

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL
ACADEMIA DE PROPRIEDADE INTELECTUAL, INOVAÇÃO E
DESENVOLVIMENTO
MESTRADO PROFISSIONAL EM PROPRIEDADE INTELECTUAL
E INOVAÇÃO

PATRICIA NEVES PENIDO

O REGISTRO DE DESENHO INDUSTRIAL NO BRASIL E NO EXTERIOR COMO
FERRAMENTA DE PROTEÇÃO LEGAL À REPRODUTIBILIDADE NO
DESIGN DE JOIAS

Rio de Janeiro
2016

PATRICIA NEVES PENIDO

O REGISTRO DE DESENHO INDUSTRIAL NO BRASIL E NO EXTERIOR
COMO FERRAMENTA DE PROTEÇÃO LEGAL À REPRODUTIBILIDADE NO
DESIGN DE JOIAS

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação, da Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento - Coordenação de Programas de Pós-Graduação e Pesquisa, Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Propriedade Intelectual e Inovação.

Orientadora: Dra. Lúcia Regina Rangel de Moraes Valente Fernandes
Coorientador: Dr. Edson Rufino de Souza

Rio de Janeiro
2016

Agradecimentos

A todos os professores do Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação do INPI agradeço pela dedicação e disponibilidade.

Especialmente à minha orientadora Lúcia Fernandes e coorientador Edison Rufino gostaria de agradecer pelo tempo, paciência e por acreditarem neste projeto.

À Dra. Adelaide Antunes e Dr. Edi Braga que constituíram a banca de avaliação, agradeço pelos direcionamentos apontados.

A toda a equipe do Mestrado, principalmente a Patricia Trotte e Mara, pelas informações e auxílios prestados.

Aos colegas que cursaram comigo todas as disciplinas e que foram fonte de incentivo e força.

Pela boa vontade em transmitir informações difíceis de se conseguir, gostaria de agradecer Evanildo Santos.

Pela revisão e auxílio agradeço à Ida Elizabeth Benz, que iluminou pontos fundamentais do trabalho.

Pelo apoio prestado, agradeço Angela Andrade e Fernanda Azevedo da AJORIO.

E a todos os designers que participaram e deram um toque especial ao texto, especialmente a Isabella Escudero.

Minha eterna gratidão a todos que tornaram esse projeto possível.

RESUMO

PENIDO, Patricia Neves. **O registro de desenho industrial no Brasil e no exterior como ferramenta de proteção legal à reprodutibilidade no design de joias.** 2016. (Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação). Academia de Propriedade Intelectual e Inovação, 2016. 190 f.

Orientadora: Dra. Lúcia Regina Rangel de Moraes Valente Fernandes.
Coorientador: Dr. Edson Rufino de Souza. Rio de Janeiro:

O trabalho apresentado explora a utilização de proteção por propriedade intelectual pelo setor de design de joias com ênfase em registro de desenho industrial. Foram utilizadas informações referentes a toda a cadeia produtiva do setor para um melhor entendimento das necessidades do mercado joalheiro e da pertinência dos meios de proteção legal, além de pesquisa empírica em base de dados de desenhos industriais nacional (INPI) e internacional (Designview) e entrevistas que resultaram em um diagnóstico da percepção e utilizada da ferramenta de proteção em si. Os resultados demonstraram que há uma lacuna entre as informações sobre a proteção e os atores do setor, o que em última análise demonstra a exposição das criações ao risco de apropriação por terceiros.

PALAVRAS-CHAVE: Design de joias, desenho industrial, INPI, Designview, DI

ABSTRACT

PENIDO, Patricia Neves. **The industrial design registration in Brazil and abroad as reproducibility legal protection tool in jewelry design.**

Adviser: Dra. Lucia Regina Rangel de Moraes Valente Fernandes.

Coadviser: Dr. Edson Rufino de Souza. Rio de Janeiro: Academy of Intellectual Property and Innovation. 2016. Dissertation (Master in Intellectual Property and Innovation).

The work presented explores the use of intellectual property protection for the jewelry design industry with emphasis on industrial design registration . They were used information of the whole industry supply chain to better understand the relevance of protection , as well as empirical research in database and interviews that resulted in a diagnosis of perception and used protection tool itself. The results showed that there is a gap between the information on the protection and the actors of the sector, which ultimately shows the exposure of the creations of the risk of appropriation by third parties.

KEYWORDS: Jewellery design, industrial design, INPI, Designview, ID

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Representação do homem do período Paleolítico utilizando colares e detalhes de pingentes.	18
Figura 2: Bracelete etrusco confeccionado em filigrana	21
Figura 3: Detalhe da obra “Adoration of a Mystic Lamb”	23
Figura 4: Arte plumária brasileira: Cocar com penas de arara azul e papagaio	25
Figura 5: Penca de Balangandãs em prata, com 27 peças, corrente e chave.	28
Figura 6: Florinda Anna do Nascimento	29
Figura 7: Brinco Prisma/ Designer Antonio Bernardo	32
Figura 8: Projeto da gargantilha HIDRA / Autor: Fernando Maculan	35
Figura 9: Gargantilha HIDRA – Polímero injetado, ouro branco e diamantes - Primeiro lugar no HRD Antwerp Awards 2003 / Autor: Fernando Maculan com coautoria de Adriano Mol	37
Figura 10: Bracelete WHITE DREAMS - Ouro branco, diamantes e plumas - segundo lugar no HRD Awards 2003/ Autora: Glauca Silveira / Patrocínio: FR Hueb.....	38
Figura 11: Brincos em ouro 18K, diamantes, esmeraldas e ébano / Designer Silvia Furmanovich	40
Figura 12: Colar confeccionado em acrílico	41
Figura 13: Colar de jarina com flor de algodão orgânico	42
Figura 14: Pedra bruta de turmalina Paraíba e broche em ouro branco desenhado pelos designers da Chanel com mais de 1.000 diamantes e uma turmalina Paraíba de 37,5 cts no centro.....	47
Figura 15: Anel vencedor do Prêmio IBGM de Design 2012 na categoria “Lapidação Diferenciada”. Designer Carla Abras - MG.....	50

