

[ MARY FIGUEIREDO ARANTES ]

Nascida no Vale do Jequitinhonha, terra de onde garimpa inspiração para suas criações – “bijus para corpo e alma” –, a empresária e designer é conhecida pelo uso de materiais diversos, com destaque para o tecido, e ações inovadoras da marca Mary Design. É cronista e poeta, consultora do Sebrae e da FIEMG, e diretora da Câmara de Bijuterias de Minas Gerais. Ministra palestras em todo o país e atuou como diretora criativa na penúltima edição do Minas Trend Preview. E-mail: [mary@marydesign.com.br](mailto:mary@marydesign.com.br)

[ 18 ]



Foto: Divulgação Minas Trend

Instalação no Museu de Artes e Ofícios, em Belo Horizonte, Coleção Tempos Modernos, apresentada no Minas Trend, inverno 2012.

Diga-me com o que  
andas e sabereis quem és!

Desde que o mundo é mundo, a civilização faz uso de ornamentos, empregados como enfeites e distinção social. Sempre tive curiosidade em saber por que nas tribos mais pobres do mundo, como indianas e africanas, sem falar dos índios no Brasil, o uso de acessórios é maciço. Muitas vezes, adornam corpos nus, vestidos de bijuterias. O poder da cor, o prazer do uso estampado no rosto e corpo, corpo este usado como suporte de verdadeiras obras de arte. Como explicar as mulheres africanas da tribo Massai, com seus colares argolas que deformam pescoços para sempre?

O conceito de beleza, claro, está aliado ao uso que cada um faz dos acessórios. A moda e, principalmente, os acessórios individualizam a aparência dos seres. Mas se o mundo mudou, não mudou a vontade de se enfeitar, não mudou o caráter que a moda tem de ser retrato de si mesma, de manter com o objeto uma relação, muito mais lúdica do que do tipo utilitária. Sem contar que hoje não consumimos mais produtos, e sim histórias por trás de um produto. Consumimos, por meio dos objetos e das marcas, idade, beleza, poder, feminilidade, um ficar mais bonita, um agradar alguém...

Um dos prazeres quando estou em espaços públicos de grande circulação de pessoas é observá-las e tentar analisar, sem julgar, a profissão pelo que estão usando. Garanto que é fácil... Se vejo um rapaz com calça jeans de zíperes aparentes e muitos bolsos, camiseta com inscrições e grafismos, correntes largas no pescoço, à moda *bling bling*, estilo muito comum entre os rappers, tênis diferenciado e óculos extravagantes, é o bastante para imaginar que ele deve ser estilista de alguma marca. Se além disso for sarado, pode ser rapper ou jogador de futebol. Se vejo uma mulher toda de preto, roupa meio estranha, cheia de dobraduras, sapatos, sempre sem salto, e um mega anel num único dedo, ou um colar extravagante, batata, quase sempre é designer de alguma coisa, cineasta, algo assim... Se usa terninho ou conjunto, pode ser arquiteta ou decoradora, cuja profissão exige estar bem vestida, tanto para visita à obra, de manhã, quanto para a reunião no fim da tarde. E por aí vai, moda como código social – você também pode brincar de fazer adivinhações. O que vale é sempre associar estilo com personalidade e função. Os delicados e tímidos quase sempre usam "bijus" delicadas, jamais apostariam em algo que os fizesse sobressair.

