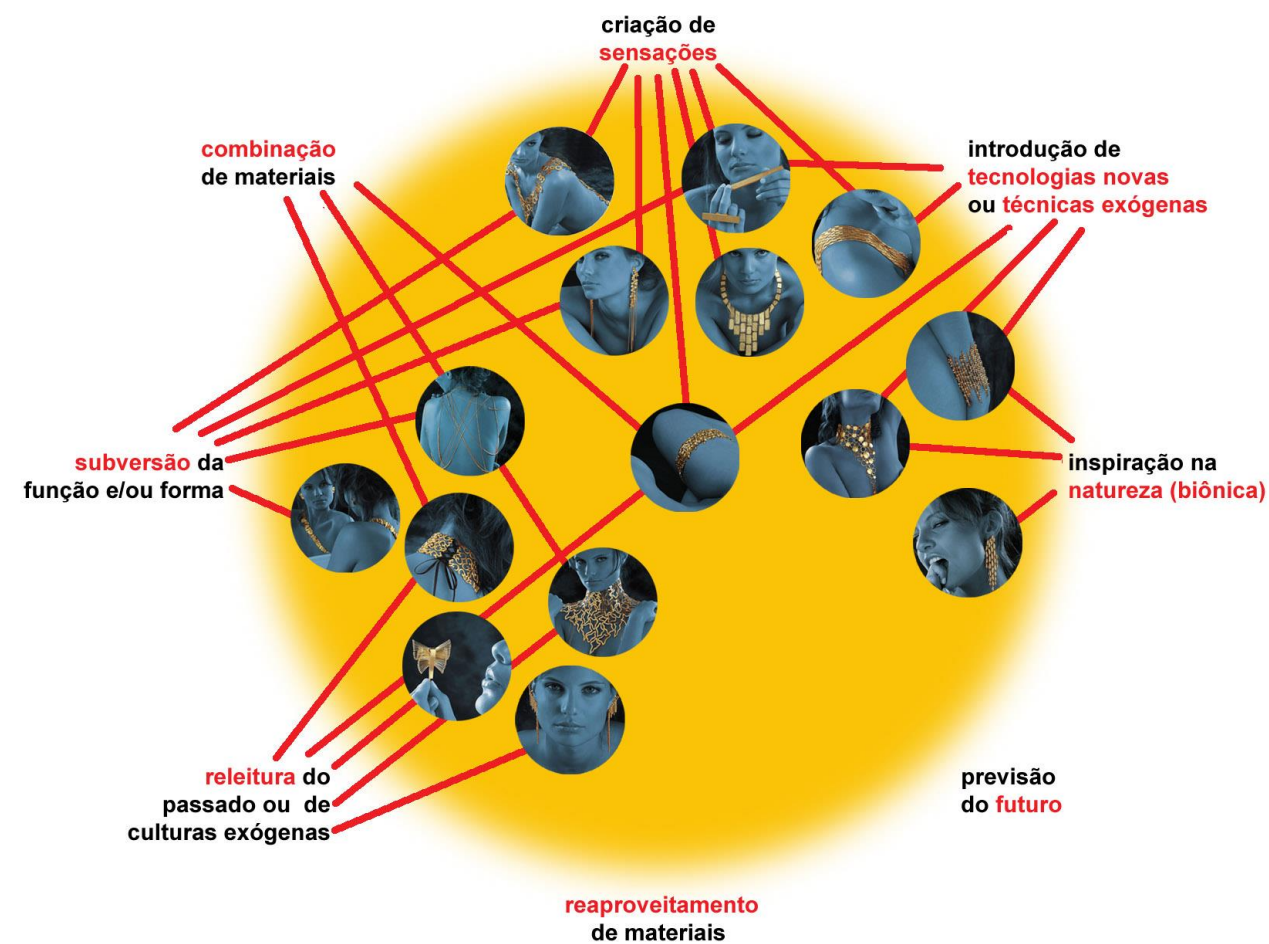
Depois das imagens das peças serem digitalizadas e os textos de inspiração escritos pelos designers para o catálogo transcritos, atribuí, a partir desses dois dados, a cada peça uma ou mais abordagens criativas da mandala transrelacional como pode ser visto nos anexos.

A primeira etapa da análise foi criar os mapas de análise de cada um dos 8 temas distintos. Em “pranchas” A3 foram reunidos, como pode ser visto no Quadro 39: uma mandala transrelacional das peças finalistas daquele tema, uma tabela mostrando as mesmas peças organizadas por número de abordagens combinadas em cada uma delas, um gráfico demonstrando qual abordagem foi a mais utilizada em relação àquele tema, em um outro vê-se a porcentagem das respectivas combinações de abordagens e ainda um terceiro gráfico mostrava a qual estado brasileiro aquele designer era oriundo. Finalizando a análise, uma “prancha” apresentava a comparação dos resultados de todas as 6 edições (Gráficos 1 e 2).



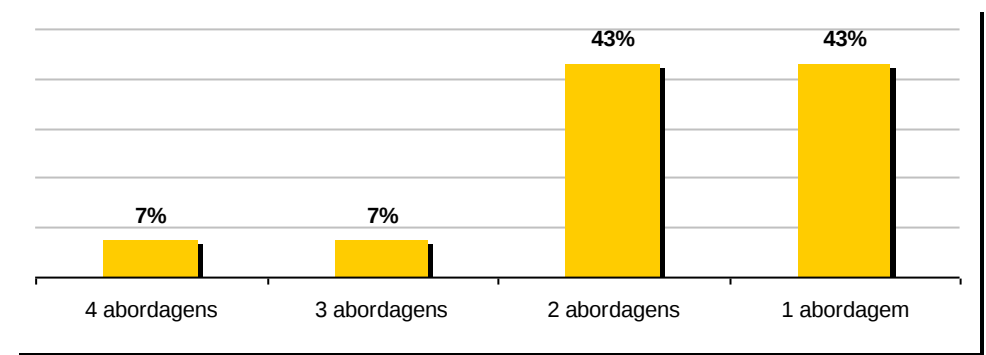
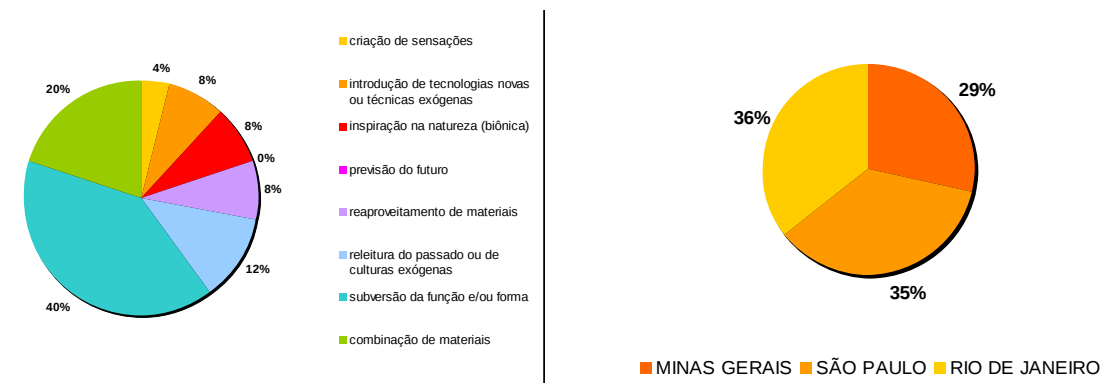
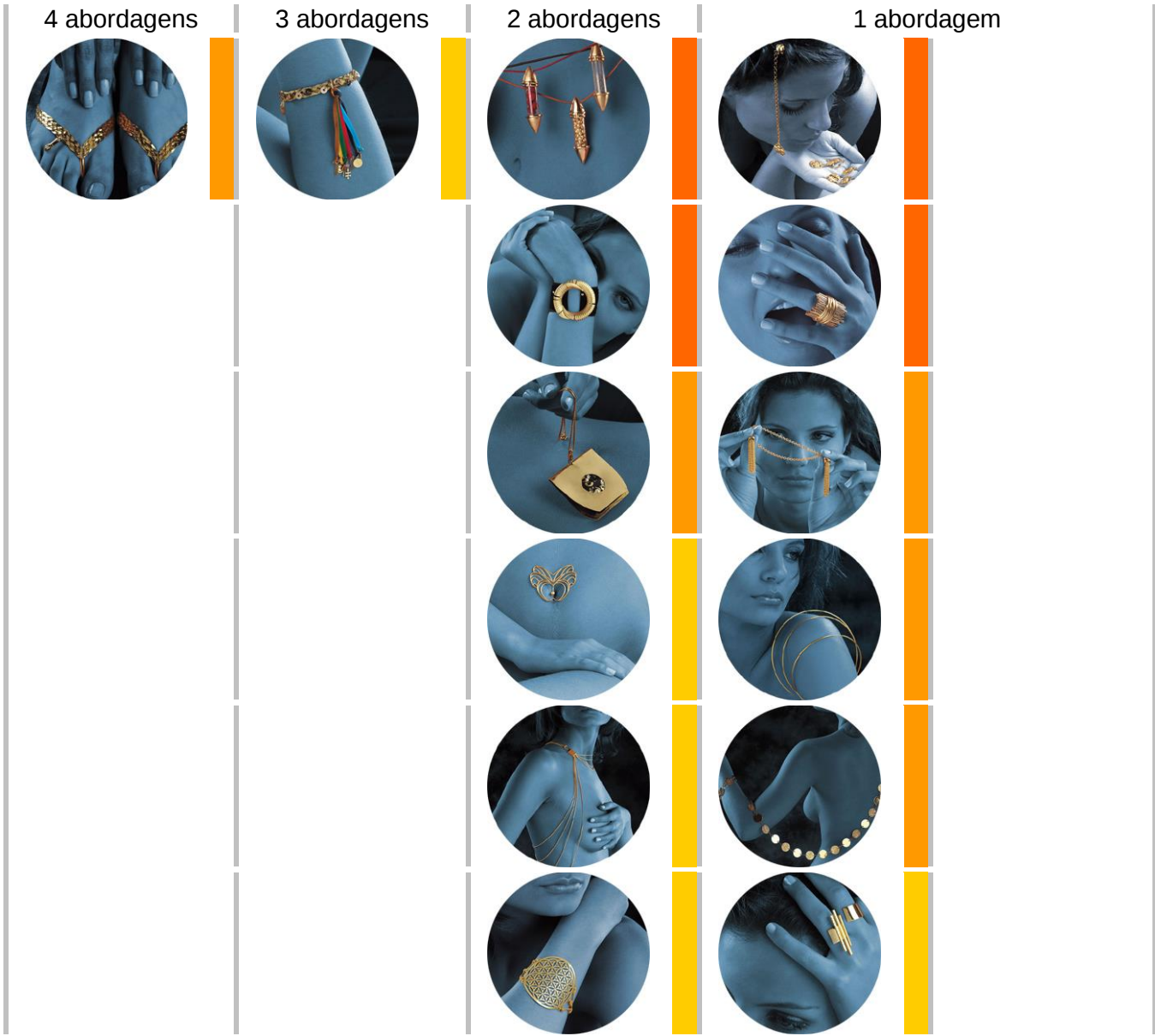
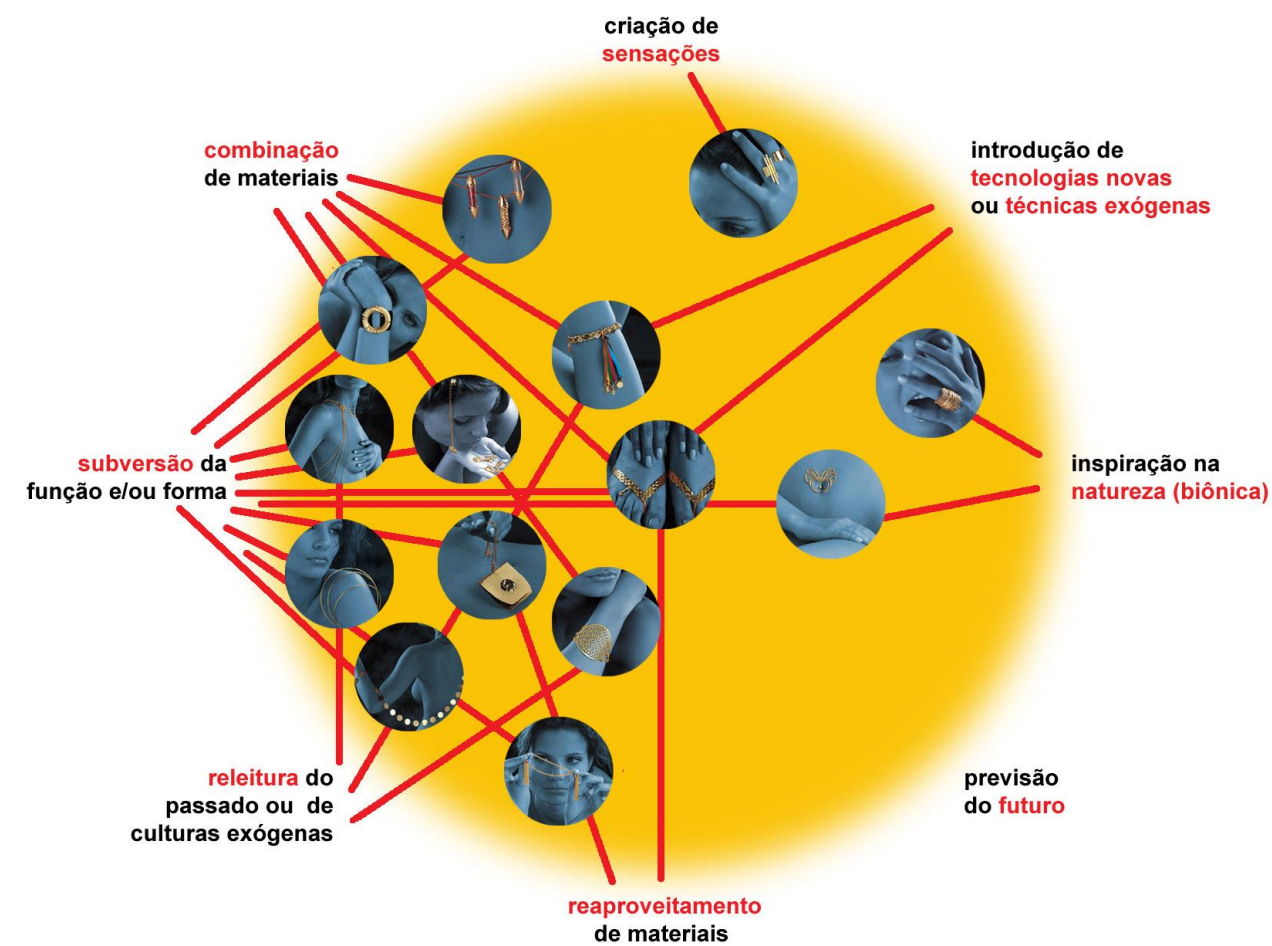
Quadro 39 – Exemplo de mapas de análise de abordagens por edição do concurso AuDITIONS Brasil