Figura 16: Sequencia de produção de uma joia industrial (larga escala)	52
Figura 17: Imagens da produção do desenho de joia virtual	54
Figura 18: Peça da campanha de marketing Cosmic da marca Amsterdam Sauer.....	63
Figura 19: Mostra Joalherismo / novembro 2015.....	68
Figura 20: Entidades que trabalham em parceria para fomento do setor joalheiro brasileiro	79
Figura 21: Bolinhas ocas de latão folheadas, a partir de processo patenteado no INPI	86
Figura 22: Marca de certificação ISO 9001/marca internacional.....	88
Figura 23: Marca nominativa Chanel.....	90
Figura 24: Marca figurativa Cartier	90
Figura 25: Marca mista Joia Carioca/ titular: AJORIO	91
Figura 26: Aliança Trinity da joalheria Cartier	91
Figura 27: Selo de IP às Opalas e às joias artesanais produzidas em Pedro II	95
Figura 28: Pingente em osso do período Paleolítico (de 3 milhões de anos atrás a 10.000 a.C.) gravado com imagem de animal.....	97
Figura 29: Releitura das Sandálias Havaianas em Ouro. Designer Pitti Paludo. Prêmio Auditions Brasil 2002/2003.....	114
Figura 30: Peças dos designers participantes do Rio+Design Milão 2016	122
Figura 31: Peças de Antonio Bernardo premiadas em 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011	140
Figura 32: Peças de Antônio Bernardo premiadas em 2004, 2005 e 2006	141
Figura 33: Atelier Schiper – Anel Órbita	142

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Sequencia de produção de peça piloto por moldagem em cera	54
Quadro 2: Produção de modelo em modelagem 3D e prototipagem rápida (CAD/CAM).....	55
Quadro 3: Fluxograma da rede de produção de joias e bijuterias de Limeira (SP).....	58
Quadro 4: Categorias mais vendidas online em 2015	63

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Cinco Principais Empresas Produtoras de Ouro no Brasil	44
Gráfico 2: Índice de crescimento do setor joalheiro em 2015.....	69
Gráfico 3: Linha de pedidos de registros e concessões de	104
Gráfico 4: Resultado Nacional	148
Gráfico 5: Resultado Internacional.....	149
Gráfico 6: Resultado das Entrevistas	151

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Resultado para a busca de 212 nomes de designers e grifes na base de dados de desenho industrial do INPI.....	127
Tabela 2: Resultado para a busca de 40 nomes de designers e grifes na base de dados internacional Designview.....	137
Tabela 3: Resultado da aplicação de questionário com participação de 30 designers	146

LISTA DE ABREVEAÇÕES E SIGLAS

AJOLPI	Associação de Joalheiros e Lapidários de Pedro II
AJORIO	Associação dos Joalheiros e Relojoeiros do Estado do Rio de Janeiro
AJESP	Associação dos Joalheiros do Estado de São Paulo
APEX	Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos
APL	Arranjo Produtivo Local
ASPI	Associação Paulista de Propriedade Intelectual
BASEMFLOR	Banco de Sementes Florestais
CIBJO	The World Jewellery Confederation
DA	Direito de Autor
DI	Desenho Industrial
DNPM	Departamento Nacional de Produção Mineral
DO	Denominação de Origem
EBA	Escola de Belas Artes
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
ESDI	Escola Superior de Desenho Industrial
EUA	Estados Unidos da América
FBN	Fundação Biblioteca Nacional
FECOMÉRCIO	Federação do Comércio
FINEP	Financiadora de Estudos e Projetos
FIRJAN	Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
GFMS	Research & Forecasts on metal marketing
GTP-APL	Grupo de Trabalho Permanente para Arranjos Produtivos Locais
HRD Antwerp	Hoge Raad voor Diamant Antwerp
IBGM	Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos
ICMS	Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
IF DESIGN	International Forum Design
IG	Indicação Geográfica

IJL	International Jewellery London Award
JIS	Jeweler's International Show
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
IP	Indicação de Procedência
IPI	Imposto sobre Produtos Industrializados
LPI	Lei da Propriedade Industrial
MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
MME	Ministério de Minas e Energia
MU	Modelo de Utilidade
OHIM	Office for Harmonization in the Internal Market
PEIEX	Projeto de Extensão Industrial Exportadora
PI	Patente de Invenção
PI	Propriedade Intelectual
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEDEIS	Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Energia, Indústria e Serviços
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
UCAM	Universidade Candido Mendes
UERJ	Universidade do Estado do Rio de Janeiro
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
UVA	Universidade Veiga de Almeida

