
Biojoias como instrumento de comunicação para valorização cultural¹

Cristian BRABO²

Samiramis SOUZA³

José Flávio B. ANDRADE⁴

Faculdade de Estudos Avançados do Pará - FEAPA, Belém, PA

Resumo

A história da joalheria está presente nas relações sociais dos indivíduos, possuindo grande relevância cultural. O Brasil é referência no mercado nacional e internacional no design de joias e biojoias, sendo o estado do Pará, o que possui maior potencial na produção de joias e biojoias, por meio do Polo Joalheiro São Liberto. Com o objetivo de resgatar e valorizar a cultura paraense, foi desenvolvido um projeto de biojoia, possuindo como abordagem principal o mercado do Ver-o-Peso, como inspiração conceitual e suas famosas essências, que por meio do estudo da aromaterapia, atribuí na peça elementos físicos da própria cultura paraense e novas funcionalidades, permitindo a valorização cultural através dos aspectos visuais e sinestésicos, resgatando a simbologia e significados que o Mercado do Ver-O-Peso carrega.

Palavras-Chave: Cultura; Biojoias; Ver-o-Peso; Aromaterapia; Projeto

1. Joias: Aspectos Culturais

O uso da joia sempre esteve presente na vida das pessoas, pois são tão antigas quanto a própria civilização datando períodos pré-históricos. As joias são documentos que resistem ao tempo, marcando momentos históricos e as relações sociais dos indivíduos. Elas são carregadas de simbologias, além de significados estéticos e culturais, implica também na ideia de herança e identidade individual, tornando-as muitas vezes peças de valor incalculável, desempenhando assim o seu papel no desenvolvimento cultural, despertando o indivíduo para o próprio senso estético e sua posição social. (SKODA, 2012).

A identidade tem sido cada vez mais vinculada ao modo de ser, à produção de uma imagem, à aparência pessoal, principalmente em sociedades de consumo e de predomínio da mídia. É como se cada um tivesse de ter um jeito, um estilo e uma imagem particulares para ter identidade, embora, paradoxalmente, muito dos modelos de estilo e

¹ Trabalho apresentado no IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 5º. Semestre do Curso de Design da FEAPA, e-mail: cris08stbr@gmail.com

³ Estudante de Graduação 5º. Semestre do Curso de Design da FEAPA, e-mail: samiramiscruz@gmail.com

⁴ Orientador do Trabalho. Professor do Curso de Design da FEAPA, e-mail: jandrade1br@gmail.com

aparência provenham da cultura de consumo; portanto, na sociedade de consumo atual, a criação da individualidade passa por grande mediação”. (KELLNER, 2001 p.297).

Atualmente, a joalheria está ligada a um mercado consumidor sempre crescente, que prezam pela qualidade, procurando por peças únicas e que tenham um preço acessível, sendo assim estão sempre atentos ao uso de novas tecnologias e a relevância cultural das peças. (SKODA, 2012).

No Brasil o setor voltou-se para a valorização do design nacional, aliando-se a criatividade, novas técnicas de fabricação e fazendo uso de seus recursos naturais, que é a fonte de matéria-prima para a joalheria nacional, visando desta forma um melhor posicionamento no mercado. (SKODA, 2012).

Apesar da joalheria de luxo continuar firme no mercado, peças de valor cultural agregado começaram a surgir, sendo feitas com materiais mais simples e muito requisitados, trazendo para o consumidor uma proposta mais ecológica e socialmente correta. São elas: as biojoias. (SKODA, 2012).

1.1. Biojoias: Uma tendência na aplicação de identidade cultural

As biojoias deixaram de ser apenas colares feitos com fibras e sementes. Esta tendência faz uso de materiais alternativos retirados da natureza, assim as biojoias conquistaram os mercados internacionais trazendo um novo conceito e criatividade para o setor, destacando o Brasil em feiras de joias internacionais. (UFMA, 2011).