AUDITIONS BRASIL 2002
Tema: HOT GLAMOUR
15 peças



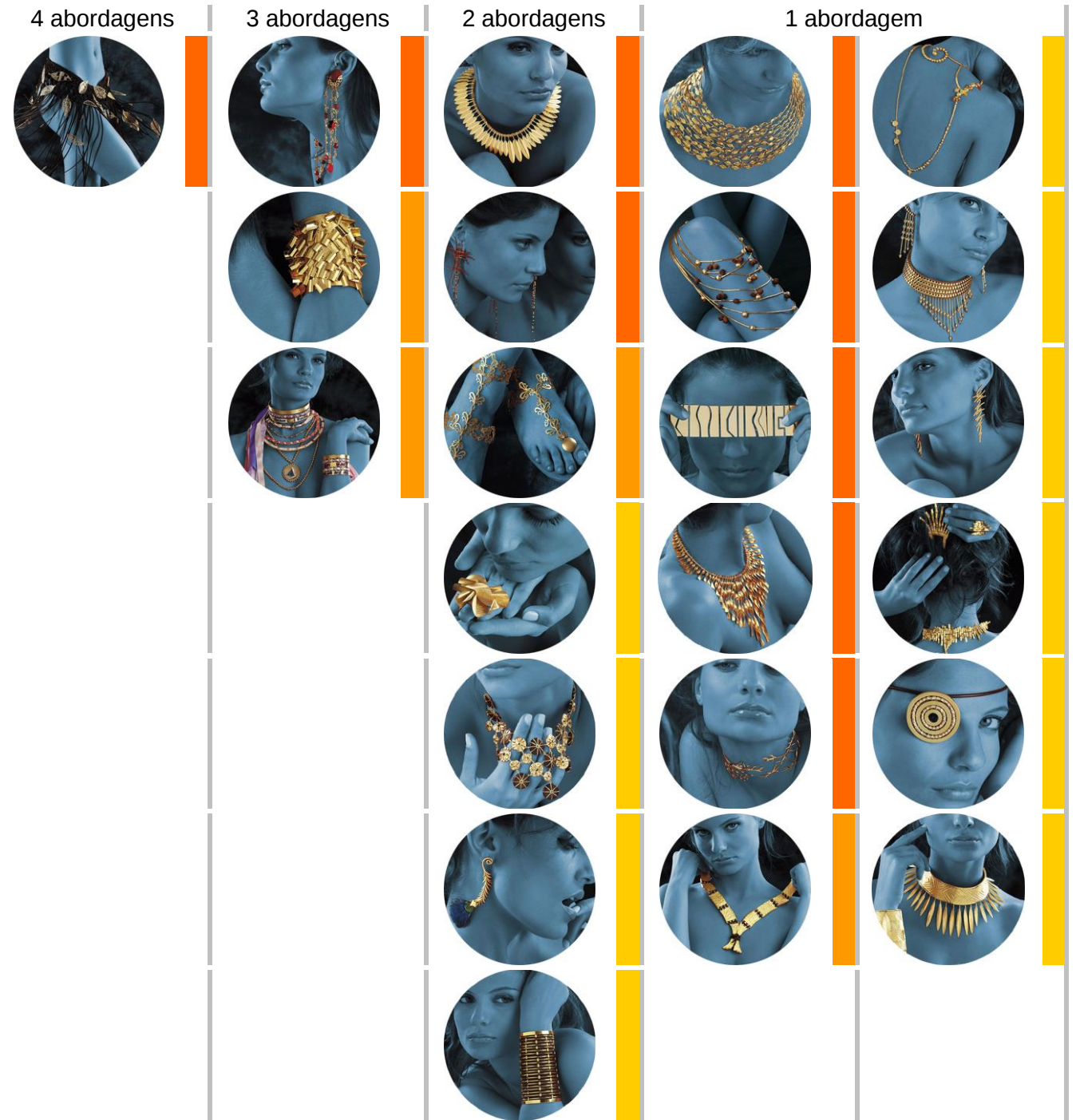
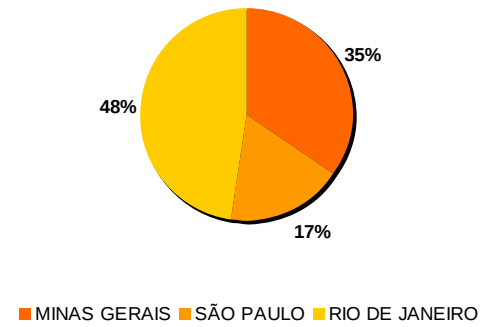
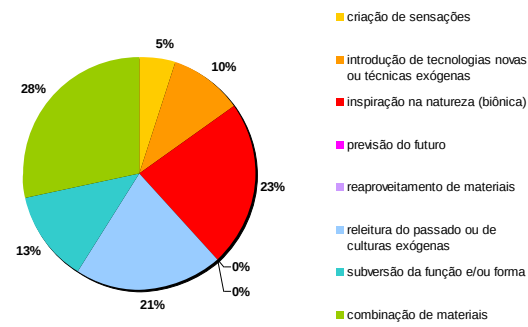
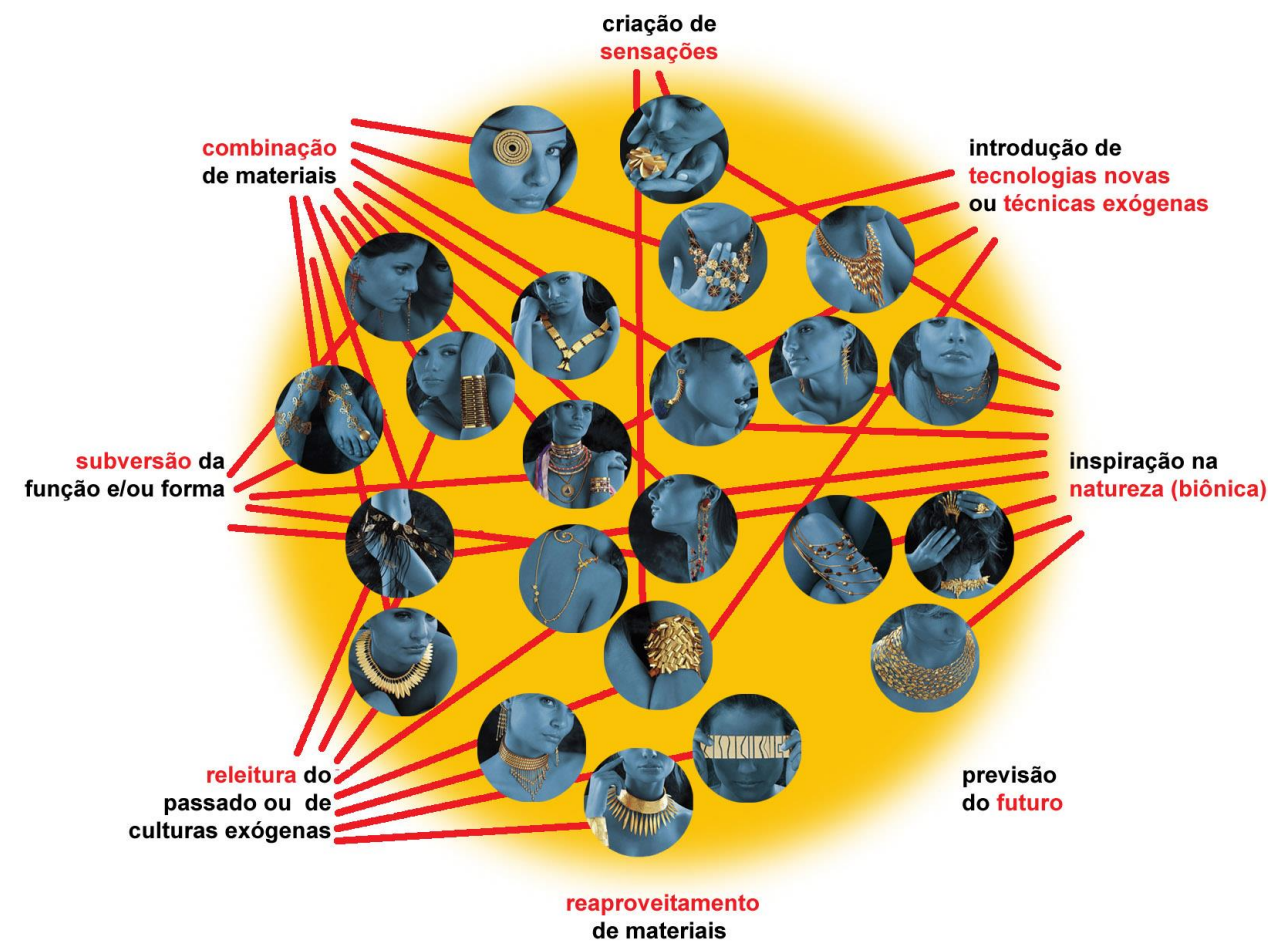
Quadro 40 – Mapa de análise de abordagens criativas AuDITIONS Brasil 2002 – HOT GLAMOUR

AUDITIONS BRASIL 2002
Tema: YOUNG & COOL
14 peças



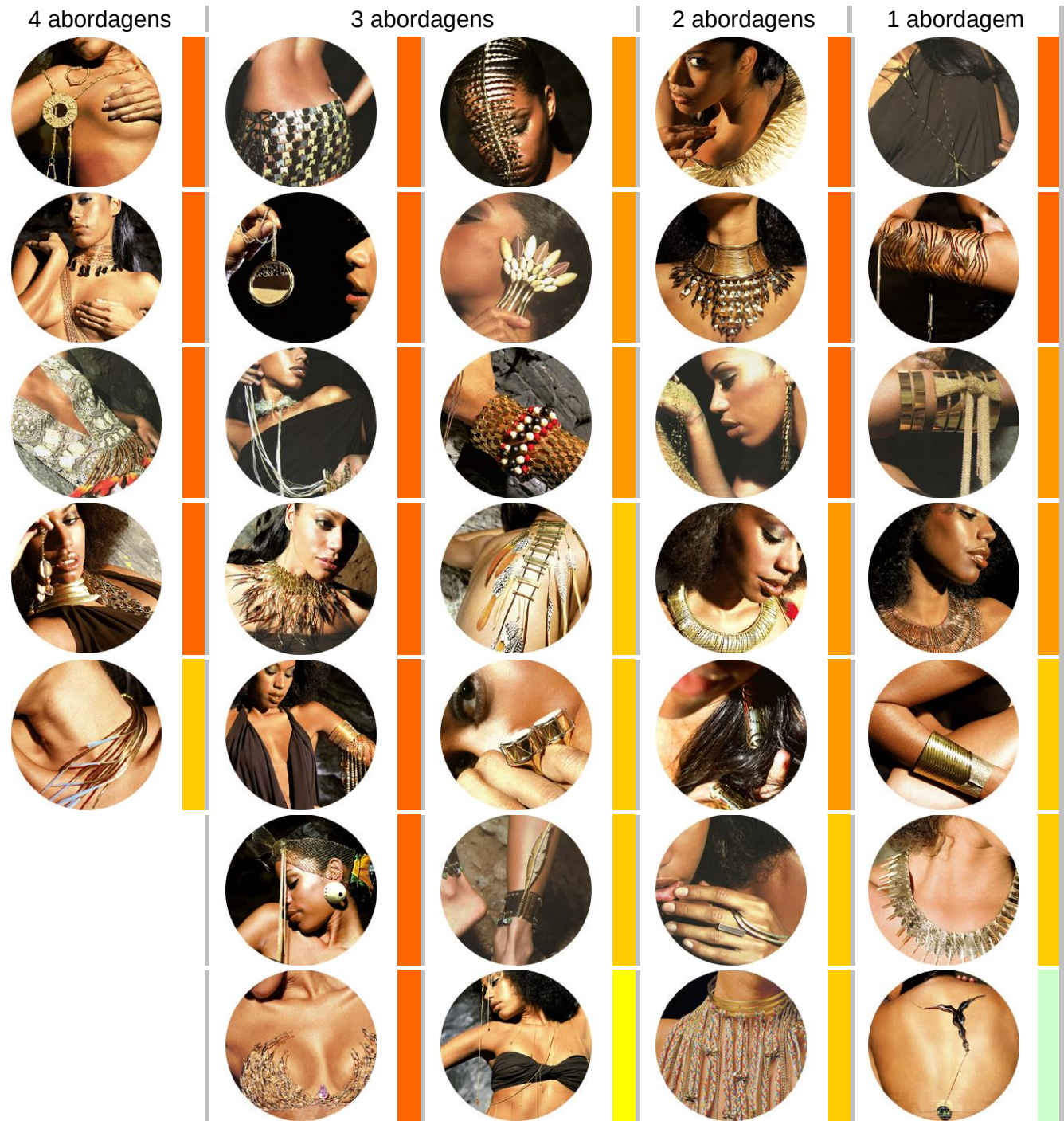
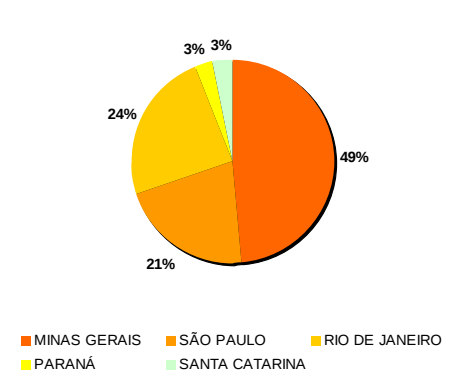
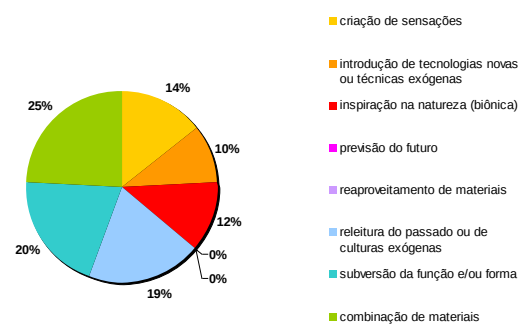
Quadro 41 – Mapa de análise de abordagens criativas AuDITIONS Brasil 2002 – YOUNG & COOL