Sumário

INTRODUÇÃO.....	15
1 JOIAS	17
1.1 BREVE CRONOLOGIA DA PRODUÇÃO DE JOIAS.....	17
1.1.1 Da pré-história ao século XVIII	17
1.1.2 No Brasil.....	23
1.2 O DESIGN E O VALOR SIMBÓLICO DA JOIA	32
1.2.1 Um breve conceito de design	33
1.2.2 O valor simbólico da joia	34
1.3 ASPECTOS DA PRODUÇÃO DE JOIAS	38
1.3.1 Configuração do setor	38
1.3.2 Cadeia produtiva.....	41
1.4 O MERCADO DE JOIAS: NO BRASIL E NO MUNDO.....	62
1.4.1 No Brasil.....	62
1.4.2 No mundo	67
1.4.3 A internacionalização do design de joias brasileiro	72
2 A PROTEÇÃO DO DESIGN PELA PROPRIEDADE INTELECTUAL	79
2.1 PROPRIEDADE INTELECTUAL NO MERCADO DE JOIAS E AFINS	79
2.1.1 A Propriedade Industrial	83
2.1.2 Desenho Industrial	95
2.2 DIREITO AUTORAL	105
2.3. LIMITES DA PROTEÇÃO ENTRE DIREITO AUTORAL E DESENHO INDUSTRIAL.....	109
3 METODOLOGIA	114
4 RESULTADOS	117
4.1 IDENTIFICAÇÃO DOS DESIGNERS DE JOIAS BRASILEIROS	118
4.2 TRATAMENTO DE DADOS	122

4.3	BUSCA NAS BASES DE DADOS	123
4.3.1	Considerações sobre as bases de dados	124
4.4	RESULTADOS DA PESQUISA EM BASE DE DADOS	126
4.4.1	Nacional	126
4.4.2	Internacional	136
4.5	RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO	142
4.5.1	Formulação de perguntas e aplicação de questionário	142
4.5.2	Resultados	145
5	CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	147
5.1	CONCLUSÕES	147
5.2	RECOMENDAÇÕES	151
6	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	155
7	ANEXOS	170

INTRODUÇÃO

O setor de design de joias é intrigante e fascinante. Não só pelos materiais, mas pelo desenho das peças brasileiras que cada vez mais chamam a atenção do mundo para nosso país.

Este estudo explorou o universo das joias com uma visão diferenciada, voltada para a proteção por registro de desenho industrial dos desenhos e buscando informações dentro do setor de como essa proteção é percebida e utilizada pelos designers.

Para chegarmos ao ponto da proteção, traçamos um caminho que acompanhou a produção de uma peça, contemplando todos os elos da cadeia produtiva, do garimpo à venda na vitrine da joalheria. É esse tema do capítulo 1 da pesquisa, que remonta inclusive os aspectos cronológicos do design de joias.

O capítulo 2 trata da propriedade intelectual, com um breve passeio por todas suas ferramentas que possam ser utilizadas pelo setor, com ênfase em direito de autor e desenho industrial, as duas principais vias de proteção para o desenho em si. Nesse mesmo capítulo o desenho industrial é explorado como meio de informar aos profissionais suas possibilidades e limitações.

A metodologia deste estudo é mostrada no capítulo 3, levando em consideração os caminhos percorridos e direcionamento traçado utilizando o planejamento de estudo de caso de Robert Yin.

O capítulo 4 traz os dados coletados na pesquisa em base de dados de desenhos industriais nacional do INPI e internacional do Designview, além dos resultados das entrevistas feitas no trabalho de campo. O trabalho de campo não se restringiu apenas às entrevistas, mas também à participação em eventos e à busca de informações em associações e entidades do setor para identificar exposições e premiações que foram responsáveis para a formação da amostra que foi posteriormente submetida às buscas acima referidas.

Finalizando o trabalho, o capítulo 5 apresenta as conclusões do estudo contemplando inclusive por meio de gráficos os pontos relevantes encontrados a partir dessa exploração. No mesmo capítulo encontram-se as recomendações que fornecem caminhos para outros estudos e para ações que possam ser efetuadas pelo setor junto às entidades e associações pertinentes.

Após vinte e cinco anos na área de comunicação atendendo principalmente clientes do setor de moda e publicidade, a busca pelo tema da dissertação para a conclusão deste Mestrado não poderia ser direcionada para outra seara senão as já conhecidas e vivenciadas.

O setor de design de joias foi escolhido por estar localizado dentro do design de moda e por contar com instituições e associações que desenvolvem um trabalho concreto e dinâmico, sendo, portanto importante fonte de informação para a confecção do presente estudo.

1 JOIAS

1.1 BREVE CRONOLOGIA DA PRODUÇÃO DE JOIAS

*“O tempo é um vestígio de eternidade”
Santo Agostinho*

1.1.1 Da pré-história ao século XVIII

As joias acompanham a evolução da humanidade desde tempos remotos.

Há indícios de produção de ornamentação pessoal encontrados na pré-história.

Em tempos tão hostis como os do início da história da humanidade, é interessante observarmos a razão pela qual o homem primitivo gastava tempo e energia na produção de algo aparentemente tão supérfluo e desnecessário à sua sobrevivência, visto que a necessidade de busca por alimento era uma função imprescindível e diária.

Parece ser inegável o reconhecimento do papel singular da joia como objeto simbólico que dava visibilidade a características e valores para quem as usava.

Fósseis do período Paleolítico (de 3 milhões de anos atrás a 10.000 a.C.), ou Idade da Pedra Lascada, mostram que os ornamentos normalmente eram feitos com recursos encontrados na natureza, como ossos, pedras e conchas. Os homens utilizavam colares com os elementos semelhantes ao que hoje denominamos pingentes. As peças de ossos não

eram apenas perfuradas, mas entalhadas com desenhos que muitas vezes representavam figuras de animais, mesmo sem possuírem ferramentas adequadas a essa função.

As mulheres não utilizavam colares, apenas brincos de ossos.

(SOARES, 2015)

Figura 1: Representação do homem do período Paleolítico utilizando colares e detalhes de pingentes.



Fonte: < www.smb.museum > / 2015

No período Neolítico (de 10.000 a 3.000 a.C.), possivelmente no decorrer de suas caminhadas nômades, o homem foi coletando novos materiais encontrados e utilizando na confecção de seus acessórios com formas diferentes das existentes até então.

O âmbar foi uma das pedras mais usadas em seu estado natural.