A biojoia é um adorno produzido a partir de elementos naturais, como sementes, fibras naturais, casca de coco, frutos secos, conchas, ossos, penas, entre outros. Além disso, durante o processo de produção, a matéria-prima natural é extraída de forma sustentável e por isso não agride o meio ambiente. (SEBRAE⁵, 2014, p.1)

Muito requisitadas, as biojoias tentam inserir em seu conceito alguns traços da identidade cultural dos locais onde são produzidas. Elas são elaboradas com matérias orgânicas genuinamente brasileiras, promovendo a sustentabilidade e a valorização dos elementos culturais, que são resgatados pelo design das peças, por meio das cores, formas e texturas. A combinação com materiais de origem nobre como: o ouro, pedras preciosas e semipreciosas, confere as peças um acabamento diferenciado e de qualidade,

⁵ Serviço Brasileiro de Apoio as Pequenas Empresas.

transformando as biojoias em peças exclusivas e de alto valor agregado, por sua identificação cultural, raridade e por seus aspectos ecológicos. (SEBRAE, 2014)

[...] as biojoias se caracterizam pela valorização da cultura brasileira, pois se identificam e resgatam elementos da história, crenças, valores e tradições do povo brasileiro, considerando aspectos regionais. (SEBRAE, 2012 p. 01)

A confecção da biojoia é artesanal. Sua produção não envolve larga escala e grande quantidade de matéria-prima. Para transformar as sementes, madeiras e outros materiais em verdadeiras joias naturais, as sementes são lapidadas manualmente uma a uma e quando necessário, são tingidas.

Ao fazer uso da matéria-prima natural amazônica, reaproveita-se a matéria-prima vendida e descartadas no Ver-o-Peso por comerciantes locais, adequando-se ao conceito sustentável e de troca com os vendedores locais. Tornando este segmento mais competitivo, originando produtos diferentes, inovadores e que trazem novas formas de apresentar as raízes culturais de sua região de origem.

1.2. Joias como um potencial regional: Mineração e Matéria Prima no Estado do Pará

De acordo com os dados do IBGM⁶(2018), o Brasil é um dos quinze maiores produtores de joias em ouro do mundo e está em décimo quarto lugar no ranking dos exportadores de folheados e 12º lugar no ranking de exportadores de Pedras Coradas, sendo ele um dos países com maior variedade de gemas, algumas delas, raras e/ou exclusivas. Segundo a SEDEME⁷ (2016), o Estado do Pará é o segundo maior produtor de ouro e grande produtor de quartzos, topázios, berilos, malaquita, turmalinas e diamantes no País.

O Governo do Estado do Pará, na década de 1990, desenvolveu a Política de Desenvolvimento Mineral do Pará, que compreende a verticalização mineral para a transformação dos bens produzidos pelo setor no próprio estado. Em 1998 foi criado o Programa de Desenvolvimento do Setor de Gemas e Joias ou Polo Joalheiro do Pará. Mas é somente em 2002 que o programa se consolida de fato. Hoje o Polo Joalheiro é referência nacional. (CHAVES, 2013).

⁶ Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos

⁷ Secretária de Estado de Desenvolvimento Econômico, Mineração e Energia

Segundo o São José Liberto (2019), o Polo foi erguido em 1749 pelos franciscanos para o funcionamento do convento de São José. O prédio serviu exercendo diversas funções como olaria, quartel, depósito de pólvora, hospital, cadeia pública e presídio, este último por mais de 100 anos.

Mas foi em 2002 que o antigo prédio passou a denominar-se Espaço São José Liberto, sendo inaugurado e referenciado como território criativo, por impulsionar a criatividade, cultura, turismo e o design. É patrimônio arquitetônico de Belém e exerce grande influência cultural no Estado.

2. Patrimônio Cultural

O Artigo 216 da Constituição Federal conceitua patrimônio cultural como sendo os bens “de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira”.

Os patrimônios culturais são importantes, pois constituem a história de um povo, seus processos de transformação e resgatam a sua memória cultural. Por esse motivo, foi objeto de estudo deste trabalho durante a etapa de resultados, na fase chamada Projeto Conceitual (4.2).

Segundo o IPHAN, patrimônios históricos possuem uma vasta classificação, sendo que, neste trabalho enfatizam-se os Conjuntos Urbanos Tombados, especialmente o Ver-o-Peso por ser um local carregado de simbolismos. Embora, no Pará, o patrimônio histórico não seja devidamente preservado, em geral, na Amazônia existe um discurso de busca e manutenção pela identidade amazônica.