AUDITIONS BRASIL 2002
Tema: BRAZILIAN ESSENCE
23 peças



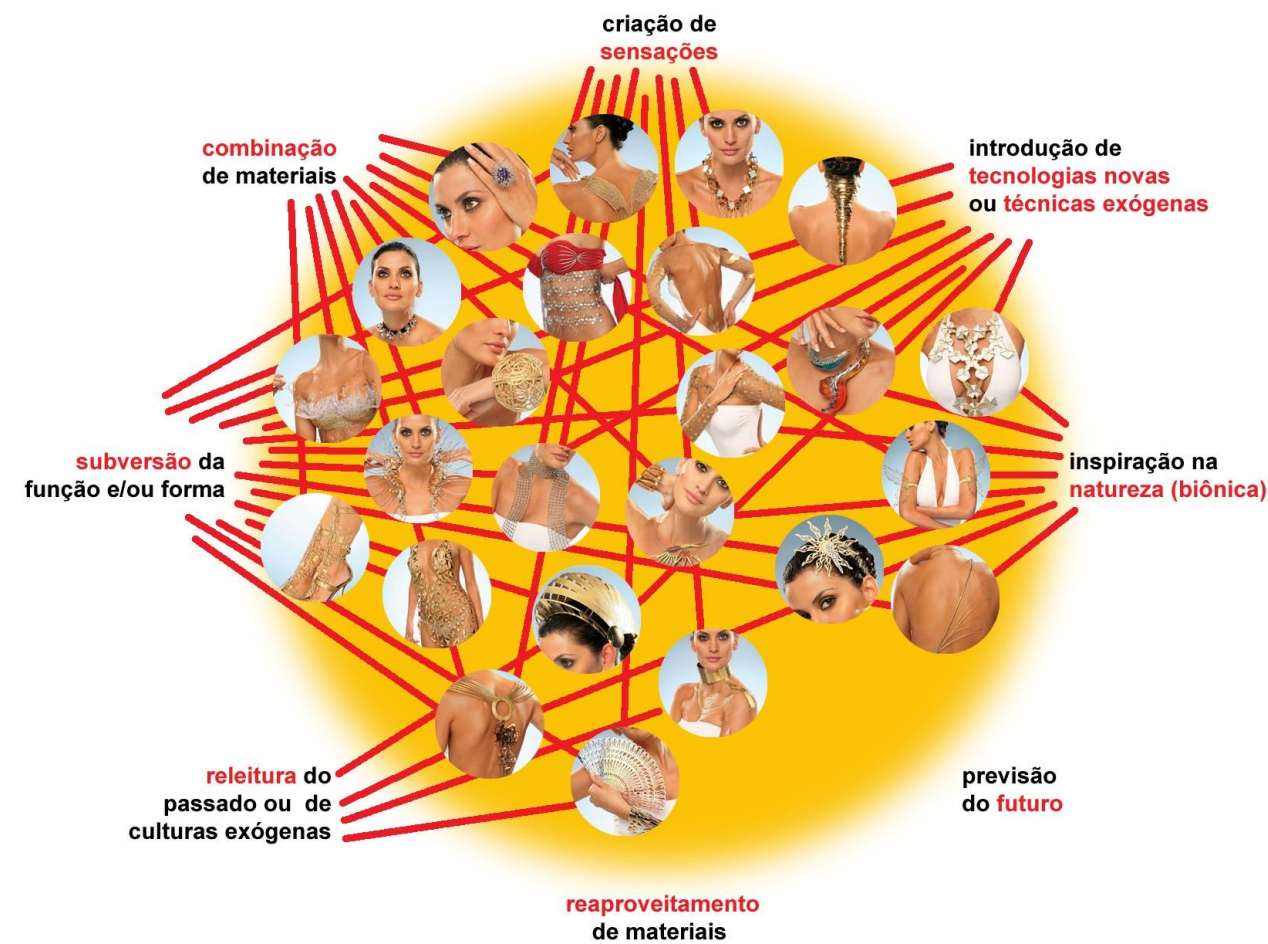
Quadro 42 – Mapa de análise de abordagens criativas AuDITIONS Brasil 2002 – BRAZILIAN ESSENCE

AUDITIONS BRASIL 2004
Tema: RAÍZES E FORMAS
33 peças



Quadro 43 – Mapa de análise de abordagens criativas AudITIONS Brasil 2004 – RAÍZES E FORMAS

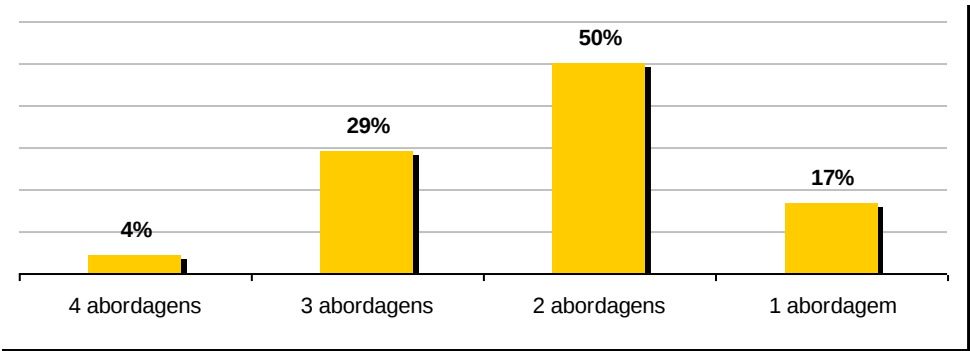
AUDITIONS BRASIL 2006
Tema: CALOR GLACIAL
24 peças



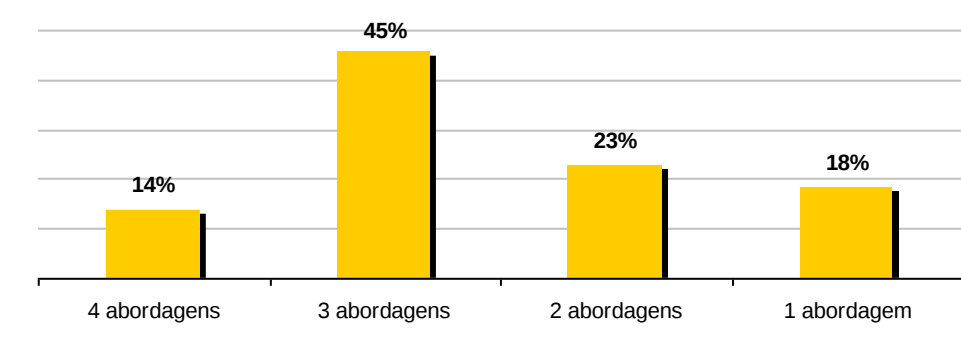
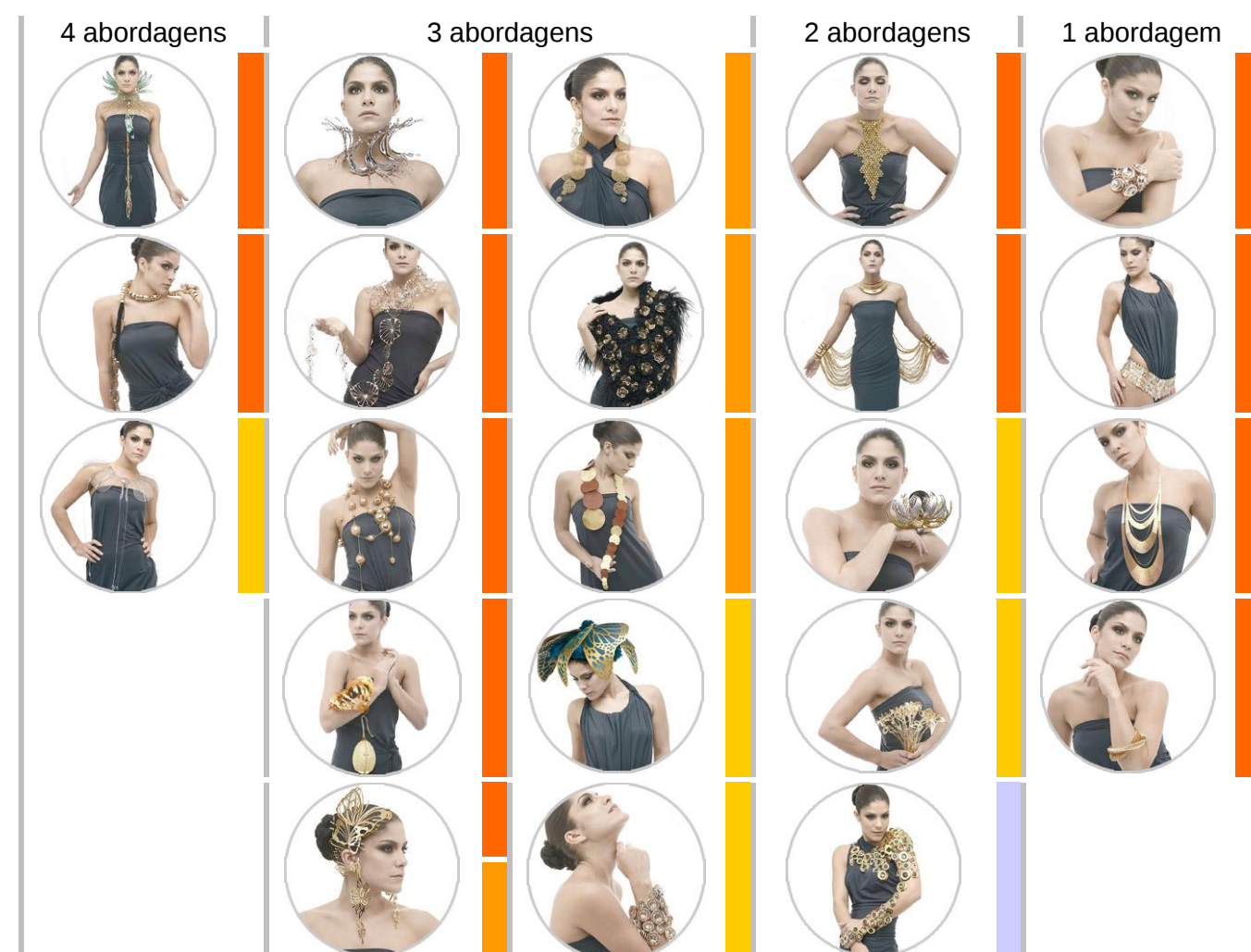
PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011907/CA



Quadro 44 – Mapa de análise de abordagens criativas AuDITIONS Brasil 2006 – CALOR GLACIAL

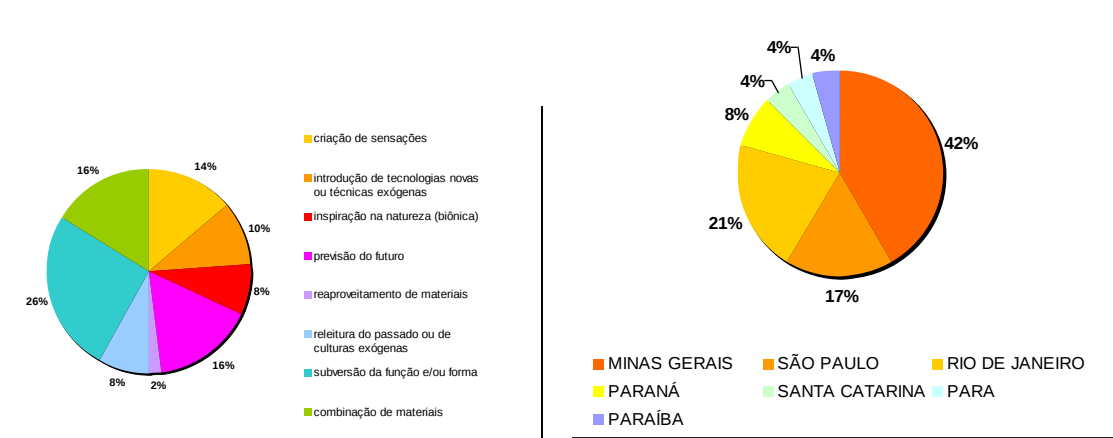
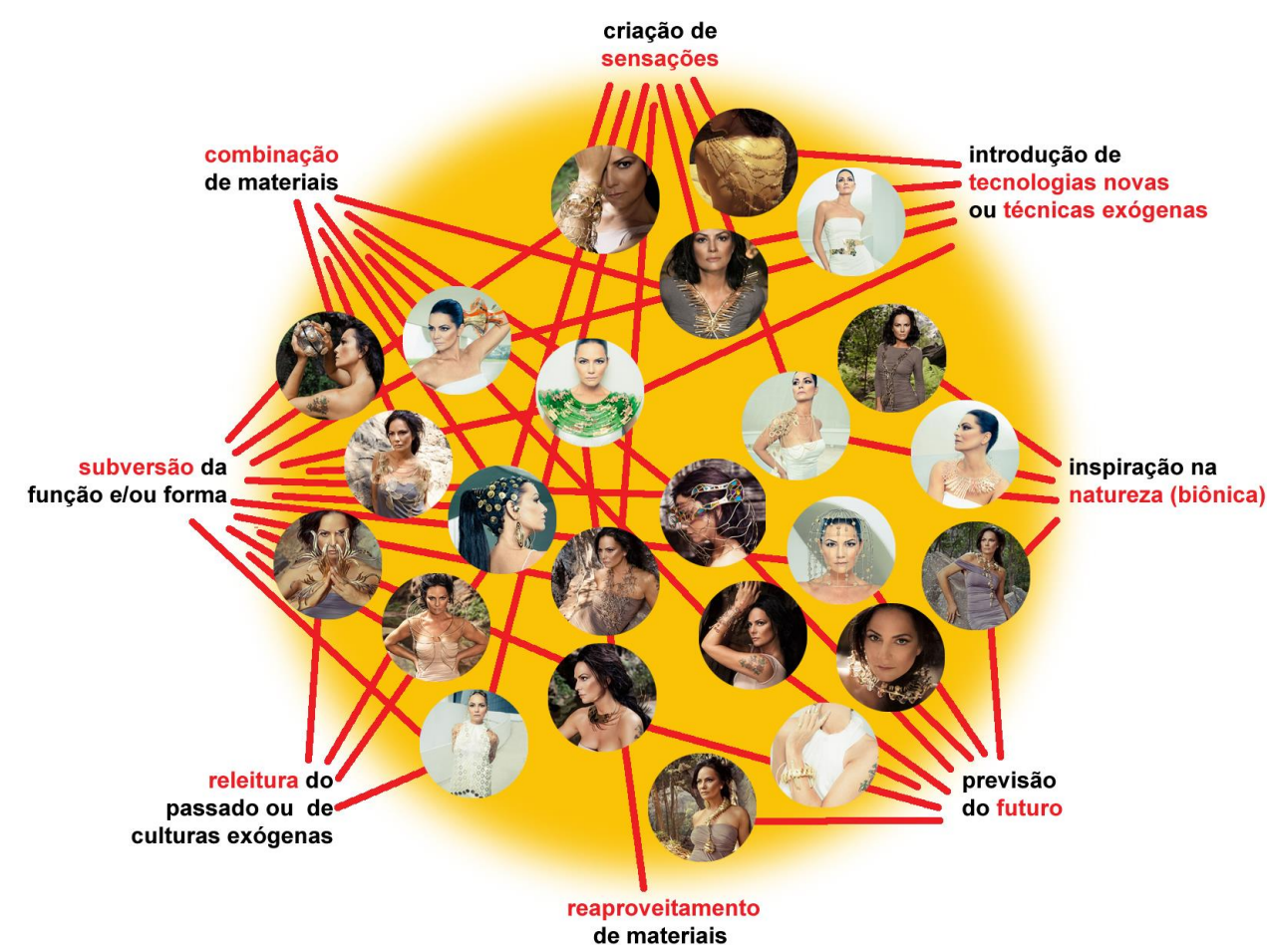