Todas essas informações tornaram-se acessíveis pelo fato de que quando faleciam, os homens eram sepultados com as mais belas peças de seu acervo. (IBIDEM)

Passada a pré-história, começaram a surgir as primeiras civilizações, sendo no Egito o início da produção de joias com acabamento primoroso, utilizando ouro e pedras, principalmente o lápis-lazúli e a turquesa.

As peças egípcias remetiam ao misticismo, com escaravelhos que representavam o sol e a criação e olho do Deus Hórus que protegiam contra maus espíritos, entre outros simbolismos.

Na Grécia a ourivesaria se desenvolveu em paralelo à cerâmica e teve a princípio influência da mitologia, sendo o ouro o material amplamente utilizado.

No período helenístico (aproximadamente entre 323 e 146 a.C.) a ornamentação era confeccionada representando o intelecto humano, tendência que mais tarde seria revisitada no Renascimento, com a produção de camafeus.

O camafeu (do latim *Cammaeus*, que significa pedra esculpida) é uma técnica de escultura usada em joias de modo a formar uma figura em relevo (em oposição ao entalhe) tirando partido da existência de camadas

sobrepostas de cores diferentes. Tradicionalmente essa técnica é feita em broches e pingentes.

Os Etruscos desenvolveram com grande sucesso a arte do filigrana, confeccionando peças com perfeição inigualável na época. (PEDROSA, 2014)

Filigrana é um trabalho ornamental feito de fios muito finos e pequeninas bolas de metal, soldadas de forma a compor um desenho.

Figura 2: Bracelete etrusco confeccionado em filigrana



Fonte: <www.metmuseum.org> / 2015

Em Roma, as peças eram grandes e volumosas, e possuíam uma ligação com a época próspera que se apresentava. Homens e principalmente mulheres faziam uso de adornos que simbolizavam um luxo ostentatório característico do Império Romano.

No Império Bizantino (que foi uma continuidade do Império Romano do Oriente que perdurou até o século XV) as joias se mantiveram mais conectadas ao simbolismo de status, sendo usadas por homens e mulheres com posição de destaque na sociedade. A cor foi explorada com destreza pelos artistas bizantinos, com destaque para a técnica de esmaltação conhecida como “closoinné”, utilizada até os dias de hoje.

Closoinné, (do francês *cloison*, que significava divisão), técnica de trabalho na qual tiras finas de metal são coladas sobre uma superfície, formando um desenho composto por vários pequenos compartimentos preenchidos com pasta de esmalte vitrificado. (MOTTA, 2015)

Na Idade Média, com a predominância do poder da Igreja Católica, a sociedade se torna mais austera. O rigor e a opressão da figura feminina é uma das características do período. (IBIDEM)

Haviam leis para a utilização das joias, que restringiam a utilização de algumas gemas pela burguesia, nova classe que se forma com o início de uma economia baseada no comércio. O clero e a nobreza tinham acesso a todo tipo de peças de joalheria. (IBIDEM)

Aparecem os primeiros ourives que se instalaram em guildas (corporação de ourives) e serviam principalmente à classe religiosa, que utilizava todos os tipos de peças, com destaque aos anéis eclesiásticos muito valorizados no Medievo. Adornos de cabeça também eram peças bastante presentes, e uma opção de uso para as mulheres que faziam tranças com fitas bordadas a ouro e pedras. Diademas aparecem com frequência nos registros do período. (IBIDEM)

Os broches além de adorno eram usados para fechar os mantos, e os cintos em ouro e pedras serviam para pendurar objetos visto que as vestes não possuíam bolsos.

Figura 3: Detalhe da obra “Adoration of a Mystic Lamb”



Fonte: <www.nationalgallery.org.uk>/2015

Com a chegada do Renascimento a joia é elevada ao patamar de obra de arte. Nesse momento de florescimento cultural, a joalheria deixa de ser patrocinada pelo clero e passa a ser patrocinada pela burguesia. (IBIDEM)

Com as navegações e descoberta das Américas a Europa foi abastecida de ouro, prata e principalmente gemas.

Era comum a utilização de vários anéis na mesma mão, assim como vários colares.

Foi nesse período, como já comentado, que se deu a valorização do camafeu como uma referência da Grécia Antiga e seus pensadores.

O estilo Barroco influenciou a confecção joalheira por aproximadamente 150 anos (1600-1750) e teve como característica marcante a utilização das pedras preciosas, reflexo do comércio transatlântico. Houve uma expressiva evolução da lapidação, e as peças começam a ser produzidas de maneira diferente para utilização de dia e a noite, visto que deveriam refletir com mais intensidade a luz dos candelabros nos bailes e jantares.

O Barroco se transforma em exuberância no período Rococó, que marca o século XVIII.

Peças sedutoras com muito brilho e luxo em formato de buquê e laços eram utilizadas frequentemente.

A assimetria das joias permite uma linguagem mais leve, porém repletas de informações. (LEE; TOMIMATSU, 2015)

1.1.2 No Brasil

A Europa vivia o Renascimento na época em que as naus deixaram Portugal em busca de novas conquistas.

Cabral ao tomar posse das terras brasileiras, em nome da Coroa Portuguesa, o fez por interesses mercantis.

A exploração e colonização dos novos territórios de além-mar enriqueceram espiritual e materialmente seus colonizadores. (GOLA, 2008)

Inicialmente ao se deparar com as tribos autóctones¹, os navegantes europeus se decepcionaram ao constatar que os adornos utilizados pelos nativos eram confeccionados em fibras e penas, e não em ouro e prata como se desejava.

Uma pulseira de penas, para os indígenas, tinha tanto valor como uma pulseira de diamantes na cultura europeia, e esse valor era proporcional à raridade do pássaro.