Freitas (2011) cita que existe um objetivo de resgatar a verdade paraense, afirmando que há uma política identitária em busca de identidade essencialista para ser assumida como verdade. E que as referências que são utilizadas nesta limitação da identidade paraense, serviram como base estratégica na “formulação de uma coesão para o estado do Pará”. É nesse contexto de busca e valorização de identidade cultural que essa temática de valorização foi resgatada utilizando o Ver-o-Peso como uma inspiração conceitual para atribuir a um instrumento físico alguns elementos de cultura.

2.1. Ver-o-Peso

A história do Ver-o-Peso está diretamente ligada à da cidade de Belém, considerado como patrimônio e herança cultural de grande importância para a população paraense. Inaugurado em 1625 no antigo Porto do Pirí, a Casa de “Haver o Peso”, que inicialmente era apenas um posto de verificação de mercadorias e arrecadação de impostos, que viria a constituir um grande mercado aberto. O conjunto arquitetônico e paisagístico foi reconhecido pelo Iphan em 1977. (G1 PARÁ, 2015).

No decorrer do século XVIII, a feira presenciou os principais eventos e acompanhou as mudanças urbanísticas que Belém sofria. O mercado do Ver-o-Peso é importante não só pela representação histórica, mas também por movimentar a economia do Estado. É o ponto turístico mais famoso da capital paraense, o complexo envolve feiras e mercados por onde circulam diariamente 50 mil pessoas, em busca de artigos regionais, farinha, aves vivas, refeições e artesanato, aquecendo a economia da capital. O mercado é o maior e o mais antigo da Amazônia. (G1 PARÁ, 2017).

2.2. Ervas e Aromas do mercado Ver-o-Peso

Localizado no Ver-o-Peso, o setor de ervas, possui grande atratividade, não somente para os turistas que frequentam e visitam o mercado, como também, pelos próprios paraenses, que buscam principalmente durante as festas tradicionais como: o São João, Natal e o Ano Novo, banhos de cheiro, garrafas compostas de diversas ervas que possuem o poder de cura para o corpo e para a alma, como também para atrair sorte, amor ou afastar o mau olhado. (LOPES; LIMA; ALMEIDA, 2010).

Nesses períodos também há a maior procura por estas ervas e garrafas, que são vendidas pelas “Cheirosas” ou “Feiticeiras de Belém”, formas em que as vendedoras de cheiro são conhecidas. As barracas de venda, os saberes e o conhecimento sobre as ervas e a maneira como são manipuladas são transmitidos ao longo de gerações, sendo assim responsável pela conservação e por perpetuar essa cultura, refletindo de tal modo a herança cultural e a sua importância na história paraense. (SILVA, 2018).

2.2.1. Aromaterapia

A palavra “Aroma” significa cheiro agradável e “terapia”, tratamento que visa à cura. (LASZLO, 2010). O termo foi criado, para descrever a prática do uso de óleos de essências para a cura, proporcionando uma melhora para a saúde mental, emocional, física e espiritual, promovendo o relaxamento e equilíbrio, sendo assim reduz o estresse causado pela correria do dia a dia e auxilia no tratamento da depressão, entre outros problemas. (CORRÊA; SCHOTTEN; MACHADO, 2010)

Os óleos essenciais são os principais componentes aromáticos, encontrados nas plantas, são substâncias complexas voláteis e de fragrância variável. Uma das técnicas bastante utilizadas pela aromaterapia é a Difusão: “ideal para o tratamento de problemas emocionais, psíquicos, respiratório e digestivos, sendo apropriada para proporcionar bem estar e equilíbrio” (CORRÊA; SCHOTTEN; MACHADO, 2010)

A aromaterapia provem de diferentes povos e culturas de épocas diferentes, sendo os chineses os primeiros a utilizar tal técnica para o bem-estar, harmonia e equilíbrio. A china dedicava-se ao cultivo de plantas medicinais, tendo o seu Imperador Sheng-Nung utilizado várias plantas em seu próprio corpo, para saber o seu efeito. (BRITO, A.M; RODRIGUES; BRITO R. G; XAVIER-FILHO, 2013)

Mas foi durante as cruzadas que foi difundido o conhecimento sobre os óleos aromáticos e perfumes para o leste e Arábia. A primeira descrição, sobre os óleos essenciais foi realizado por Arnold Villanova, no século XIII, onde foi relacionado terebintina alecrim e sálvia, onde estas eram maceradas em “l’ eau vie” ou fermentadas e no final de seu processo, obtinha-se somente águas aromáticas. Nesse período os óleos essenciais eram destilados. (BRITO, A.M; RODRIGUES; BRITO R. G; XAVIER-FILHO, 2013 p.790).