22 peças (sem as 2 peças masculinas)



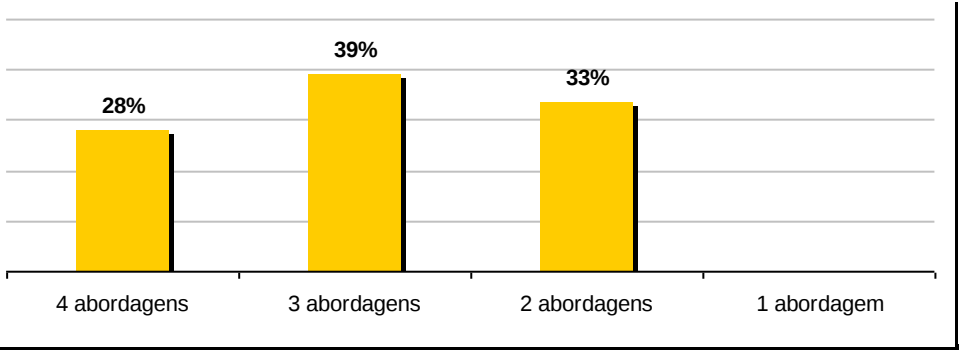
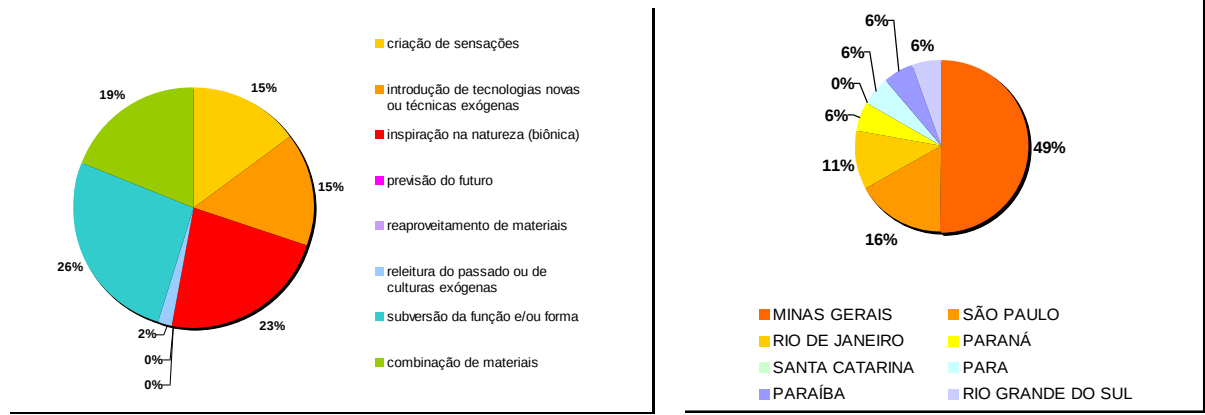
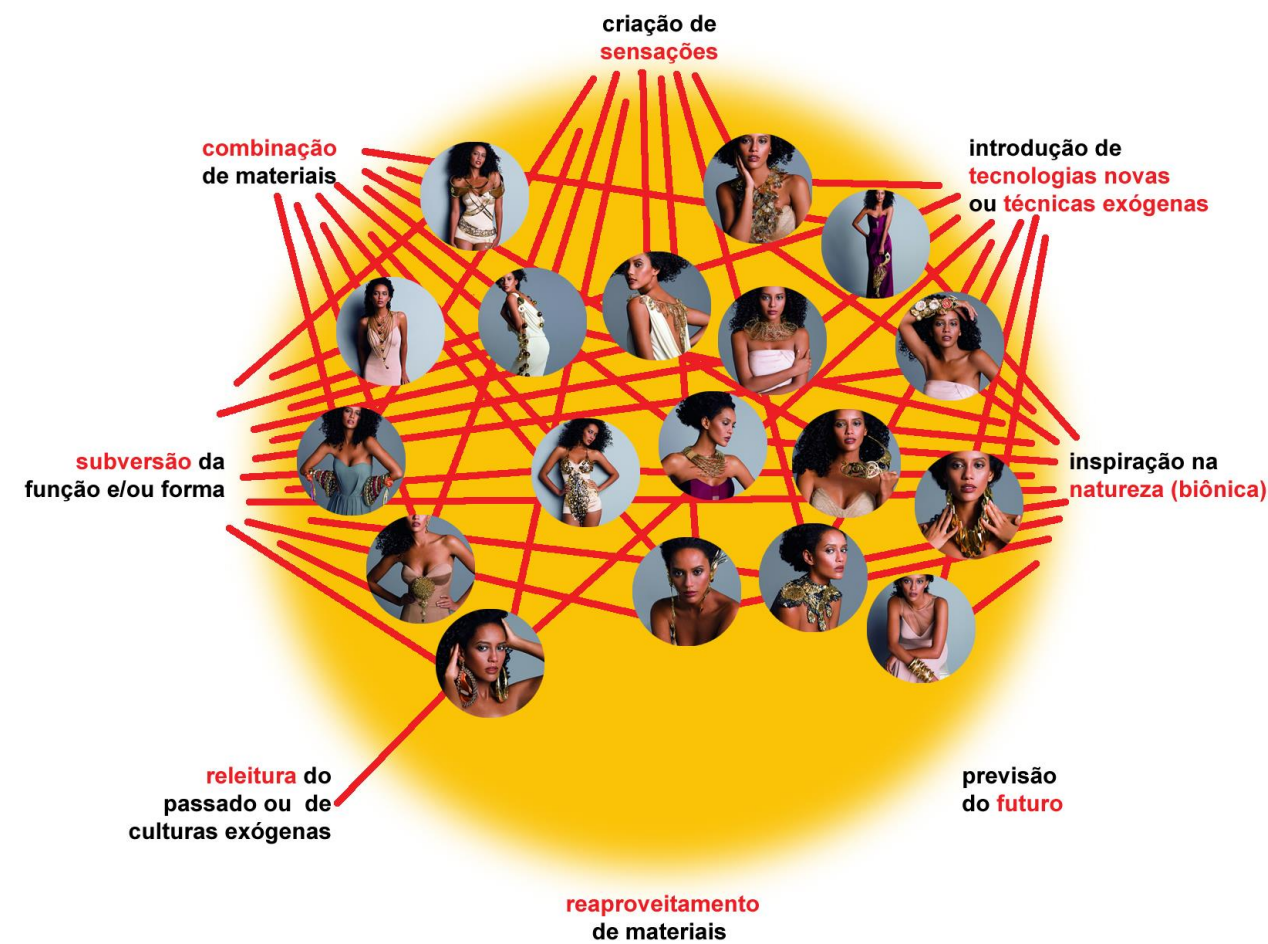
Quadro 45 – Mapa de análise de abordagens criativas AuDITIONS Brasil 2008 – NATUREZA FANTÁSTICA

AUDITIONS BRASIL 2010
Tema: SINCRONICIDADE
24 peças



Quadro 46 – Mapa de análise de abordagens criativas AuDITIONS Brasil 2010 – SINCRONICIDADE

AUDITIONS BRASIL 2012
Tema: BRASILIDADE
18 peças



Quadro 47 – Mapa de análise de abordagens criativas AudITIONS Brasil 2012 – BRASILIDADE

AUDITIONS BRASIL 2002 - 2012
Gráfico de abordagens divididos por tema e
por nº de abordagens por peça
período de 10 anos

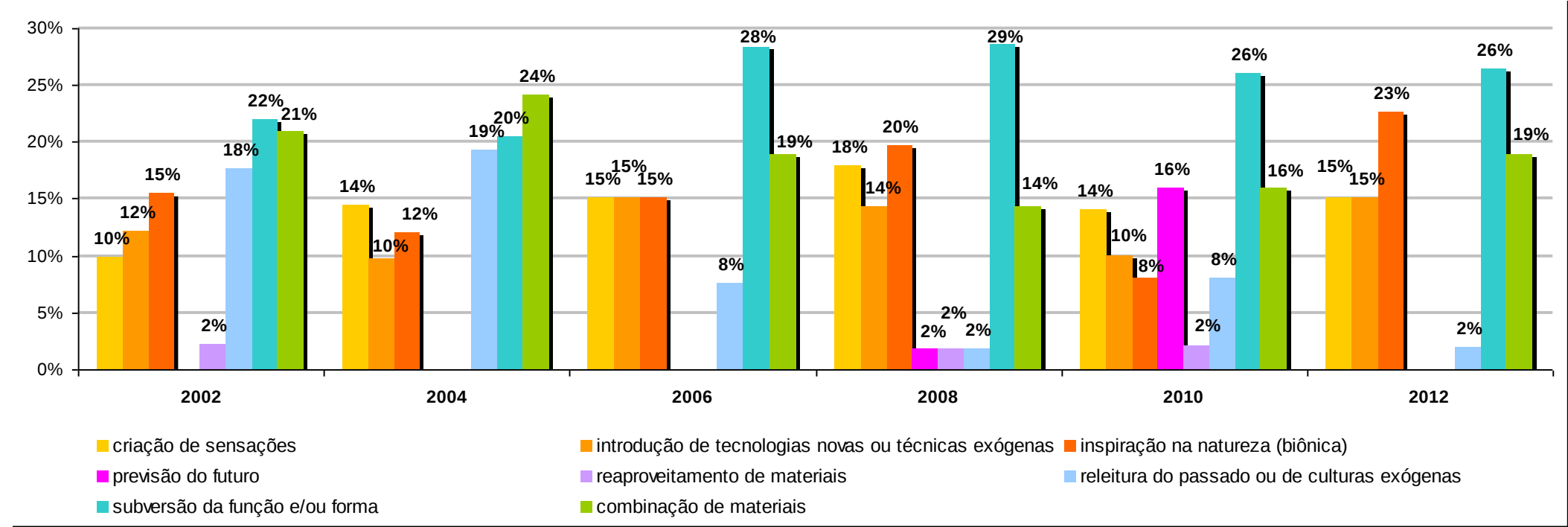


Gráfico 1 - Gráfico comparativo de tipos abordagens criativas AudITIONS Brasil 2002-2012

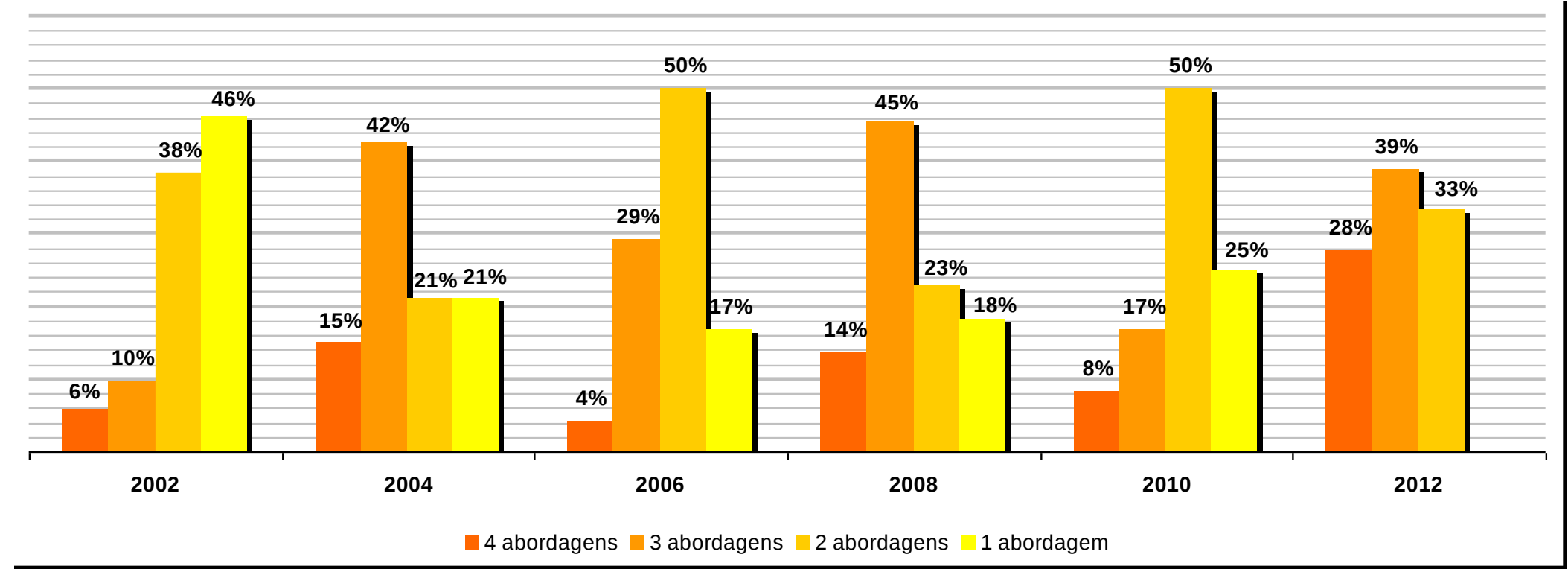


Gráfico 2 - Gráfico comparativo de número de abordagens criativas AudITIONS Brasil 2002-2012

Como pode ser visto no Gráfico 1 de abordagens divididos por tema que apresenta uma comparação dos 10 anos do concurso, a abordagem “subversão da função e/ou forma” é sempre uma das mais usadas – com valores que variam entre 20% a 30 % das peças ao longo das 6 edições –, sendo ultrapassada apenas na edição de 2004 pela abordagem “combinação de materiais” presente em dezessete das 33 peças – ou seja mais de 50% das peças selecionadas.