Figura 4: Arte plumária brasileira: Cocar com penas de arara azul e papagaio



Fonte: Fundação Memorial da América Latina / 2015

Com a descoberta do ouro em 1699 deu-se o início à entrada das Bandeiras, que se embrenharam mata adentro em busca de novas minas.

Vilas e cidades começaram a surgir no interior do Brasil. O tão sonhado metal foi nesse momento a locomotiva que fez crescer o país. Iniciou-se o Ciclo do Ouro e do Diamante. (MAGTAZ, 2008)

1 Autóctone- que ou o que é natural do território onde vive – Dicionário Aurélio Online. Disponível em : <<http://dicionariodoaurelio.com/autóctone>>. Acesso em: 03/12/2015.

Nessa época foi enviado a Portugal 514 kg de ouro encontrado no Rio das Velhas, em Minas Gerais.

Ouro, diamantes e pedras preciosas brasileiras inundaram as cortes portuguesas e europeias. (BENZ; MAGALHÃES, 2008) Havia uma pretensão por parte da Coroa de que o máximo possível de matéria prima fosse enviada a Portugal, e o ofício de ourives era restringido através de Alvarás que impunham altas taxas aos artesãos legais e proibição de mulatos, negros e índios de exercerem a profissão. (SANTOS, 2003)

Todas as formas de controle eram utilizadas pelos portugueses e os profissionais de joalheria tinham ruas predeterminadas para trabalhar, tudo para evitar a evasão da produção de matérias-primas preciosas, utilizadas por Portugal para cobrir o *déficit* de sua balança comercial com os ingleses. (ANDRADE *apud* BENZ & MAGALHÃES, 2008)

Como metais e pedras preciosas sempre foram símbolo de distinção social, “a tentativa da metrópole em controlar a produção brasileira, forçando a sociedade colonial a importá-las de Portugal, acabou não surtindo o efeito desejado”. (IBIDEM).

As leis portuguesas eram burladas pela elite que encomendava aos ourives na clandestinidade além de joias, “engastes de ouro e prata que adornavam selas e arreios, estribos e caçambas, cabos de chicotes e de bengalas e até facas. (ANDRADE, 2002)” (BENZ & MAGALHÃES, 2008)

A transferência da Corte Portuguesa para a América em 1808, mudou o cenário da colônia, tanto culturalmente como em número de habitantes, que até então era uma região de baixa população, e que assistiu à chegada de um contingente aproximado de 10 a 15 mil pessoas. (AQUINO *et al*, 2012, p. 385)

A Abertura dos Portos às Nações Amigas e as possibilidades apresentadas pelo novo continente propiciaram o interesse e desembarque de outros estrangeiros além dos portugueses. Ingleses, franceses, norte-americanos, suíços, suecos, italianos, alemães entre outros, surgiram como negociantes, diplomatas, militares e muitos artistas.

Foi decretado por D. João em 11 de agosto de 1815 o fim da proibição de manipulação e comercialização de obras em ouro e prata no Brasil.

Em 1816 a Missão Artística Francesa chega ao Rio de Janeiro para a formação da Escola de Belas Artes.

Com todas essas mudanças ocorridas foi percebido um crescimento da joalheria brasileira, que no início do século XVII contava com cinco ou sete ourives, e no final do mesmo século registrava trabalhos de 25 profissionais diferentes.

Por mais de cem anos, o mercado joalheiro nacional foi representado por 50% de ourives luso-brasileiros. Com a chegada de joalheiros ingleses, franceses e alemães, essa representação caiu para cerca de 10%. (OLIVEIRA, 2012)

Embora constituísse um adorno dispendioso, as joias sempre estiveram presentes tanto na herança das pessoas mais afortunadas como no dos mais pobres. (JANUÁRIO, 2003)

No Brasil colonial foram feitos diversos testamentos por escravas livres contendo a enumeração de várias peças de joalheria. A pouco comentada e raramente documentada contribuição das afro-brasileiras na produção de joias em território nacional, carrega consigo informações interessantes,

principalmente em relação ao ineditismo de uma peça tipicamente brasileira, provavelmente a primeira do gênero: a penca de balangandã.

Essa peça confeccionada em prata possui forte significado ritual religioso, contendo vários pendentes com formas variadas e formada por elementos como búzios, moedas, figas, chaves, dentes de animais, representação de frutas, entre outros, que eram utilizadas presas às cinturas das “*negras de ganho*”², para atrair sorte e fortuna e afastar “mau olhado”. Esses objetos tinham como referência as “ferramentas de Ogum”, que na mitologia ioruba era o Deus Guerreiro (CUNHA & MILZ, 2011, p. 120)

Figura 5: Penca de Balangandãs em prata, com 27 peças, corrente e chave.



Fonte: MAGTAZ ,2008.

2 Negros e negras de *ganho* eram grupos de escravos que desempenhavam funções principalmente no comércio ambulante exercido geralmente em praças, vendendo mercadorias como frutas, legumes e comidas preparadas como mingau, pirão de milho, doces entre outros. O resultado financeiro dessa venda era revertido para seus senhores que recebiam os *ganhos* por dia de atividade pública. Com o restante dos valores adquiridos, as escravas acumulavam pecúlio a fim de comprar sua alforria e adquirir joias. (LODY, 2011)

Inúmeros eram também os adornos em ouro utilizados e que se diferenciavam das joias usadas pelas senhoras brancas quanto à dimensão, ao peso e a qualidade do material, ao formato e a decoração, pois eram de grandes proporções, embora fossem geralmente ocas e usadas em quantidade pelas portadoras. Os colares de alianças de ouro que se entrelaçavam carregavam um simbolismo próprio. De acordo com a tradição “cada elo era originário de uma aliança portuguesa conquistada após uma noite de amor” (LODY, 2011). O favor sexual envolvido na posse das joias pelas escravizadas remete ao fato de existirem outras atividades de *ganho* que não se relacionavam com a venda de objetos ou de alimentos e sim a prostituição, e quando usadas publicamente causavam imenso mal estar na sociedade vigente.

