

Alice Ferraz*

As virtudes necessárias em 2020

N a última semana, recebi várias mensagens de leitores sobre o tema "Coragem", que abordamos nesta mesma coluna. Muitos falaram sobre o sentimento de uma certa dose de otimismo, um respiro que os fez bem em meio aos desafios diários que temos vivido. Sendo assim, e feliz em ter tocado de alguma forma os que aqui me acompanham, decidi trazer para nossas próximas conversas semanais virtudes que possam nos ajudar na trajetória de 2020.

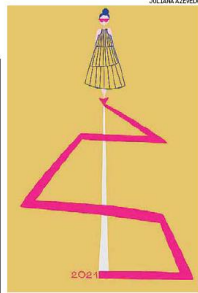
Nesses dias, escutando um podcast de um excelente palestrante internacional, ouvi pela primeira vez a frase "the lost year", o ano perdido. Se olharmos por certos ângulos, é realmente o que pode parecer. No caso da indústria da moda, território no qual habito, tivemos viagens, desfiles, encontros cancelados, mais de três meses de lojas de rua e

shoppings fechados. Um olhar mais profundo, no entanto, pode trazer uma nova reflexão. Quem já "perdeu" o ano na escola sabe disso, quem já passou por uma separação e parece ter tido um casamento "perdido" também. Como alguém que já passou pelos dois momentos, posso afirmar: perder por um lado pode trazer um ganho em outro. Meu ano perdido no primeiro colegial foi aos 15 anos. Repetir de 11 matérias (de 12) foi mais do que uma adolescente, que se considerava popular, poderia suportar. Em desespero, tive depressão, pânico, crises de asma e dormia com balão de oxigênio ao lado da cama.

Durante a minha primeira separação, a palavra "perder" foi também ouvida constantemente. Anos perdidos em uma relação que não teve futuro e, além disso, um filho que teria também chances "perdidas" por não ter os pais juntos como a família que se

imaginava na época. O que posso garantir da minha experiência pessoal é que, sempre que "perdemos", podemos ganhar a partir das nossas decisões – e que o futuro não é só o que nos acontece, mas o que fazemos com o que nos acontece.

Meu ano perdido na escola me fez amadurecer à força, sofri o hoje chamado bullying (sim, não sabíamos na década de 1980 que esse era o nome), perdi amigos por ser repetente, fiquei "atrás" como me diziam. Separada com um bebê e com a necessidade de me sustentar por conta própria, enxerguei a dificuldade da vida de uma mulher no mercado de trabalho. Não foi fácil, mas aprendi algo nesses dois momentos que hoje tem contribuído muito para me readaptar novamente e entender esse ano chamado de "ano perdido": a humildade, virtude que, como as outras, deve ser constantemente trabalhada para fazer parte



DAS NOSSAS VIDAS. Acredito que a humildade não é a virtude mais popular, pelo menos não é se comparada à coragem, que certamente está no pódio das virtudes. A

humildade também é, na maior parte das vezes, uma virtude mal compreendida. A humildade não é falta de apreciação de quem somos, não é falta de valorização do que realizamos. A humildade é entender seus limites, suas impotências e fraquezas, conhecer-se e conhecer algo maior que nós. A humildade tira um véu de nossos rostos e nos mostra que nossa onipotência é sempre falsa. Mesmo sendo a adolescente que tentou ou tendo o casamento perfeito, ou o trabalho dos sonhos. A vida pode mudar, do dia para noite. A vida é maior que nós. A humildade de mudar de ideia, reavaliar e ter que alterar a rota é muitas vezes a virtude mais necessária. "A humildade é esse esforço, pelo qual o eu tenta se liberar das ilusões que tem sobre si mesmo", disse o filósofo francês André Comte-Sponville. Entender que não sabemos e estar pronto para reaprender e lidar com o mundo novo pode ser a saída menos dolorosa e mais útil para tempos pós-pandemia



Alice Ferraz

As joias como sinônimo de objeto valioso que se carrega não só como adorno, mas como símbolos de status e poder fazem parte da história da humanidade. Em tempos de pandemia e recessão econômica, qual o sentido em comprar joias? É claro que o mercado de luxo continuará existindo, talvez menor por algum tempo, mas a questão aqui não é o poder comprar e, sim, o porquê de comprar e de onde nascerá esse desejo.