A abordagem “combinação de matérias” está sempre entre as 3 primeiras mais usadas. Nas primeiras edições as sementes eram os materiais mais presentes, mas atualmente os materiais sintéticos como acrílicos, plásticos, vidros, etc. tomaram esse lugar. As gemas – mesmo sendo uma matéria prima comum a joalheria – como são consideradas neste concurso um material que pode ser acrescentado ao projeto, que deve ser primordialmente de ouro, foram enquadradas também nesta categoria.

A abordagem “releitura do passado” que nas edições de 2002 e 2004 foi a terceira mais usada, ao longo dos outros anos acabou ficando abaixo dos 10%, e o terceiro lugar de abordagens mais usadas passou a ser ocupada pela abordagem “inspiração na natureza”. Uma possível explicação para essa mudança pode estar no tema ligado diretamente a natureza da edição de 2006, mas também a associação de Brasil e/ou brasilidade com a natureza.

Abordagens como “previsão do futuro” e “reaproveitamento de materiais” são sempre as menos identificadas ao longo do concurso, com exceção apenas da edição de 2010, cujo tema sincronidade fez com que muitos designers usassem esse tema de abordagem para a criação de seus projetos – 30% das 24 peças selecionadas.

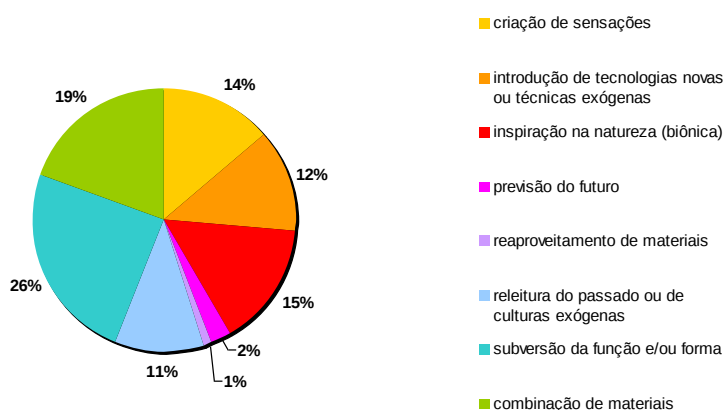


Gráfico 3 - Divisão das % de abordagens no total das 6 edições do concurso

No Gráfico 3, que apresenta a soma de todas as 6 edições, pode-se ver que as abordagens “subversão da função e/ou forma” (26%), “combinação de materiais” (19%) e “inspiração na natureza” (15%) estão presentes em respectivamente $\frac{1}{4}$, $\frac{1}{5}$ e $\frac{1}{6}$ das peças selecionadas, mostrando que ainda existem muitas possibilidades dos designers fazerem uso das outras abordagens criativas para criarem peças inovadoras.

Quanto à quantidade de abordagens por peças, pode-se perceber que, ao longo dos anos, cada vez mais designers criaram peças usando mais de uma abordagem (Gráfico 2). Se na edição de 2002, apenas $\frac{1}{6}$ das peças combinavam 3 a 4 abordagens e quase a metade das peças faziam uso apenas de uma abordagem, na última edição de 2012 os números se inverteram: quase 70% das peças combinavam 3 a 4 abordagens, e não havia nenhuma peça que fizesse uso de apenas uma abordagem.

Se na primeira edição apenas 6% das peças combinavam 4 abordagens, na última edição de 2012 esse número saltou para 28%, ou seja um crescimento de quase 500%.

Este salto, já que nas edições intermediárias o número sempre variou (para cima ou para baixo) por volta dos 10%, pode estar relacionado ao menor número de peças selecionadas nesta edição – uma diminuição de $\frac{1}{4}$ do número de peças.

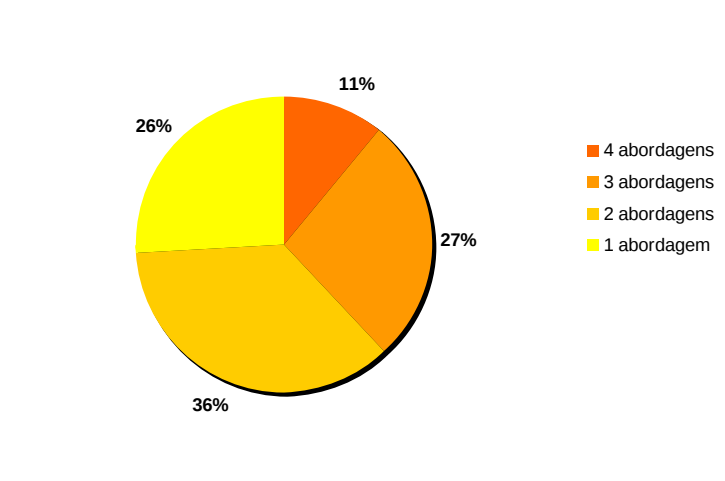


Gráfico 4 - Divisão de % por número de abordagens no total das 6 edições do concurso

Na soma total da coleção (Gráfico 4) vê-se que quase 65% das peças combinam 2 a 3 abordagens, e que apenas 11% das peças combinam 4 abordagens diversas, como pode ser visto no Quadro 48.



Quadro 48 - Peças que combinam 4 ou mais abordagens criativas e as respectivas percentagens

Mas avaliando a média de abordagens por peças ao longo das 6 edições (Gráfico 5), pode-se perceber que houve um crescimento de quase 70% – de 1,75 para 2,94.

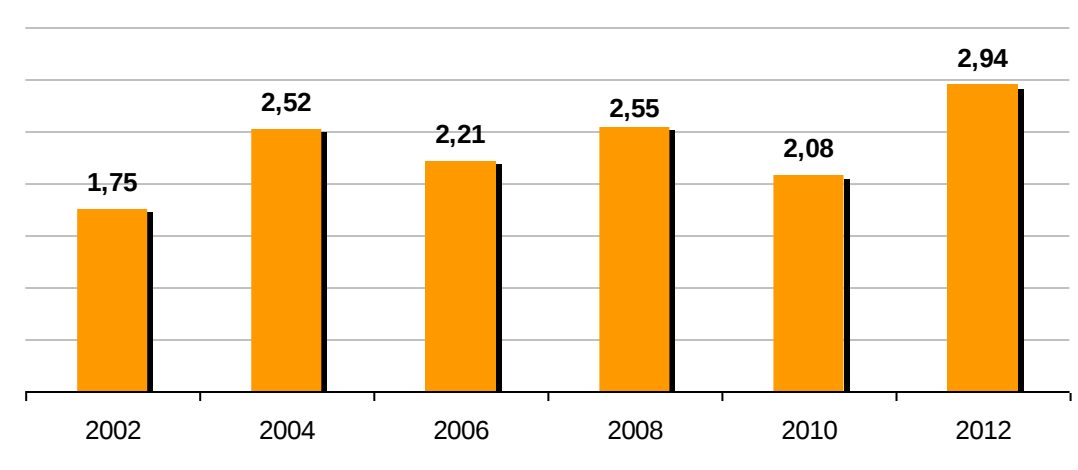


Gráfico 5 - Média de abordagens por peça nas 6 edições do concurso

Acho importante ressaltar também que houve um aumento também do número de peças acima da média de abordagens de cada coleção (Gráfico 6). Por exemplo, se em 2002 a média de abordagens arredondada era de 2 abordagens, 15% das peças combinaram 3 ou 4 abordagens – ou seja acima da média arredondada. Este crescimento foi de quase 200%. Pode-se ver que há uma curva, que de 2002 até 2006 era decrescente, caindo de 15% para 4% – ou seja mais de 70% – mas a partir de 2006 ela se tornou ascendente. Aumentando de 2006 para 2008 em 350%, de 2006 para 2010 o aumento foi de mais de 620% e de 2006 para 2012 de 700%.

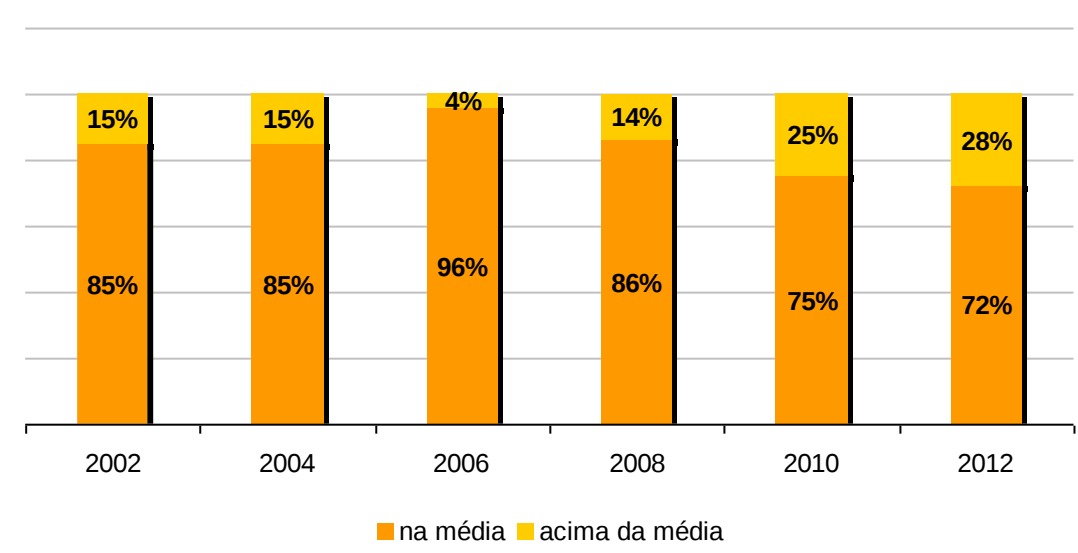


Gráfico 6 - Peças acima e dentro na média arredondada de abordagens das 6 edições

Em relação aos dados dos jurados que selecionaram os projetos, pode-se ver que tirando a edição de 2002 onde havia uma prevalência de pessoas ligadas a moda e nenhuma ligada a setor joalheiro, a partir da edição de 2004

sempre houve a presença de pessoas ligadas a moda (jornalistas e estilistas), a joia (designers, empresários e fotógrafos) e a área de luxo (consultores, profissionais de marketing e consumidoras), como pode ser visto no Gráfico 7.

A dominância de jurados ligados a área de joia nas edições de 2006, 2008, 2010 a 2012, respectivamente 38%, 43%, 45% e 50%, pode ser a explicação também para a curva ascendente citada anteriormente. Já que para especialistas em qualquer setor a combinação de abordagens aumenta a possibilidade de se criar objetos inovadores, ou seja nunca visto anteriormente.

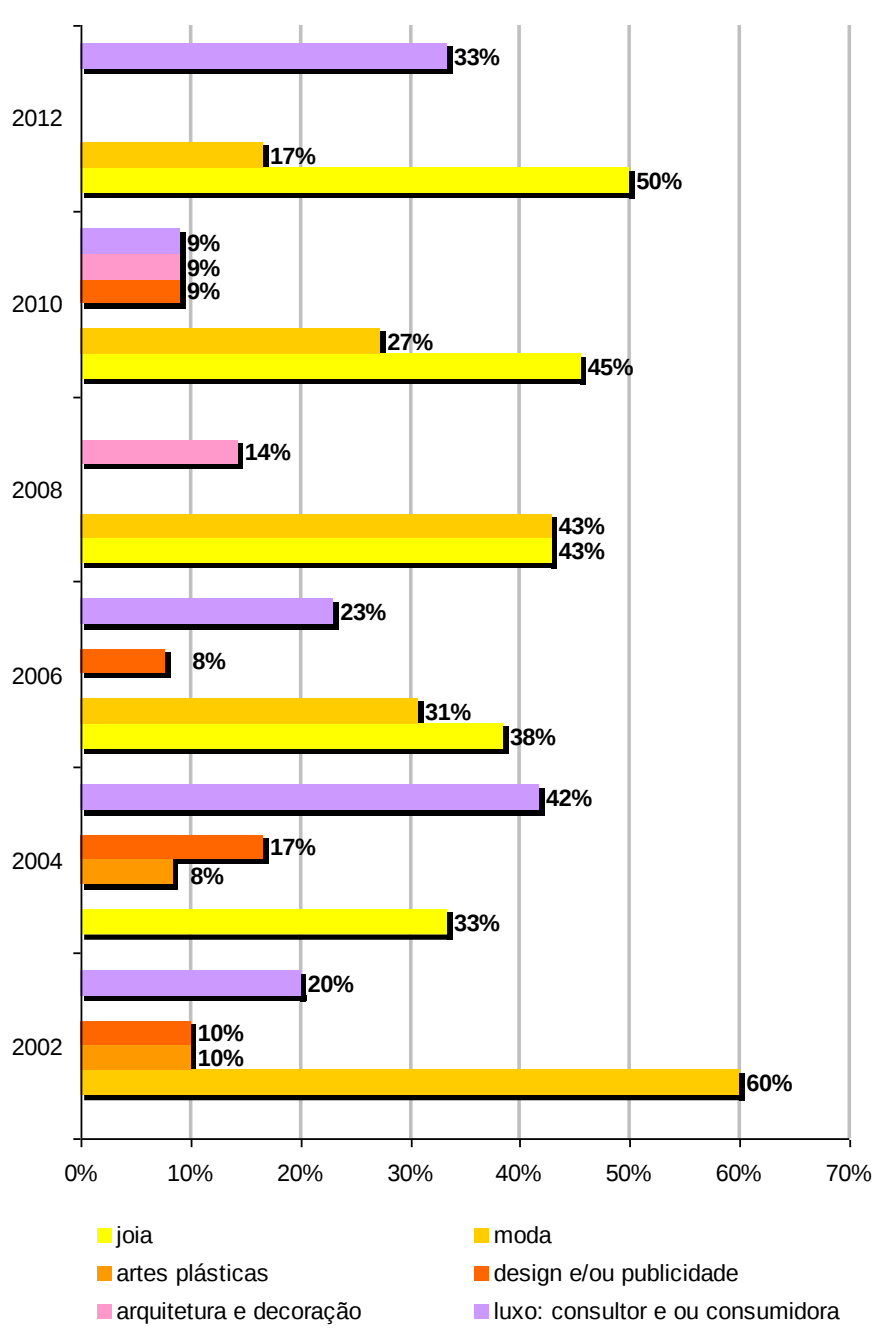


Gráfico 7 - Áreas de *expertise* dos jurados por edição do concurso

É interessante perceber que houve também por parte da organização do concurso uma preocupação de internacionalizar o corpo de jurados, já que apenas em 2004 não houve representantes internacionais presentes. Em 2010 e em 2012 por volta da metade dos jurados eram estrangeiros (Gráfico 8).