Atualmente a aromaterapia é reconhecida e utilizada em muitos países, principalmente como um método científico extremamente eficaz de terapêutica. A França e a Inglaterra são os países que mais se destacam em avanços de conhecimento na área, com trabalhos sérios e de muita qualidade. O Brasil é o terceiro maior exportador de óleos essenciais do mundo, com aproximadamente US\$147 milhões, ficando atrás dos Estados Unidos e França. (BRITO, A.M; RODRIGUES; BRITO R. G; XAVIER-FILHO, 2013 p.791).

Nos últimos anos, a aromaterapia evoluiu, agora é reconhecida como parte importante dos tratamentos complementares. A Prof. Elisabete Boni, docente da área da saúde e bem-estar do SENAC ITU (SP), afirma que “os óleos essenciais, quando são inalados, conseguem atingir regiões cerebrais, entre elas o sistema límbico, responsável pela memória olfativa e pelas emoções”. Promovendo benefícios para a saúde emocional e de todo o organismo. (G1 SÃO PAULO, 2018).

A inalação é a forma mais utilizada pela aromaterapia, pois é através do olfato que se estabelece o primeiro contato com o aroma do óleo essencial. Existem outras formas de utilizar as essências, podem ser por meio de: aromatizadores à vela, sprays, colares aromáticos individuais, entre outros. (G1 SÃO PAULO, 2018).

3. Hipótese

As biojoias não são apenas artefatos estéticos, podendo ser exploradas por outros aspectos, como instrumento de comunicação para propagação de elementos da cultura e memória. Dessa forma, além de elementos estéticos e físicos, é possível apelar ao campo sinestésico, atribuindo-lhe funcionalidades aromáticas, cujo objetivo é remeter aos aromas da região, estimulando sua memória afetiva através do olfato.

O objeto seria utilizado, além de adorno, como difusor para uso pessoal, contribuindo assim para a saúde e bem-estar do usuário e acrescentando na biojoia um propósito aperfeiçoado de valorização de cultura. Ao fazer uso de difusor pessoal, o usuário passa a ter contato com o aroma por mais horas. Esse fator é importante, para que o usuário possa sentir os efeitos benéficos em seu corpo e nas suas emoções, contribuindo para sua autoestima.

3.1. Estado da Arte

Para GUTOVIC (2009), o uso de óleos essenciais e material perfumado semelhante em brincos, medalhões e outros itens de joias pessoais é uma técnica conhecida. As vantagens de tais ornamentos perfumados são visíveis, pois permitem ao usuário posicionar uma fonte de fragrância em locais corporais, sem a necessidade de reaplicar constantemente o material perfumado à medida que ele evapora.

Os novos modelos de perfumes portadores, presentemente disponíveis incluem brincos contendo um algodão que pode ser saturado com perfume pelo utilizador. Segundo KOLINS (2012), a fragrância então escapa do algodão saturado de perfume para a atmosfera ambiente através de um suporte perfurado ou material permeável ao gás similar.

Para SHEPPARD-HANGER (2015), se o usuário não se atrapalhar com as diversas essências e frascos de perfume, ele acaba invariavelmente com dedos saturados de perfume que devem ser enxaguados, desperdiçando tempo precioso.

No campo comercial, algumas joalherias estão apostando em coleções de joias com fragrâncias. A Designer holandesa, Jody Kocken, é uma das profissionais que segue essa tendência. Uma alergia às fragrâncias fez com que ela pensasse em outra maneira de usar perfumes. Assim, desenvolveu uma coleção de joias que podem ser anexadas à abertura de um frasco de perfume e, com o contato, as peças absorvem o cheiro, funcionando como difusores de fragrâncias. (AMDC, 2013).