Figura 6: Florinda Anna do Nascimento



Fonte: CUNHA, 2011

A utilização de joalheria pelas escravas e forras pode ser destacada como uma das diversas formas de subversão, “haja vista que a rebeldia dos escravizados não se estabeleceu exclusivamente de grandes atos coletivos, mas também de pequenas e cotidianas resistências.” (TEIXEIRA, 2013)

Com exceção de algumas “joias de crioula”³, as peças brasileiras eram reproduções de joias utilizadas no exterior.

A utilização de cópias de peças estrangeiras permaneceu uma prática comum durante toda a estadia da Coroa Portuguesa e posteriormente no Império e República, seguindo os padrões de estilos em voga e joias da Europa e Estados Unidos. (SANTOS, 2003)

A indústria joalheira brasileira se inicia a partir da Segunda Grande Guerra, com a crescente industrialização do país e o crescimento da classe média nos centros urbanos.

As peças dos anos 1940 traziam uma mistura de características do Art Déco⁴ e da Era Industrial e eram chamadas de “coquetel”⁵. (SANTINI, 2005; CERATTI, 2013; GOLA, 2008)

3 O termo “joias de crioulas (afro-brasileiras)” são peças confeccionadas nos séculos XVIII e XIX no qual consistem em uma coleção de peças compostas por: colares, braceletes, pulseiras, brincos, anéis, penca de balangandãs entre outros objetos de adorno corporal direcionado exclusivamente para as mulheres africanas, mulatas ou crioulas no Brasil, sob a condição de escravizadas, alforriadas ou libertas.

4 O termo art déco, de origem francesa (abreviação de arts décoratifs), refere-se a um estilo decorativo que se afirma nas artes plásticas, artes aplicadas (design, mobiliário, decoração etc.) e arquitetura no entre guerras europeu. Dirige-se ao moderno e às vanguardas do começo do século XX, beneficiando-se de suas contribuições: O cubismo, a abstração geométrica, o construtivismo e o futurismo. (Enciclopédia Itaú Cultural, disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo352/art-deco>>. Acesso em 04/12/2015.)

5 Joias criadas em um contexto de crises e mudanças sociais, que encontraram nas geometrias leves, feitas com ouro forjado, uma maneira de continuar reproduzindo o efeito de ostentação, visto que simulavam peças pesadas. (Ceratti, 2013, p. 25)

A vinda de imigrantes europeus para o Brasil, decorrente da fuga da guerra trouxe nomes que até hoje fazem parte da história da joalheria nacional como Jules Sauer, francês que chegou aos 18 anos (MONERO, 2011) e Hans Stern, alemão que chegou aos 17 anos de idade. (KOMATSU, 2007)

Os fundadores das joalherias Amsterdam Sauer e H. Stern, a princípio exploraram a lapidação, venda e exportação de pedras e gemas brasileiras, mas foram aos poucos produzindo joias para agregar valor e aumentar sua palheta de produtos. (BENZ, 2009)

A rápida expansão do mercado joalheiro internacional nos anos 50 e 60 não se estenderam à emergente indústria brasileira, que “sem apoio governamental, não foi capaz de aproveitar as grandes oportunidades oferecidas pelo mercado mundial” (SANTINI, 2005).

Apenas na segunda metade dos anos 1970, com o estabelecimento de uma política setorial e a fundação do IBGM – Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos, a indústria nacional recebeu novo folego com a criação e o fortalecimento de diversas empresas. Porém, as crises econômicas que assolaram o Brasil nos anos 1980 e início dos anos 1990 significaram um decréscimo para o setor.

O surgimento do Plano Real em 1994, sob o governo do então presidente Itamar Franco, conseguiu estabilizar os preços e conter a espiral inflacionária que assolava o país. (AQUINO et al., 2012) O resultado foi o fortalecimento da moeda e o aumento de poder aquisitivo da classe média, promovendo a abertura do mercado nacional aos produtos estrangeiros, entre eles as joias. As vitrines foram inundadas por peças de joalheria importadas e

muitas vezes contrabandeadas, principalmente da Itália (SILVA, 2003) tornando a concorrência no setor acirrada, forçando a indústria brasileira a se reinventar para se manter no mercado.

É nesse cenário que o design de joias brasileiro surge como uma alternativa para a sobrevivência das empresas do setor.

A inserção do profissional de design de joias na industrial porém, não se deu de maneira fácil, pois as empresas nacionais eram de base familiar e os modelos utilizados eram adaptados de peças trazidas do exterior ou pesquisados em revistas e catálogos de moda e leilões. Era um trabalho que ficava geralmente à cargo de um integrante da família, e existia um estranhamento mútuo entre esses integrantes e os designers contratados.

(BENZ & MAGALHÃES, 2008)

Hoje, não só as indústrias investem em design, mas as políticas públicas já percebem seu valor e colocam esse elemento de diferenciação como o principal item de inserção dos produtos brasileiros em nível internacional.

**Figura 7: Brinco Prisma/ Designer Antonio Bernardo
Vencedor do Prêmio Inhorgenta 2011**



Fonte: <antoniobernardo.com.br>/2015

1.2 O DESIGN E O VALOR SIMBÓLICO DA JOIA

“O homem é, acima de tudo, aquele que cria.”

Antoine de Saint-Exupéry

As joias trazem em seu cerne valores intrínsecos e extrínsecos, sendo o primeiro referente ao material utilizado e o segundo ao design da peça, ao seu ‘significado’.