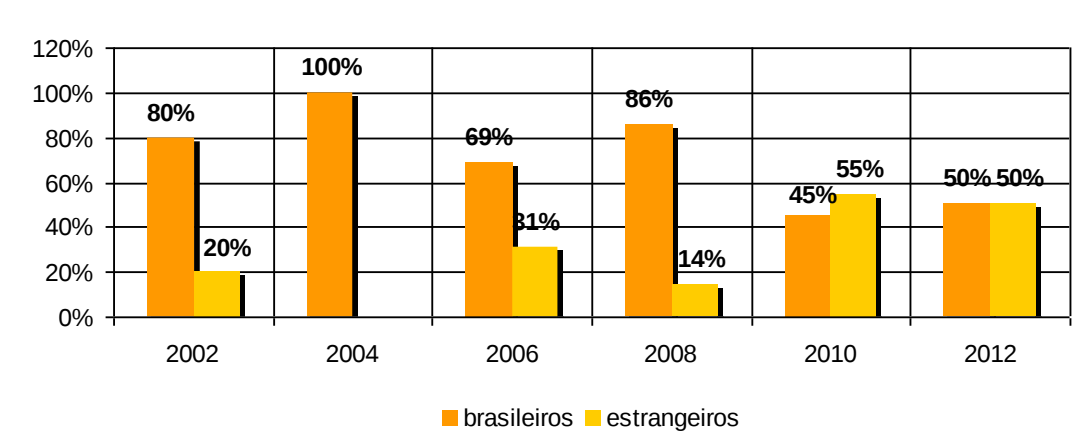


Gráfico 8- Nacionalidade dos jurados por edição do concurso

Para melhor poder comparar visualmente as peças que combinam mais abordagens com as que combinam menos, resolvi dividir a coleção da AuDITIONS Brasil, não mais por edição mas por tipos de peças. Foram criadas 8 categorias distintas e mais uma com o nome de diversos (20%) que englobasse as peças que não pertencessem a nenhuma das categorias anteriores.

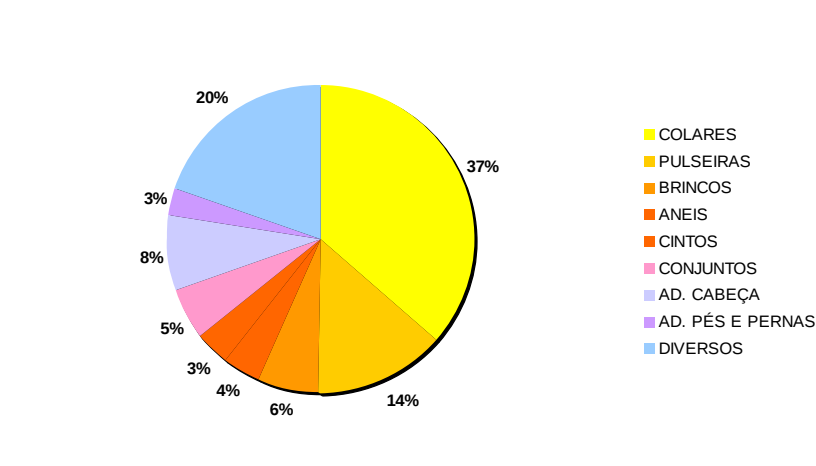
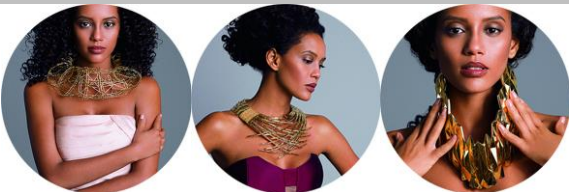
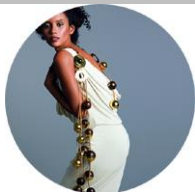
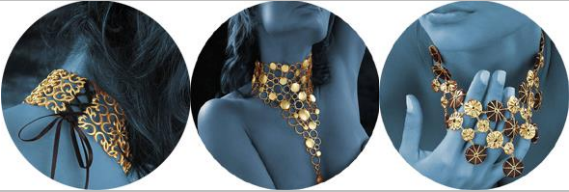


Gráfico 9 - Gráfico de divisão da coleção AuDITIONS Brasil por tipos de peça

Como pode ser visto no Gráfico 9 acima, quase 40% das peças selecionadas foram colares, seguido por pulseiras (14%), e surpreendentemente, adornos de cabeça (8%). E nas próximas 8 “pranchas” A3 pode se ver as 173 peças divididas em tipos de peças.

COLARES - 63 peças => 36%

	1 abordagem	2 abordagens	3 abordagens	4 abordagens
2012				
2010				
2008				
2006				
2004				
2002				

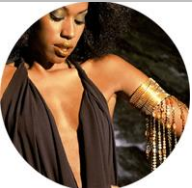
Quadro 49 – Colares divididos por edição e por número de abordagens identificadas

Tipo: BRINCOS - 11 peças => 6%

	1 abordagem	2 abordagens	3 abordagens	4 abordagens
2012				 
2008				
2004				
2002	  	  		

Quadro 50 – Brincos divididos por edição e por número de abordagens identificadas

Tipo: PULSEIRAS - 24 peças => 14%

	1 abordagem	2 abordagens	3 abordagens	4 abordagens
2012			 	
2010		 		
2008	 		 	
2006				
2004	  		 	
2002		  	 	

Quadro 51 – Pulseiras divididos por edição e por número de abordagens identificadas

Tipo: ANÉIS - 7 peças => 4%

	1 abordagem	2 abordagens	3 abordagens	4 abordagens
2010				
2008				
2006				
2004				
2002				

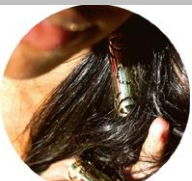
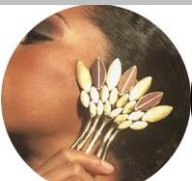
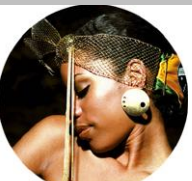
Quadro 52 – Anéis divididos por edição e por número de abordagens identificadas

Tipo: Tipo: ADORNOS DE PÉS E PERNAS - 5 peças => 3%

	1 abordagem	2 abordagens	3 abordagens	4 abordagens
2006				
2004				
2002				

Quadro 53 – Adornos de pés e pernas divididos por edição e por número de abordagens identificadas

Tipo: Tipo: ADORNOS DE CABEÇA - 14 peças => 8%

	1 abordagem	2 abordagens	3 abordagens	4 abordagens
2010			 	
2008		 		
2006		 		
2004			  	
2002				

Quadro 54 – Adornos de cabeça divididos por edição e por número de abordagens identificadas

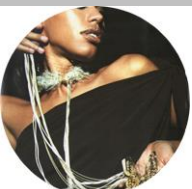
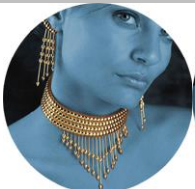
Tipo: CINTOS E SAIAS - 6 peças => 3%

	1 abordagem	2 abordagens	3 abordagens	4 abordagens
2010				
2008				

2004				
2002				

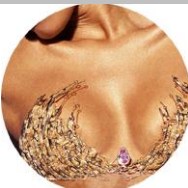
Quadro 55 – Cintos e saias divididos por edição e por número de abordagens identificadas

Tipo: CONJUNTOS - 9 peças => 5%

	1 abordagem	2 abordagens	3 abordagens	4 abordagens
2012				
2010				
2006				
2004				
2002	  		 	

Quadro 56 – Conjuntos divididos por edição e por número de abordagens identificadas

Tipo: Tipo: DIVERSOS - 34 peças => 20%

	1 abordagem	2 abordagens	3 abordagens	4 abordagens
2012				
2010				
2008				
2006				
2004				
2002				

Quadro 57 – Peças diversas divididas por edição e por número de abordagens identificadas

Nesta organização por tipos e por edições, notou-se também que apenas os itens colares e pulseiras foram selecionados nas 6 edições (Gráfico 10).

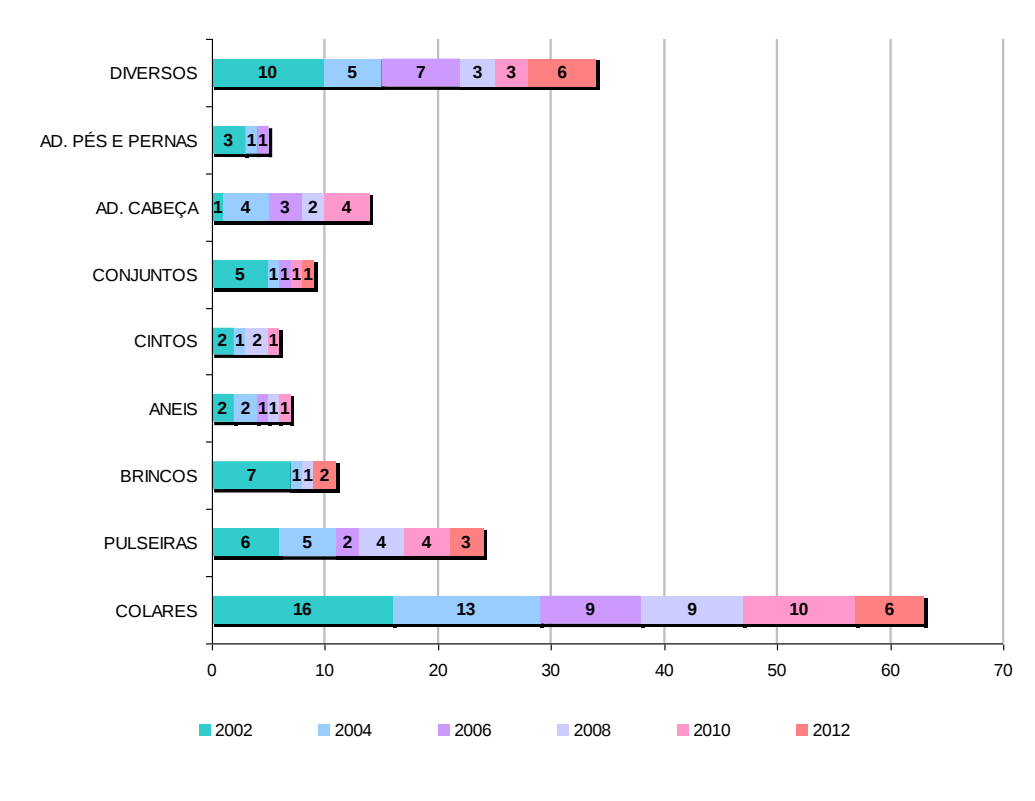


Gráfico 10 – Tipos de peças por edição do concurso

E em relação ao número de abordagens, no Gráfico 11 pode-se ver que a partir do universo das 173 peças da coleção AuDITIONS Brasil, o maior número de peças de combinam 4 abordagens se concentram em colares (5%); brincos (1%), adornos de pés e pernas (1%). Diversos (2%) são os outros tipos de peça em que 4 abordagens também foram combinadas. Em muitos tipos de peças, como pulseiras, anéis e conjuntos não houve a combinação de 4 abordagens. E que a combinação de 2 abordagens é a mais presente em quase todos os tipos, com exceção das pulseiras e dos cintos.

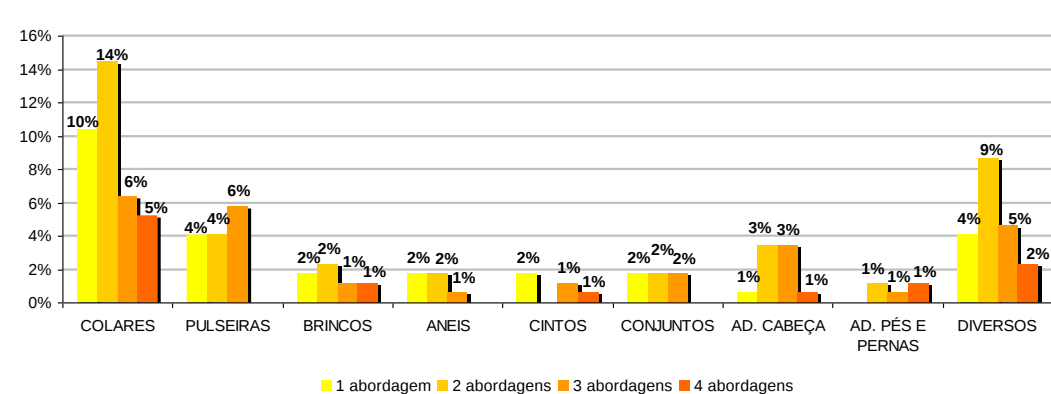


Gráfico 11 – Tipos de peças por número de abordagens combinadas

Imaginando se a seleção de muitos designers em mais de uma edição, influenciaria essa divisão de combinação de mais de uma abordagem, resolvi fazer um levantamento da produção individual de cada designer que foi selecionado em mais de uma edição.

Foi surpreendente perceber que das 19 peças que combinavam 4 abordagens apresentadas na Quadro 54, mais de 75% das peças eram desses designers. Apenas 4, a primeira era uma designer que só deve ter se inscrito no concurso em 2002 – em razão de um problema de direito autoral com uma grande empresa do setor joalheiro relativo a uma de suas criações para o concurso – e as outras 3 da edição de 2012 na categoria aberta aos designers que nunca haviam sido finalistas do concurso.

Foram ao todo 29 designers. Esse número se explica em razão de muitos designers trabalharem em dupla, prática muito comum principalmente entre os designers mineiros. O que explicaria sobrepujança de 66% de designers selecionados serem mineiros (Gráfico 13).

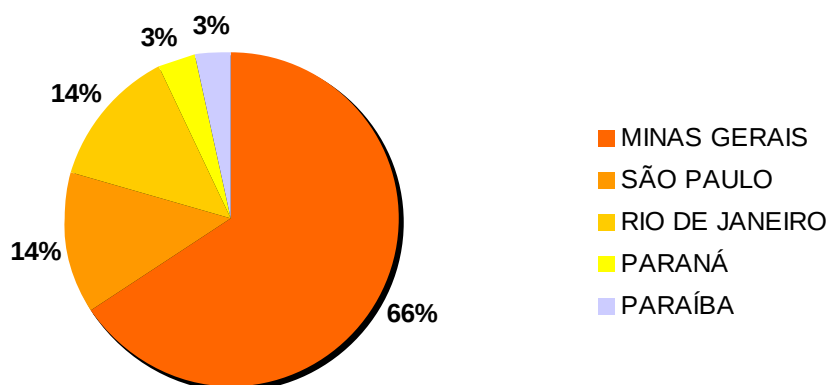
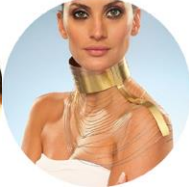


Gráfico 12 – Designers presentes em mais de uma edição dividido por estado de origem

As próximas “pranchas” A3 irão apresentar as o trabalho desses designers divididos por número de abordagens de suas respectivas peças.