Para HODGE (1984), um obstáculo adicional à popularidade das joias perfumadas tem sido a incapacidade de tais joias acomodarem forças de fragrância muito variadas, bem como diferenças na preferência pessoal por fornecer uma força de fragrância desejada. Outro fator que desencorajou a ampla aceitação de joias perfumadas tem sido o fato de que não é adequado para uso com perfumes considerados caros e de alta qualidade, o que pode ser considerado uma oportunidade, uma vez que, neste trabalho, opta-se por utilizar essências mais populares, que tenham características regionais.

4. Projeto

O principal objetivo deste projeto é o desenvolvimento de um ornamento de biojoia, inspirado no Mercado do Ver-o-Peso. O intuito é permitir a valorização cultural através dos aspectos visuais e sinestésicos em uma peça de moda, resgatado pela simbologia e significado que o Mercado do Ver-o-Peso carrega.

O Conceito combina materiais genuinamente amazônicos, símbolos, cores e texturas, marcantes que remetem o Mercado e o uso dos cheiros das essências vendidas nele. Sendo combinados com outros materiais de origem nobre, como o ouro e a prata, que confere a peça um acabamento único, diferenciado e de alto valor agregado.

Como forma de solucionar a junção de biojoias com as essências paraenses é atribuída a peça o estudo e a aplicação da aromaterapia, como o uso de um difusor de aromas. É um dos objetivos desse projeto que a biojoia perfumada seja facilmente recarregável, no qual o utilizador pode inserir uma nova carga de fragrância sem contatar fisicamente o material perfumado.

4.1. Metodologia de Projeto Utilizada

O projeto teve a implementação baseada na metodologia de BAXTER (2005), CARPES JUNIOR (2014) aqui apresentado de forma resumida. A metodologia permite que o projeto seja realizado de forma linear, cujas falhas podem ser mitigadas durante o processo, o que gera uma probabilidade maior de controle e sucesso. Possui quatro etapas distintas, conforme Figura 1:

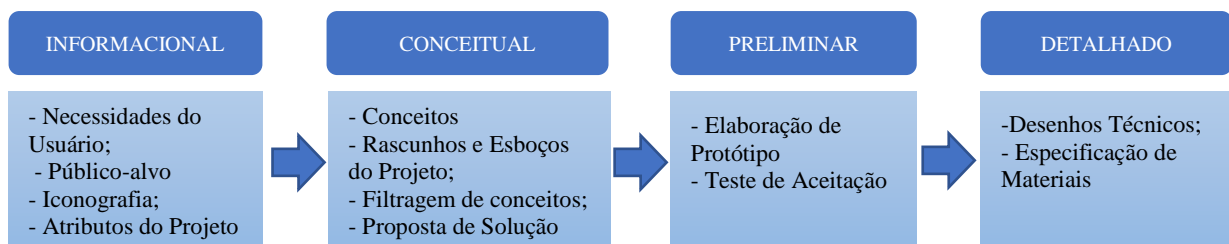


Figura 1 – Metodologia de Projeto de Produto
Fonte – CARPES JR, 2014

4.1.1. Projeto Informacional

Esta etapa, consiste no estudo de mercado, de requisitos e todo escopo necessário para a realização do projeto. O resultado principal foi a definição do público alvo e suas principais características, definindo-se como: mulheres, com idade de 20 aos 30 anos. Que valorizam e se interessam pelo uso de materiais regionais e naturais, que possuem preferência por materiais naturais com metais e pedrarias, valorizam a qualidade, custo, diversidade de materiais e estética do produto.

Também nesta etapa foi possível definir os principais requisitos do projeto, são eles: seguir a tendência de moda, inspirada nos acessórios maximalistas⁸. Uso de materiais regionais amazônicos vendidos no mercado do Ver-o-Peso, impactando na economia local e uso de metais nobres produzidos por produtores do Polo Joalheiro.

⁸ Tendência de Moda para 2018/2019, acessórios com tamanhos grandes, ousadas e extravagantes.

Proporcionar um meio para ajustar o nível relativo de resistência à fragrância que é emitido a partir de um artigo de joalheria. A peça deverá ser compacta e fácil de usar, evitar a fuga da fragrância para conservar o material perfumado nela.