Joias são normalmente usadas para sair, encontrar pessoas em festas, eventos, jantares, ocasiões em que mostramos quem somos e que representamos na sociedade. Mesmo com o fim da quarentena, no "novo normal", ostentar, inclusive na moda, não é tendência. Fomos, então, em busca dessa razão ou justificativa para explicar um mercado que sobreviveu a todas as crises.

Existem entre as joalheiras brasileiras artesãs que trazem emoções e valores por meio de sua arte. É o caso da artista Paola Vilas, jovem carioca de 27 anos que lançou sua marca em 2016. Ilustradora, Paola via restrições no que se propunha a transmitir com desenhos e, assim, começou a esculpir. Suas peças são minúsculas, nas quais a artista adiciona elementos de joalheria. "Todo o meu trabalho é baseado na tomada de consciência do feminino, em honrar o feminino, que é força da criação em mulheres e homens", diz.

Em seu último trabalho, uma figura humana "cavalga" em um peixe voador, tema que vemos em colares, anéis e pulseiras. Em meio a tantos desafios a que temos sido submetidos, a arte tem o poder transformador, e entender a simbologia das peças de Paola cria a ponte necessária para que a compra faça sentido – transformando o supérfluo em essencial. "Estudei os peixes voadores (peixes com barbatanas peitorais que chegam a fazer voos rasantes até 50 metros) e descobri que essa adaptação foi necessária para fugir de predadores. Me inspirar na natureza para criar peças

JOLIAS

GANHAM SIGNIFICADOS MAIS PROFUNDOS

Símbolos de status e poder, elas aparecem como espécies de talismãs



Destaque. Os brincos da artista Paola Vilas (alto) e as joias da Sauer: em meio a desafios, a arte tem poder transformador

que podem ser usadas como símbolos de força e rompimento de nossas crenças limitadoras é uma missão. "A joia arte de Paola foi descoberta primeiro fora do País, como ocorre com muitos talentos nacionais.

Outro caso bem-sucedido, onde a tradição encontra um novo sentido para as joias no novo mundo, é o da Sauer. Tradicional joalheria carioca com mais de 80 anos, a Amsterdam Sauer passou os últimos anos pelo olhar atento e único de sua diretora criativa Stephanie Wenk e ressurciu trazendo o melhor entre passado e futuro. "As pedras e o trabalho artesanal de lapidação são uma herança que a Sauer carrega. Hoje, entender a energia de cada pedra traz as conexões que buscamos, uma energia que, às vezes, nos falta e pode ser equilibrada de fora para dentro", explica Wenk. "Meu trabalho é perceber ozeitgeist, o espírito de uma época, e, através de símbolos e design, trazer a intenção para joias que tocam a alma."

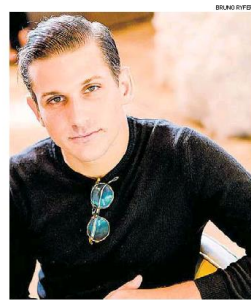
O momento se mostra oposto ao fast, a compra rápida, por impulso. A relação humana com a joia é sempre de uma compra com maior compromisso, algo que passa de geração em geração – é expressão de um consumo mais consciente. Um nome novo que representa a visão de uma geração, Anthony Garcia, à frente da L/Dana, tem na criação de uma joia sob encomenda o momento de encontro com o DNA de cada um. "Não existe réplica nesse tipo de construção e essa joia age como um talismã", explica. Segundo o artista, a joia de 2020 não deve só enfeitar, é importante que a mensagem que a peça carrega seja clara para que a narrativa possa ser usada como plataforma; para que encontremos um sentido e, assim, possamos ressignificar a nossa própria vida por meio de histórias que as joias contam. Em sua mais recente coleção, chamada 'Entrelaços', o fio condutor foi um pedido de aproximação e entendimento: pessoas entrelaçadas em harmonia como deveria ser, em contraponto ao mundo polarizado em que vivemos.

Retratos da moda

PROFISSIONAIS COMPROMETIDOS COM A ARTE



Stephanie Wenk. Diretora criativa da Sauer, tradicional joalheria carioca, mantém a lapidação artesanal da marca ao mesmo tempo em que trouxe um design contemporâneo às peças



Anthony Garcia. Nome à frente da L/Dana, acredita em um papel maior para as joias em 2020, que vão além do adorno. Ressalta a importância da mensagem que a peça carrega



Paola Vilas. Dona da marca homônima, a jovem artista desenvolve espécies de mini esculturas, nas quais adiciona elementos de joalheria

PRINTED AND DISTRIBUTED BY PRESSCORDER. CIRCULATION: 100.000 UNITS PER COPY PER DAY.