AUDITIONS BRASIL – PRODUÇÃO DOS DESIGNER SELECIONADOS EM MAIS DE UMA EDIÇÃO

DESIGNER / Ano	1 abordagem	2 abordagens	3 abordagens	4 abordagens
Rodrigo Robson 2002 2004 2010				
Carla Abras 2008 2010 2012				
Renata Bessa 2004 2006 2010 2012				
Carlos Godoy 2004 2006 2010				
Dulce Goettms 2006 2008 2010				
Lena Garrido 2002 2008 2012				
Sergio Povia Pires 2002 2004 2010				

DESIGNER / Ano	1 abordagem	2 abordagens	3 abordagens	4 abordagens
Fernanda Barcellos 2002 2004 2006		 		
Ida Benz 2002 2008 2012				 
Heloisa Azevedo 2002 2006 2010				
Cyntia Maffra Vieira 2002 2006 2008				
Eliânia Rosetti 2006 2008 2012			 	
Déborah Camisasca 2002 2008		 		
Juliana Pellegrini 2004 2006 2010		  		
Sancha Livia Resende 2002 2004				

DESIGNER / Ano	1 abordagem	2 abordagens	3 abordagens	4 abordagens
Liliane Lima 2002 2004				
Margarida Recorder 2002 2008				
Gui Marin 2004 2006			 	
Adna Salles 2004 2006				
Lorena Gomes Ribeiro 2006 2008				
Carolina Monteiro 2006 2008		 		
Emy Kyouho 2002 2010		 		
Ana Paula Feijó 2004 2008				

DESIGNER / Ano	1 abordagem	2 abordagens	3 abordagens	4 abordagens
Claudia Lamassa 2004 2006				
Junia Fontenelle 2008 2010				
Victor Falcão 2010 2012				
Guilherme Canabrava 2006 2008				
Janaina Monteiro 2008 2010				
Luiza Seixas 2002 2004				

Quadro 58 – Peças dos designers selecionados em mais de uma edição divididas por número de abordagens identificadas

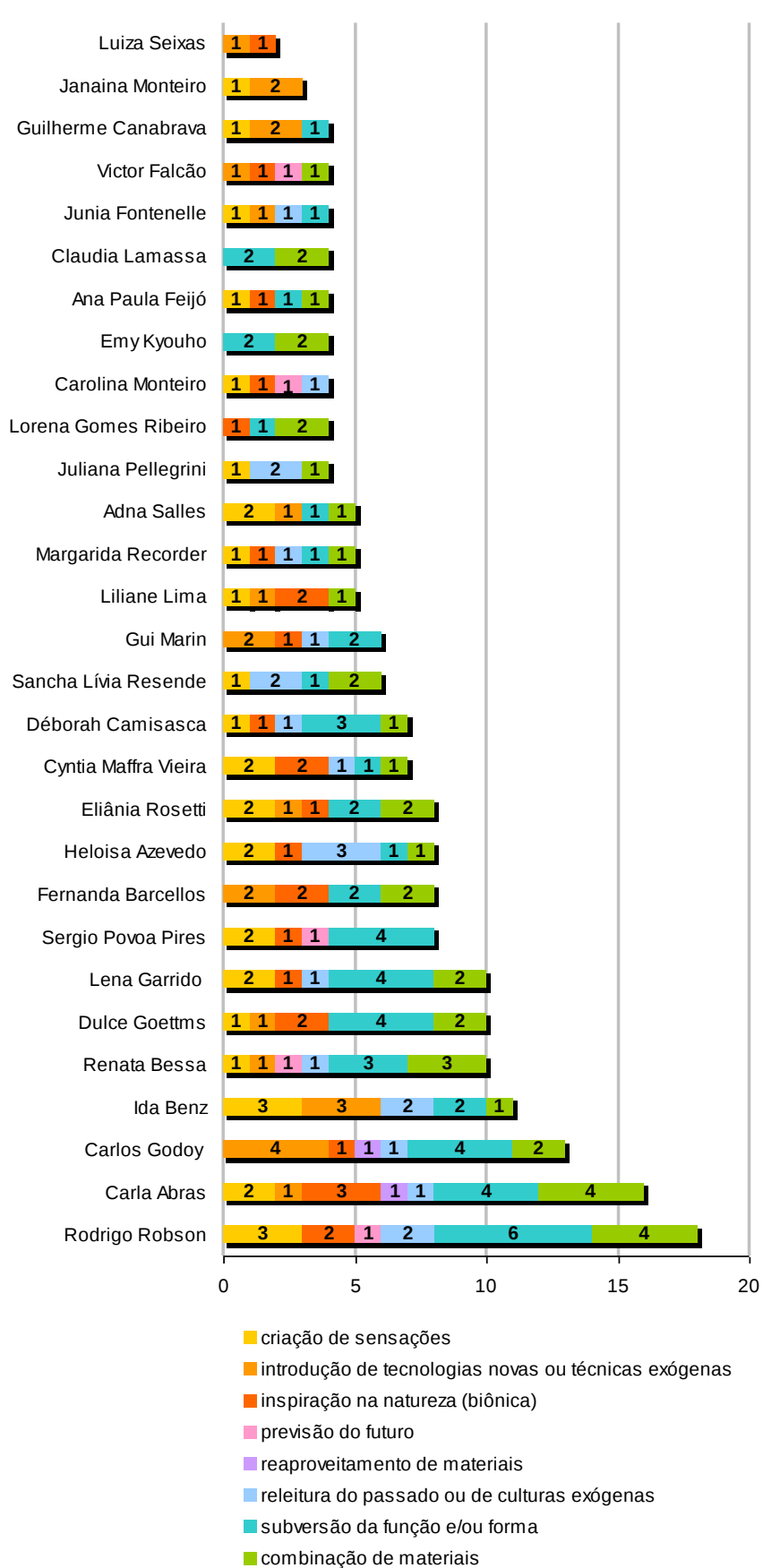


Gráfico 13 – Tipos de abordagens mais utilizadas pelos designers selecionados em mais de uma edição

No Gráfico 14 pode-se ver as abordagens presentes nas peças de cada um desses designers. Por exemplo no caso do designer mineiro Rodrigo Robson, que foi o designer com mais peças finalistas, num total de 6, em 3 de suas peças ele fez uso da abordagem “criação de sensações”; em 2 a abordagem “inspiração na natureza”, em 1 a abordagem “previsão do futuro”, em 2 a abordagem “releitura do passado ou de culturas exógenas”, em 4 a abordagem “combinação de materiais” e em todas das suas 6 peças ele se utilizou da abordagem “subversão da função e/ou forma”.

Dos 29 designers, 23 designers fizeram uso da abordagem “subversão da função e da forma” (79%), 21 fizeram uso de “criação de sensações” (72%), 20 da abordagem “inspiração na natureza” (69%). Transformando esses números em porcentagens, pode-se perceber melhor que alguns designers se utilizam de algumas abordagens em 100% de seus projetos selecionados.

Carla Abras é uma das designers que mais fez uso de abordagens distintas: 7 das 8 abordagens. Além disso, a designer não apresentou nenhuma peça em dupla, mostrando que essa flexibilidade faz parte de sua criatividade. Carlos Godoy, Rodrigo Robson e Renata Bessa fizeram uso de 6 abordagens distintas, mas todos os 3 apresentaram projetos em dupla – não sendo possível afirmar-se se o uso do alto número de abordagens se deriva de uma flexibilidade criativa individual, ou se acontece em razão da criação em parceria.

Por outro lado, outros designers que trabalharam também em duplas, como por exemplo Guilherme Canabrava apresentou em seu rol de abordagens das 2 peças selecionadas apenas 3 abordagens distintas.

Eu mesma percebi, como pode ser visto no Gráfico 15, que em 100% de minhas 3 peças selecionadas as abordagens “criação de sensações” e “introdução de tecnologias novas ou técnicas exógenas” estavam presentes, e que 67% de minhas peças também faziam uso das abordagens “releitura do passado ou de culturas exógenas” e “subversão da função e/ou forma”. Isso me mostrou que ainda existem muitas abordagens, e por conseguinte, universos criativos para serem experimentados.

Ao lado de Adna Salles, Margarida Recorder, Liliane Lima, Gui Marin e Sancha Livia Rezende fui uma das que tiveram uma média de abordagens por peça superior ao número de peças selecionadas (Gráfico 16). Com uma média de abordagens por peça de 3,7; ao lado de Carlos Godoy com uma média de 3,3; Carla Abras com uma média de 3,2; e Rodrigo Robson, Sancha Livia Rezende, e Gui Marin com uma média de 3,0 abordagens por peças fui uma das que mais fizeram uso da combinação de abordagens criativas.

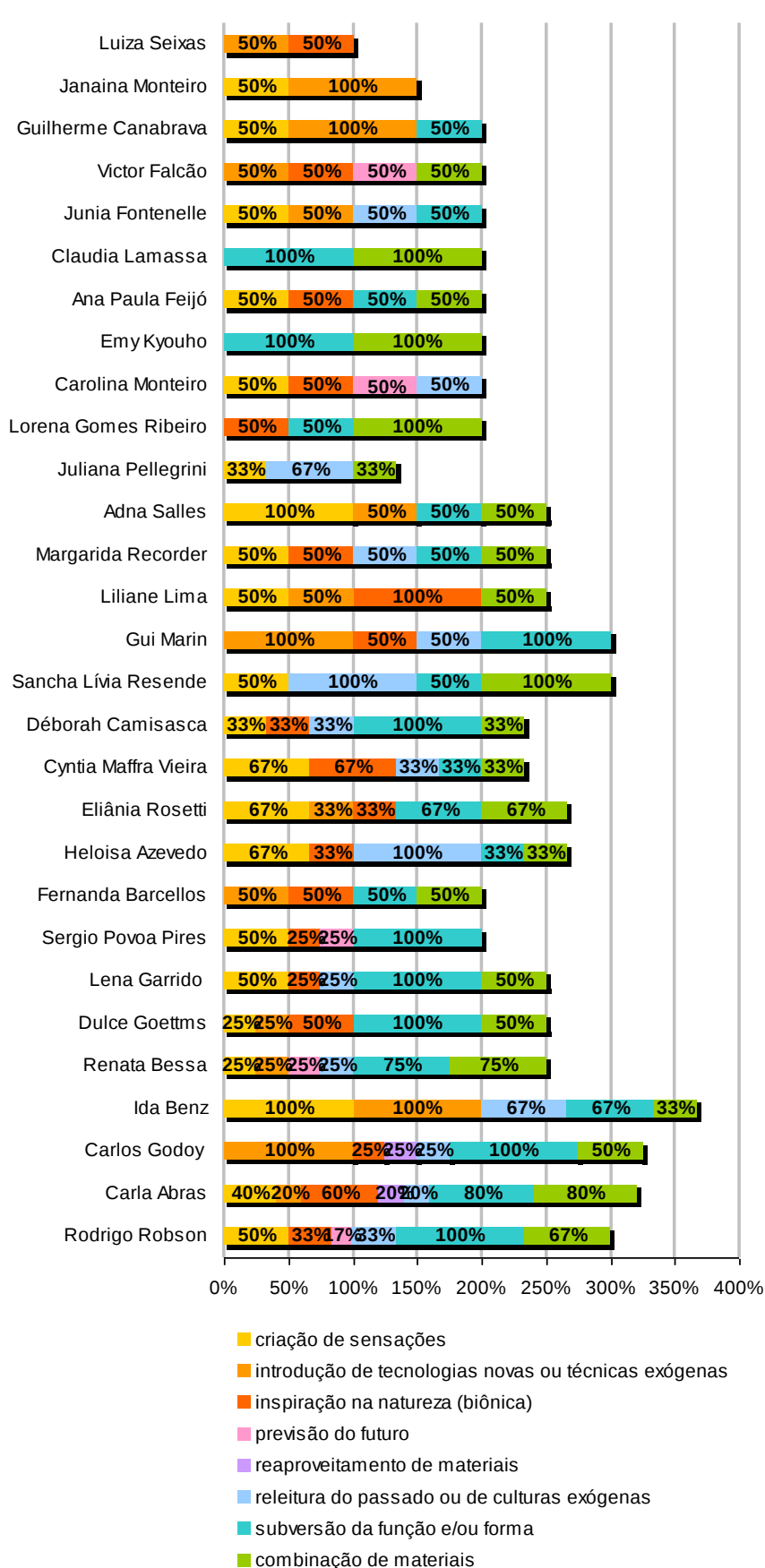


Gráfico 14 – Percentagem dos tipos de abordagens mais utilizadas pelos designers selecionados em mais de uma edição