4.1.2. Projeto Conceitual

O Projeto Conceitual visa inserir um conceito ou um significado ao objeto a ser criado. Para isso é necessário dispor de estudos das principais características, estéticas e semióticas, da fonte de inspiração para que os aspectos subjetivos possam ser inseridos como elementos no objeto a ser criado.

Foi definido nesta etapa, a escolha da paleta de cores a ser utilizada na biojoia, foi pensado também nesta etapa os possíveis materiais a serem utilizados na peça, assim como as formas e símbolos com suas respectivas inspirações e sua funcionalidade como peça difusora de essências e sua aplicação. Nesta etapa, foi realizado um *brainstorming*⁹ para a geração de conceitos de biojóias.



Figura 2 – Painel Conceitual de Inspiração
Fonte – Autor



Figura 3 – Conceitos para Projeto de Biojóias
Fonte – Autor

4.1.3. Projeto Preliminar

Nesta etapa os esboços foram avaliados e redesenhados chegando à versão escolhida. O conceito juntamente com o projeto detalhado, foi feita a produção da peça.

⁹ Significa, tempestade de ideias. É uma dinâmica em grupo para resolver problemas específicos, desenvolver novas ideias ou projetos, estimulando o pensamento criativo.



Figura 4 – Processo de Fabricação da Medalha
Fonte – Autor

4.1.4. Projeto detalhado

Nesta etapa foi elaborado um projeto técnico com as visões frontal, superior, inferior e posterior com o objetivo de facilitar o desenvolvimento e produção da biojoia. Sendo assim foram inclusos os detalhamentos descritivos e os materiais utilizados que compõem a peça.

Materiais: semente de açaí cor turquesa, fibra de curauá¹⁰ (vendidos por comerciantes do mercado), elos pequenos e grandes, contra pinos, contra argola jacaré, corrente alongadora, terminal redondo grande 3mm, terminal redondo pequeno, fecho lagosta, medalha de prata folheada a ouro, confeccionados no Polo Joalheiro, agregando maior valor a peça. O colar produzido possui 55 e 65 cm de diâmetro, respeitando a tendência maximalista. Com inspiração simbólica e iconográfica do Mercado de Ferro, símbolo marcante do Mercado do Ver-o-Peso.

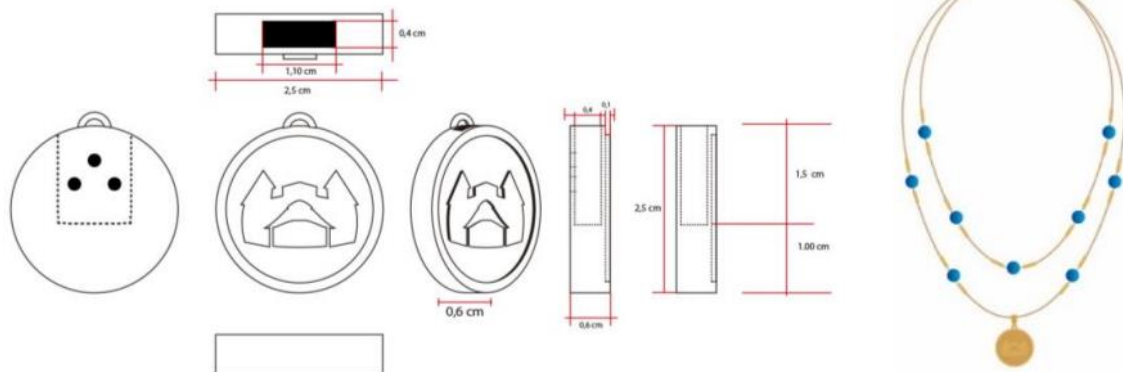


Imagem 5 – Desenho Técnico de Apoio
Fonte – Autor

¹⁰ É uma planta amazônica da mesma família do abacaxi.

5. Conclusão

O Pará, assim como toda a Amazônia, integra a complexidade e a riqueza da biodiversidade brasileira e latina, é através dessa peculiaridade de matéria-prima, que se torna possível definir a personalidade do povo da região.

O Estado do Pará também é referência em produção de joias, criadas principalmente no espaço São José Liberto, possibilitando um avanço em um potencial mercado de joias, inclusive internacionalmente. As biojoias são produzidas com materiais semelhantes aos das joias, por vezes misturando materiais naturais e alternativos, de estética única e de conceito sustentável.