O que me fez ser designer de acessórios foi a forma como me vestia. Cheguei a Belo Horizonte com doze anos incompletos, era assim que se falava lá no Vale do Jequitinhonha. Jequinha de tudo, fazia em nome do pai em frente ao Museu de Mineralogia, que fica na Avenida Augusto de Lima, acreditando ser lá uma igreja, só porque é gótica. É que, quando nasci, nenhum anjo torto veio me dizer nada, como ao poeta itabirano, e vim para o mundo e para a capital assim, tendo que dar certo; se não desse certo, teria que voltar pra trás. Fiquei com a segunda opção. De jequinha, senti que não ia fazer sucesso nenhum, pelo contrário, era um ser estranho na multidão, era olhada de forma enviesada pelas colegas do colégio. De pai alfaiate e mãe costureira, aprendi a costurar de "ouvido" e, pela facilidade que tinha em casa, pus a costurar minha vida. Comprava chitão e fazia saia; não satisfeita, tingia, e ainda não satisfeita, usava com um *liseuse* de seda – era assim que se chamava um pequeno bolero que se usava sobre camisolas. Alpercatas de couro arrematavam os pés; uma penca com objetos pessoais no pescoço (medalha de batizado, de primeira comunhão, dente de leite encastado e uma bola azul indiana), davam um toque pessoal a esse "kit proteção" que virou meu talismã. Pronto, estava criado um look que na época ninguém conhecia.

Continuei sendo um ser estranho na multidão! Mas a forma de olhar das pessoas havia mudado; me olhavam estranho, mas era um estranho que não me fazia mais mal. A penca do meu pescoço passou a ser objeto de desejo de todos, e foi assim que criei a penca de santos, reproduzida depois nacionalmente por todas as marcas de bijuterias e joias.

Sempre tive uma forma esquisita de lidar com moda, minha mãe chamava meu gosto de estragado, se esforçava, mas não conseguia entender a forma como usava as coisas. Sou da época de mandar fazer roupas com corte de tecido, só que sempre comprei primeiro os botões para depois escolher o pano, como explicar isso pra minha mãe?! Percebo hoje, mais do que nunca, com a mundialização das ideias

e, conseqüentemente, das coisas, que o estranho, o esquisito, a desarmonia cada vez mais são sinônimos de beleza. O feio também é dotado de beleza. Hoje, o que difere é o que se sobressai. Se parece com, é porque já existe, melhor então nem fazer!

Só depois de muitos anos e de me analisar freudianamente é que descobri que o que tinha criado para mim se chamava estilo. E foi graças a ele que nasceu a Mary Design, minha marca de bijuterias.

E ao longo desses trinta anos da marca, assisti de pé à ascensão das bijuterias que antes eram apenas anel, colar e brinco. Hoje, estão presentes em todas as áreas. Vão desde porta-guardanapos de festas a sapatos, que são um prato cheio para as "bijus", além de bolsas e roupas, que muitas vezes já trazem o acessório acoplado ao próprio modelo. Costumo exemplificar essa ascensão com o uso de chaveiros. Antes, tínhamos um chaveiro para tudo, com uma penca de chaves *à la* São Pedro. Hoje, temos chaveiro para carro, para casa, para bolsa e para o que mais for preciso, e muitos de proteção para nos livrar das modernices, como assaltos, sequestros, acidentes e mau-olhado.

Agora estamos vivendo o momento dos maxiculares, que carregaram o nome e o peso de extravagantes. Ou seja, ninguém mais quer passar despercebido ou ser um desconhecido, necessitamos de atenção, precisamos nos fazer notar, que o diga o Facebook, janela dos quinze minutos de fama profetizados por Andy Warhol.

Outro exemplo evidente da invasão, e até mesmo mudança do uso dos acessórios, são o óculos. Lembra-se da Jackie Kennedy, da Audrey Hepburn, e dos óculos pretos, imensos e de lente escura que elas usavam? Certamente usavam para se manter escondidas sob o peso da fama. Usávamos óculos escuros em enterros, quando chorávamos, fazíamos plásticas e algumas (ops) quando levavam soco no olho. A intenção era sempre se esconder. Hoje, os óculos são imensos, transparentes e, por vezes, de lente espelhada. É como se quiséssemos dizer "Gente, cheguei! Olhem pra mim, me chamo Lili!".

A verdade é que num mundo tão populoso, nunca nos sentimos tão sós, e o acessório, além de promover nossa exposição, é sempre uma boa companhia!