O peso do ouro, a qualidade dos diamantes, safiras, esmeraldas, rubis e outras gemas, foi durante algum tempo um fator relevante na escolha dos produtos a serem adquiridos.

Hoje esse valor se soma de forma inegável e muitas vezes inseparável do seu conteúdo extrínseco, do seu design e muitas vezes do traço específico do designer que a concebeu.

A introdução do profissional de design de joias no Brasil, apesar de recente, mostra uma potencialidade interessante que deve ser observada e incentivada tanto na produção, quanto na proteção da peça criada.

1.2.1 Um breve conceito de design

Estudos sobre design apresentam algumas discussões quanto ao entendimento do termo *design*. A utilização do termo muitas vezes confronta o leitor com diferentes pontos de vista e múltiplos conceitos, o que tende a causar mais confusão do que clareza. (Löbach, 2001)

A utilização do termo *design* teve origem no período após a Revolução Industrial, especificamente para configurar a divisão entre artesanato e indústria. (CAMPOS, 2011)

Naquele momento os princípios Modernistas de ‘forma segue a função’ traçaram a trajetória de desenvolvimento dos produtos, que tinham a diretriz clara da necessidade de um projeto para reprodução industrial, e cuja função era sinônimo de utilidade. (IBIDEM)

Os modernistas desconsideravam que “a capacidade de evocar ideias também fazia parte de qualquer proposta de design: ou seja, as funções de um objeto não podem ser reduzidas apenas ao seu funcionamento” (CARDOSO, 2004)

Após a Segunda Guerra Mundial, a influência da produção industrial e do estilo de vida americanos começa a criar um questionamento dos valores da Modernidade. (CAMPOS, 2011)

A evolução da sociedade de consumo e a tecnologia determinam um novo foco para a produção pós-industrial. (IBIDEM)

O mercado tende a deixar de ser visto de forma massificada para ser identificado como segmentos e nichos, nos quais o consumidor de forma individual deve ser atendido em suas expectativas. (Guilgen *et al*,2012)

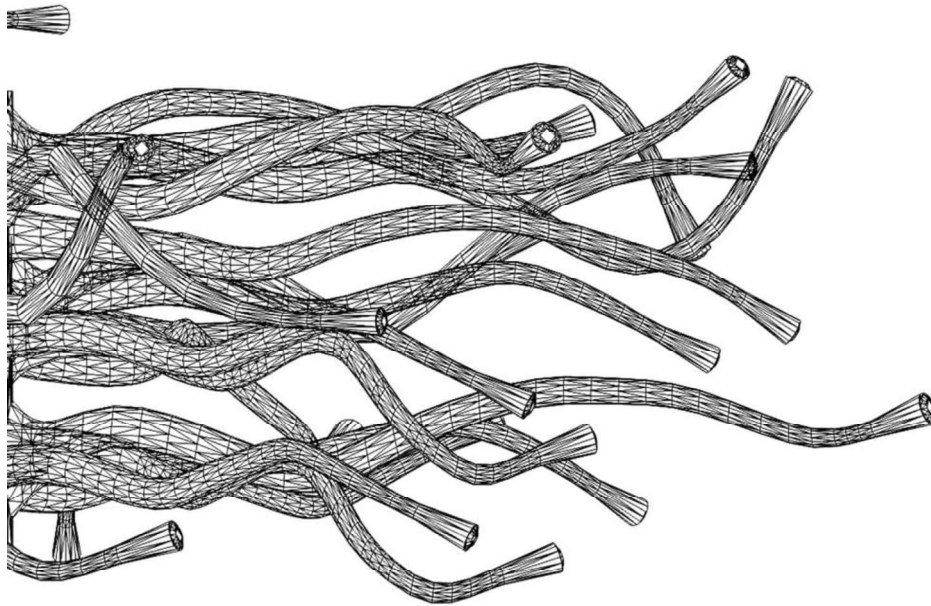
As pesquisas de tendências começam a ter uma valorização, bem como a criação (ideia) que nesse momento passa a ser elemento a ser considerado como peça importante no projeto de design, podendo assim agradar consumidores de forma específica. (CAMPOS, 2011)

Para Löbach (2001), o design conceitua-se como a ‘corporificação’ de uma ideia, um projeto ou um plano, que com a ajuda dos meios correspondentes, permite a sua transmissão aos outros.

O Dicionário Michaelis aponta a definição do termo design como “conceito de qualquer produto de acordo com seu ponto de vista estético e sua funcionalidade.”⁶

⁶ Disponível em : <<http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=design>>. Acesso em 07/12/2015.

Figura 8: Projeto da gargantilha HIDRA



Fonte: <fernandomaculan.com>/2015

1.2.2 O valor simbólico da joia

No mundo contemporâneo, povoado por uma imensidão de produtos similares e regido por uma acirrada competitividade, a diferenciação e a individualização dos produtos parece ser determinante para o consumidor, especialmente no mercado de joias.

Com o decorrer do tempo o valor simbólico que sempre acompanhou as joias demonstra possuir uma elasticidade que se amplia a cada década.

Os signos a elas incorporados, podem ser tanto de poder, riqueza, prestígio, fidelidade, amor e honra, quanto de distinção, magia, humor, juventude ou sedução entre outros. “Todos esses significados não são escolhidos aleatoriamente; sempre estarão em sintonia com seu tempo e atendendo às expectativas do público consumidor.”

(Siqueira, 2007)

Para o filósofo francês Jean Baudrillard (1970), o consumo seria uma “atividade de manipulação sistemática de signos.”

A partir do século XX, houve uma mudança no perfil do comprador de joias. Historicamente, era o homem que as adquiria como forma de investimento ou para presentear alguém, normalmente a esposa, a filha ou a amante.