O resultado deste trabalho mostra a realização de um projeto de produto cujo enfoque principal foi a criação de uma biojoia de funcionalidade aromática. Uma análise teórica sobre o uso de conceitos na criação de novos produtos revela que a estética e o simbolismo representado por uma joia são fatores determinantes para a gerar um conceito de características locais. Entretanto, novas funções podem ser agregadas, no sentido de satisfazer novas necessidades do usuário de joias.

Muito se fala das propriedades do perfume e como ele pode beneficiar na saúde e autoestima das pessoas. A fragrância tem um poder grande para o olfato e para a alma. Ao fazer uso das essências paraenses por meio do estudo da aromaterapia, e sua importância para a identidade local, dá a biojoia um enfoque maior nas características locais, levando hipoteticamente a uma maior valorização cultural e dos produtos locais, estimulando desta maneira o comércio e expansão do conhecimento presente na região.

Ao trazer o mercado do Ver-o-Peso, possuindo o mercado de Ferro como referência simbólica e suas essências, como foco central na confecção e na forma de uso da joia, confere a peça desenvolvida o resgate cultural, suas crenças, tradições e valores.

As pessoas estão buscando novas formas de significar e se identificar. Ao agregar as características locais por meio do uso de matéria-prima local, vendidas no mercado como: sementes, fibras e essências, que utilizadas por meio da aromaterapia, dão a biojoia uma nova funcionalidade pois, além de adorno, pode ser vista como um objeto de comunicação da cultura.

Ao estudar a história do Ver-o-Peso, é possível analisar quais pontos são referenciais para o público que o frequenta: as comidas, as cores, o comércio e o Mercado de Ferro. Sendo assim o valor simbólico da peça desenvolvida teria como referência as cores, materiais e formas presentes no Mercado de Ferro.

Ao levar em consideração todos os fatores anteriormente levantados, o processo de implementação da biojoia aromática foi realizado por meio da metodologia de projeto de produto, baseado em necessidades reais de um público alvo, levando em consideração aspectos da comunicação, cultura, aromaterapia, saúde e bem-estar. O produto foi validado, aceito pelo público-alvo e exposto na exposição de Projetos em Design Contemporâneo, realizado no São José Liberto, Polo Joalheiro do Pará em maio de 2019.



Imagem 7 – Biojoia Aromática Ver-O-Peso, exposta do Polo Joalheiro em 2019.

Fonte – Autor

6. Referências Bibliográficas

AMDC. **Joias Perfumadas**, 2013. Disponível em: <<https://www.amdc.com.br/joias-perfumadas/>> Acesso em: 09 abril. 2019.

AROMATERAPIA USADA EM CASA TRAZ BENEFÍCIOS PARA A SAÚDE E O BEM-ESTAR, DIZ ESPECIALISTA. G1 São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/sao-jose-do-rio-preto-aracatuba/mercado-imobiliario-do-interior/noticia/aromaterapia-usada-em-casa-traz-beneficios-para-a-saude-e-o-bem-estar-diz-especialista.ghtml>> Acesso em: 09 abril. 2019.

BAXTER, Mike. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. 3.ed. São Paulo: Blucher, 2011.

BRASIL. Constituição Federal de 1988. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.html> Acesso em: 21 abril. 2019.

BRITO, A. M. G; RODRIGUES, S. A; BRITO, R. G; XAVIER-FILHO, L. **Aromaterapia: da gênese a atualidade**. Ver Bras. PI. Med., Campinas, v.15, n.4. p. 789-793, 2013.

CARPES Jr. WIDOMAR P. **Introdução ao projeto de produtos**. Porto Alegre: Bookman, 2014. (BV)

CORRÊA. Bruna Martins; SCHOTTEN, Lara Alves; MACHADO, Marcela (Orientadora). **Aromaterapia na saúde e na beleza: Desenvolvimento de um manual prático**. UNIVALI, Florianópolis, 2010.

CHAVES, Débora Almeida. **As Micro, pequenas e médias empresas no cenário da Mineração Paraense: O caso do setor de Gemas e Joias de Belém**, 2013. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos13/16318253.pdf>> Acesso em: 21 abril. 2019.