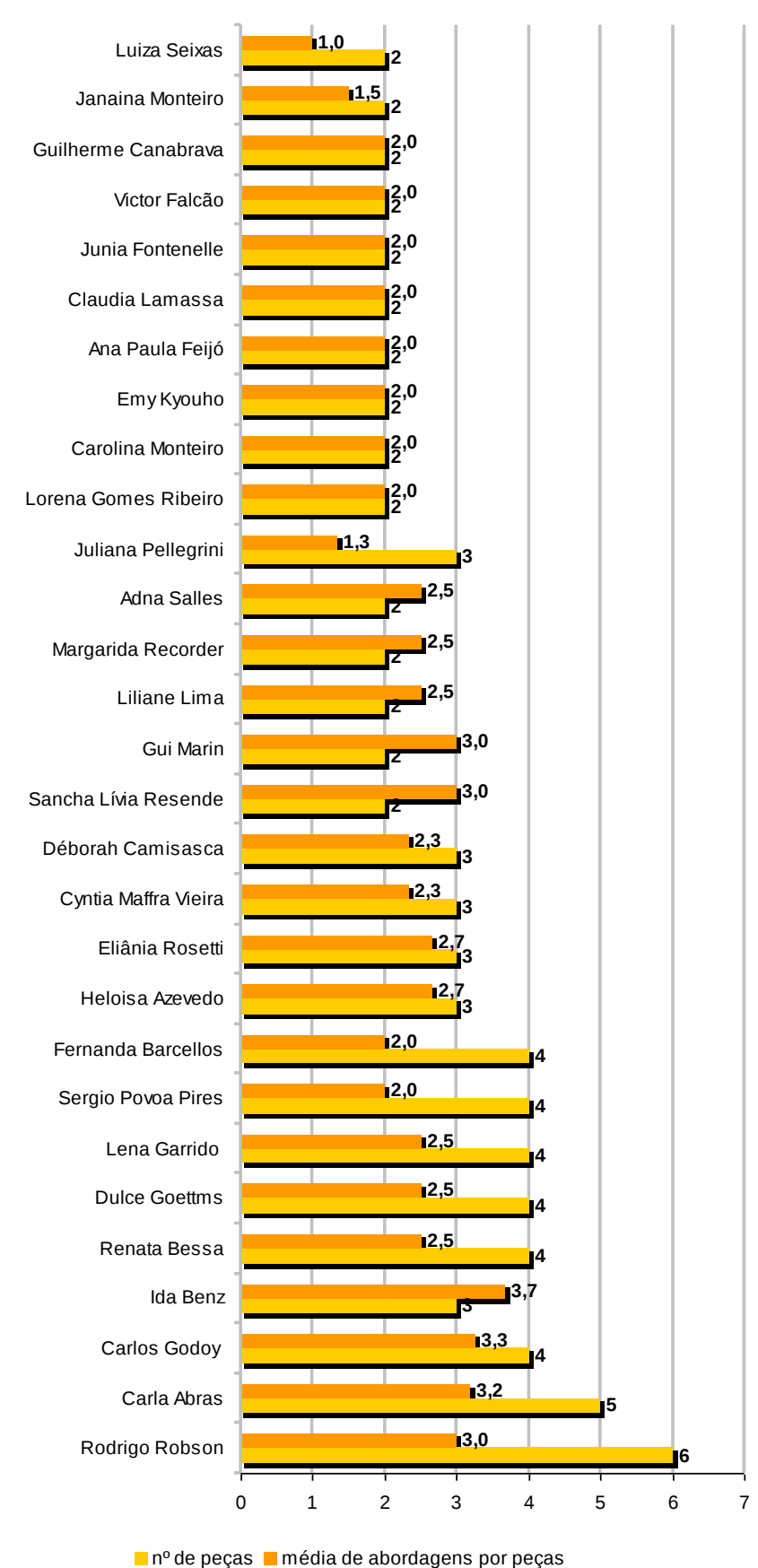
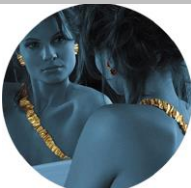
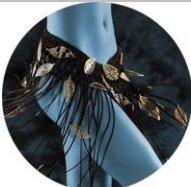
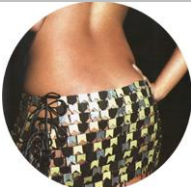
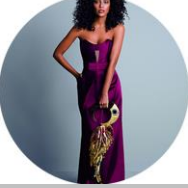


Gráfico 15 – Comparação entre número de peças e média de abordagens por peça mais dos designers selecionados em mais de uma edição

Ficou evidente que, conscientemente ou não, a prática da combinação de diversas abordagens criativas para se criar um objeto inovador é usada por muitos designers de joias. Através dos exemplos de minhas peças, onde mesmo naquelas selecionadas nas edições anteriores à de 2012 – onde não busquei a combinação de diversas abordagens conscientemente – já apresentavam no mínimo 3 abordagens por peça, percebi a força do inconsciente neste processo.

Notando que muitas das peças vencedoras das duas categorias de cada edição pertenciam aos designers que participaram de mais de uma edição, resolvi analisá-las como um grupo em separado (Quadro 59). É preciso, antes de nada, registrar que a escolha das peças vencedoras é feita internamente dentro da empresa Anglogold Ashanti, depois que eles recebem as peças finalistas produzidas em metal, sem a participação de jurados. Apenas na primeira edição de 2002, foi realizada uma votação digital durante a apresentação da festa de divulgação das peças do concurso.

Peça vencedora	Nº de abordagens	Nº de edições selecionado	Designer / categoria / edição
	1	1	Ruth Grieco / Hot Glamour / 2002
	4	1	Pitti Paludo / Young & Cool / 2002
	4	1 e 3	Melissa Maia e Rodrigo Robson / Brazilian Essence / 2002
	3	3	Fernanda Barcellos / Designer / 2004
	4	4	Renata Bessa / Revelação / 2004

	3	2 e 3	Carlos Godoy e Gui Marin Kessedjian / Designer / 2006
	3	3	Dulce Goettems / Revelação / 2006
	2	2 e 2	Junea Fontenelle e Guilherme Canabrava / Designer / 2008
	3	1	Thayana Cordeiro de Menezes / Revelação / 2008
	3	3 e 1	Heloisa Azevedo e Leandro Portela / Designer / 2010
	2	1	Thayane de Carvalho da Silva / Revelação / 2010
	4	3	Carla Abras / Prêmio 10 anos AuDITIONS / 2012
	2	1	Camila Schmitt / Prêmio AuDITIONS / 2012

Quadro 59 - Peças vencedoras das respectivas edições

Das 13 peças vencedoras, 5 foram de designers que só foram finalistas em uma edição do concurso, o que quer dizer que mais de 60% das peças vencedoras foram projetadas por designers que foram selecionados em mais de uma edição.

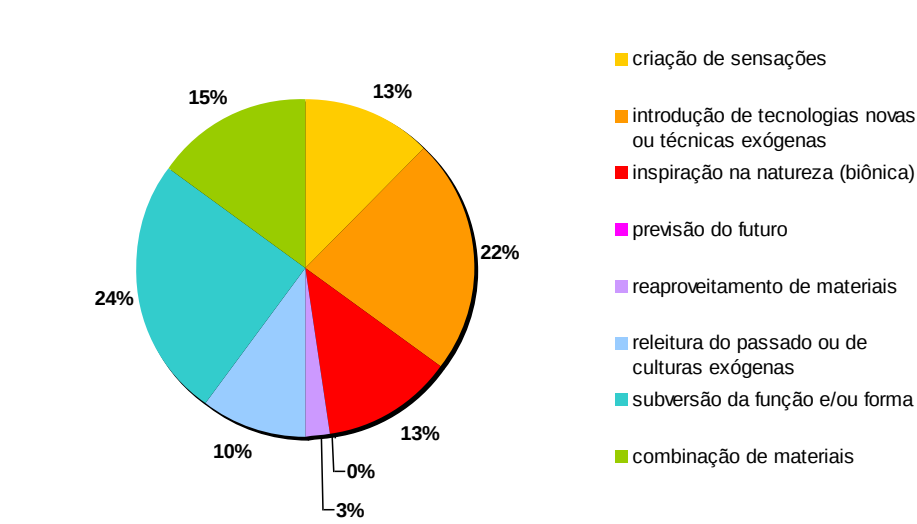


Gráfico 16 – Tipos de abordagens mais utilizadas nas peças vencedoras

Como pode ser visto no Gráfico 17, as abordagens mais usadas foram “subversão da função e/ou da forma” (24%), “introdução de novas tecnologias ou técnicas exógenas” (22%) e “combinação de matérias” (15%). E comparando às principais abordagens da coleção inteira, vê-se que “subversão da função e/ou forma” e “combinação de materiais” continuaram entre as principais, mas a abordagem “introdução de novas tecnologias ou técnicas exógenas” deixou o quinto lugar (12%) para assumir o segundo lugar em número de abordagens mais utilizadas entre as peças vencedoras do concurso (Gráfico 18).

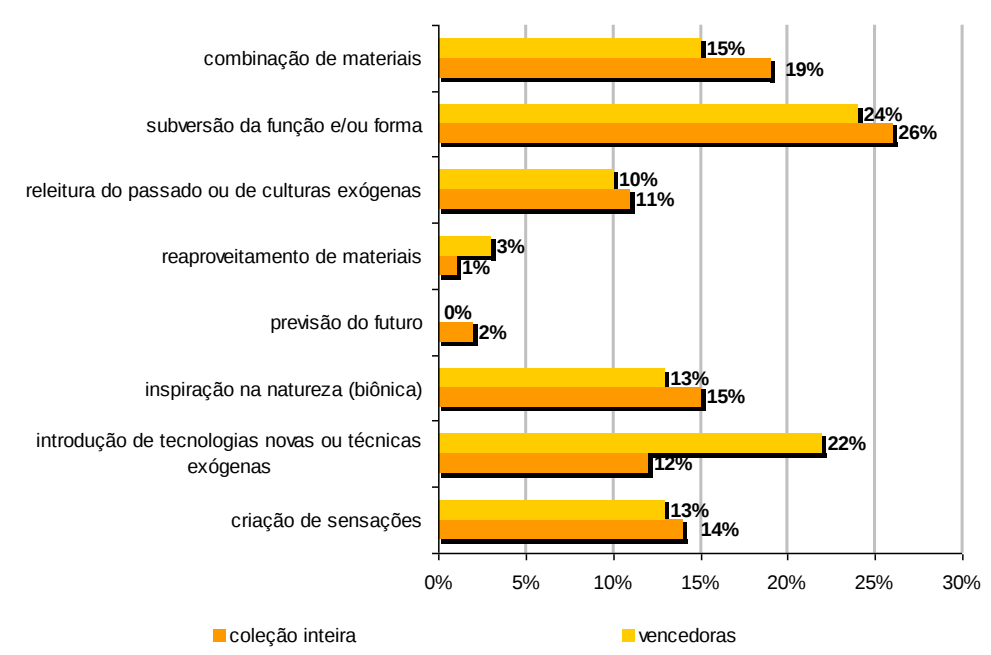


Gráfico 17 – Comparação das percentagens dos tipos de abordagens na coleção como um todo e apenas nas peças vencedoras

Outro fator interessante é que nem pulseiras, nem anéis, nem brincos, nem conjuntos – ou seja, peças tradicionais da joalheria – foram selecionadas como vencedoras (Gráfico 19).

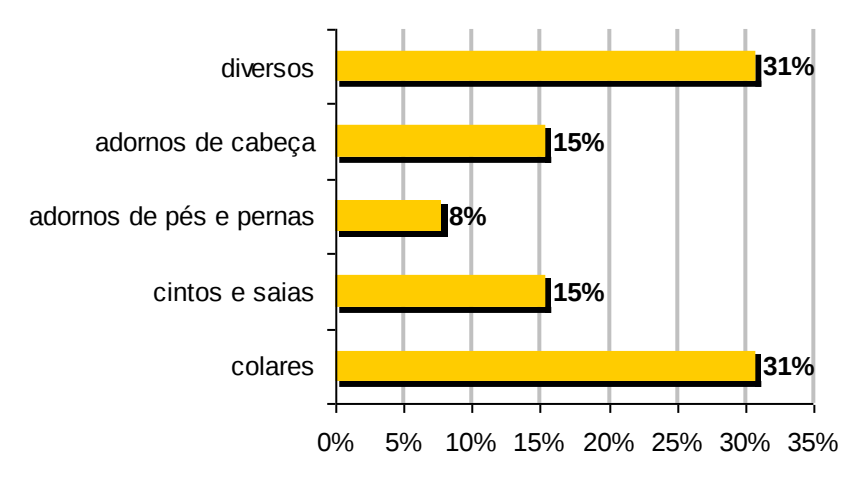


Gráfico 18 – Peças vencedoras divididas por tipos

Mas o que chama a atenção em relação a coleção inteira do AuDITIONS BRASIL de todas as edições com 173 peças, é que a proporção do número de combinação de abordagens usados nas 13 peças vencedoras aumenta: quase 70% das peças combinam 3 ou 4 abordagens, enquanto na coleção inteira esse número é menor que 40% (Gráfico 20).

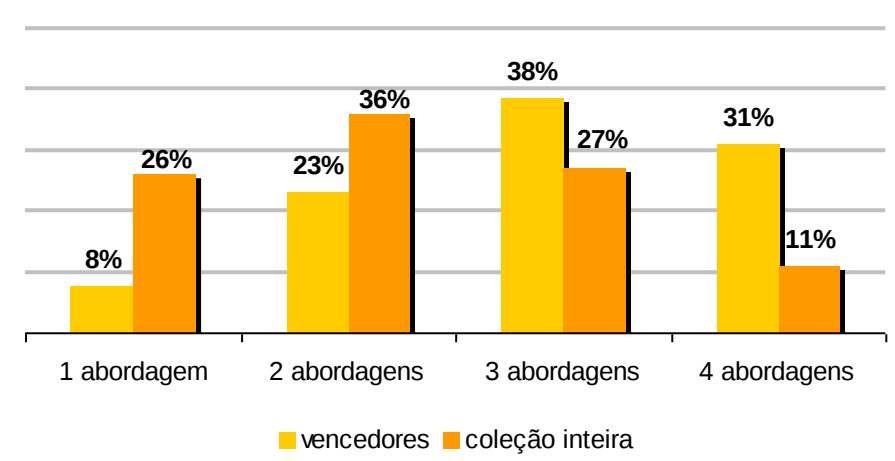


Gráfico 19 – Comparação da percentagem do número de abordagens combinadas na coleção como um todo e apenas nas peças vencedoras

Voltando-se novamente as questões iniciais desse subcapítulo, se:

- seria possível através de uma análise por meio da mandala transrelacional se entender o repertório estético do observador, destacando-se as abordagens mais aceitas e utilizadas por aquele segmento, grupo, atividade, etc.?

- através do levantamento das abordagens mais presentes também seria possível se diminuir os riscos de rejeição de uma criação inovadora usando-se abordagens mais frequentes?
- a mandala transrelacional poderia ser usada como ferramenta de análise?

acredito que o risco da inovação sempre vai estar presente. Ele poderá sim ser diminuído, já que na comparação temporal, percebe-se que algumas abordagens sempre estiveram mais presentes – no caso específico do que pode ser considerada inovação no design de joias brasileiro foi a “subversão de formas e/ou conceitos”.

Considero também que a mandala transrelacional de abordagens criativas, pode gerar dados passíveis de serem comparados permitindo que ele seja usado como uma ferramenta de análise de um universo específico de objetos. Mas percebi que, além de destacar as abordagens mais aceitas no setor joalheiro como as abordagens inovadoras, a análise das abordagens pode vir a servir também de ferramenta de autoconhecimento sobre a criatividade dos próprios designers. No meu caso, por exemplo, através das descobertas que fiz em relação ao uso das mesmas abordagens nas 3 peças selecionadas no concurso AuDITIONS Brasil, decidi que para a sua próxima edição irei buscar o desafio incluir as outras abordagens, e quem sabe até mesmo buscar combinar 5 a 6 abordagens em única peça.

A análise também pode servir de ajuda para que os designers entendam como outros designers combinam as abordagens naquele setor, naquela área, naquele “mercado” específico. Servindo assim de instrumento de aprendizado.

Qualquer universo da área do design pode vir ser analisado sob esta proposta, e acredito que quanto mais análises forem feitas, maiores serão os repertórios criativos codificados – ou seja, que sairão do universo do inconsciente e passarão para o consciente – permitindo que eles sejam acessados e ensinados a qualquer pessoa, e abrindo assim um novo caminho que levará, como acredita Morris (2005), a novas soluções, novos lugares, novos níveis de criatividade.