FREITAS, Ana Paula Nazaré de. **O patrimônio e a encenação das identidades: uma política cultural identitária no Pará (1995-2006)**. In: Políticas Culturais em Revista, 1 vol.4, p. 106-124, 4 ago. 2011. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/pculturais/article/view/5305/3851>> Acesso em: 09 abril. 2019.

GUTOVIC, Zoran. **Broche em forma de um pequeno recipiente para aplicação de aromaterapia**. Pedido de Patente dos EUA n. 10 / 596.798, 2009

HODGE, Margaret. **Meios de perfumaria para joias**. Patente dos EUA n. 4,452,052, 5 de jun. 1984.

IBGM. **O setor em grandes números 2015**, 2018. Disponível em: <<http://ibgm.com.br/publicacao/o-setor-em-grandes-numeros-2015/>> Acesso em: 09 abril. 2019.

IPHAN. **Patrimônio Material – PA**, 2014. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/514>> Acesso em: 02 maio, 2019.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru, SP: EDUSC, c2001.

KOLINS, Maria C. **Aparelho de aromaterapia pessoal**. Patente dos EUA n. 8,336,790, 25 dez. 2012.

LASZLO. Aromaterapia. Disponível em: < <http://laszlo.ind.br/>> Acesso em: 02 maio. 2019.

LOPES, Teresa Cristina; LIMA, Wilcléa da Costa; ALMEIDA, Jedna Kato Dantas de (Orientadora). **Erveiros (as) do Ver-o-Peso, em Belém do Pará: um estudo etnográfico**. Revista África e Africanidades, Rio de Janeiro, ano 3, n. 9, maio 2010. Disponível em:

<http://www.africaafricanidades.com.br/documentos/Erveiros_do_Ver_o_Peso.pdf> Acesso em: 02 maio. 2019

O QUE É O ESPAÇO SÃO JOSÉ LIBERTO? São José Liberto, 2019. Disponível em: <<https://saojoseliberto.com.br/historia/>> Acesso em: 09 abril. 2019.

SEBRAE. **Resposta Técnica - Mercado de biojoias**, 2014. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/wcontent/uploads/2015/11/2014_07_31_RT_Agosto_Moda_Biojoias.pdf> Acesso em: 02 maio. 2019.

SEBRAE. **Como montar uma produtora de biojoias**, 2012. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-produtora-de-biojoias,33c87a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em: 02 maio. 2019.

SEDEME. **Ouro de Gemas**, 2016. Disponível em: <<http://sedeme.pa.gov.br/cadeia-de-ouro-e-gemas/>>

SILVA, Lucielma Lobato. **Entre cheiros e garrafas: o trabalho das vendedoras de cheiro nas feiras públicas de Belém – PA em 1830-1890**, 2018. Disponível em: <<https://periodicos.ufpa.br/index.php/revistamargens/article/download/5395/4515>> Acesso em: 02 maio. 2019.

SHEPPARD-HANGER, Sylla; GANCHO, Nissa. **A importância da segurança ao usar a aromaterapia**. Revista Internacional de Educação Parto, v. 30, n. 1 de 2015.

SKODA, Sonia Maria de Oliveira Gonçalves. **Evolução da arte da joalheria e a tendência da joia contemporânea brasileira** / Sonia Maria de Oliveira Gonçalves Skoda; orientador Edson Leite – São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/93/93131/tde-27012016-134500/pt-br.php>> Acesso em: 02 maio. 2019.

UFMA. **Biojoias, uma tendência que veio para ficar**, 2011. Disponível em: <<http://portais.ufma.br/PortalUfma/paginas/noticias/noticia.jsf?id=10430>> Acesso em: 09 abril. 2019.

VENDA NO COMPLEXO DO VER-O-PESO MOVIMENTAM R\$1 MILHÃO POR DIA. G1 PA, 2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pa/para/noticia/2017/03/vendas-no-complexo-do-ver-o-peso-movimentam-r-1-milhao-por-dia.html>> Acesso em: 02 maio, 2019.

VER-O-PESO É ELEITO SÍMBOLO DOS 400 ANOS DE BELÉM. G1 PA. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pa/para/belem-400-anos/noticia/2015/12/ver-o-peso-e-eleito-simbolo-dos-400-anos-de-belem.html>> Acesso em: 02 maio. 2019.