Com a entrada das mulheres no mercado de trabalho, esse quadro sofreu uma alteração significativa, pois a partir de então elas próprias vão à joalheria e escolhem suas peças. “E essa consumidora tem muita informação sobre moda e estilo, por isso não adquire uma joia apenas por seu valor de troca, mas também por seu valor simbólico. A compradora de joias de hoje não deseja comprar uma propriedade, e sim investir em estilo pessoal.” (MACHADO, 2006)

Se antigamente verificava-se quase que unicamente o quanto de ouro era utilizado e quantos quilates haviam nos diamantes, hoje tão importante quanto o material é o design, a cultura, o significado. O valor da joia ultrapassou o material e existem agregados valores que não podem ser pesados, valores abstratos, intangíveis. (IBIDEM)

Para os designers de joias brasileiros, esse universo de liberdade de utilização de materiais, parece um fator favorável ao trabalho, que tem resultado em peças que cada vez mais conseguem aceitação principalmente no mercado internacional.

Figura 9: Gargantilha HIDRA – Polímero injetado, ouro branco e diamantes - Primeiro lugar no HRD Antwerp Awards⁷ 2003 / Designer Fernando Maculan



Fonte: <fernandomaculan.com>/2015

A peça acima encontra-se no acervo permanente do Museu da Antuérpia (Bélgica), e foi selecionada para a exposição de abertura do Museu MARTa, em Herford, Alemanha.

A gargantilha HIDRA obteve ainda o Prêmio Innovation and Uniqueness in Design no concurso JDE, Hong Kog, 2006. (Patrocinadores: Intergems Claes, Alexandre Spiking Gems, Talento Joias)⁸

⁷ HRD Antwerp Awards - Hoge Raad voor Diamant – Concurso bienal promovido na Antuérpia (Bélgica) para joias modernas e avant-garde (de vanguarda) confeccionadas com diamantes. A Antuérpia é um importante centro de produção de diamantes.

⁸ Informações disponíveis em: <www.fernandomaculan.com> Acesso em 28/12/2015

Figura 10: Braclete WHITE DREAMS - Ouro branco, diamantes e plumas - segundo lugar no HRD Awards 2003/ Designer: Glauca Silveira



Fonte: <hrdantwerp.com>/2015

1.3 ASPECTOS DA PRODUÇÃO DE JOIAS

*"Diamonds Are a Girl's Best Friend"*⁹

Jule Styne

⁹ A música é talvez a mais famosa realizada por Marilyn Monroe no filme *Gentlemen Prefer Blondes* de 1953. "Os diamantes são os melhores amigos das garotas." (tradução livre)

1.3.1 Configuração do setor

Segundo o Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos (IBGM, 2005), o setor joalheiro nacional é composto pelos seguintes segmentos:

- Joias e Joias Contemporâneas
- Joias folheadas / fantasia
- Bijuteria
- Biojoia

Joia

Configura-se como joia toda peça confeccionada com materiais nobres: gemas e metais nobres como ouro, prata, platina e paládio. (CERATTI, 2013)

Joia Contemporânea

Joias confeccionadas com adição de materiais não convencionais (madeira, polímero, couro, aço, titânio, entre outros) aos materiais nobres.

Figura 11: Brincos em ouro 18K, diamantes, esmeraldas e ébano / Designer Silvia Furmanovich



Fonte: <40forever.com.br>/2015

Joias Folheadas / Fantasia

Caracterizam-se pela não utilização de materiais nobres em sua confecção sendo compostas por metais como latão, zamac¹⁰ entre outros, que são posteriormente banhados com ouro, prata ou ródio.

Bijuteria

Peças confeccionadas com materiais não nobres, possuindo assim pouco valor intrínseco, porém podem torna-se valorizadas pelo estilo e design que atribui valores extrínsecos as mesmas.

¹⁰ O Zamac é uma Liga de Zinco composto por quatro componentes metálicos básicos para sua formação: Alumínio, Cobre, Magnésio e Zinco.

Figura 12: Colar confeccionado em acrílico



Fonte: < perapop.blog.br>/ 2016

Biojoias

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, empregando ou não metais preciosos. (SEBRAE, 2014)

As biojoias produzidas com material originário do bioma amazônico tem tido excelente aceitação no Brasil e no mundo. Uma das sementes mais procuradas é a Jarina (*phytelephas aequatorialis*), que pela cor e consistência ganhou o apelido de “marfim vegetal”. (SEBRAE, 2007)

Figura 13: Colar de jarina com flor de algodão orgânico



Fonte: <babeldasartes.wordpress.com>/ 2015

1.3.2 Cadeia produtiva

Entende-se a Cadeia Produtiva (CP) como o conjunto de atividades que se articulam gradualmente desde os insumos e matérias-primas até o produto final.

Segundo o IBGM os elos da CP de Gemas, Joias e Afins compreendem desde a extração mineral, a indústria de lapidação, a indústria joalheira e de folheados, bijuterias, os insumos, matérias-primas e as máquinas e equipamentos usados no processo de produção, além das estratégias de marketing e a incorporação do design aos produtos. (IBGM, 2004)

Extração e Coleta

O primeiro elo da cadeia é representado pelo segmento de extração/mineração (no caso dos materiais minerais) e coleta de sementes e insumos vegetais (biojoalheria). Devem ser englobados nesse elo todo e qualquer material e serviços utilizados na extração da matéria-prima.

A extração mineral pode ser feita por mineração ou garimpo, sendo o último a maneira mais antiga de exploração do solo para obtenção de ouro, diamantes e outros minérios.

O regime que confere a permissão para a lavra garimpeira é a Lei nº 7.805, de 18 de julho de 1989 que assim define a atividade como *“... o aproveitamento imediato de jazimento mineral que, por sua natureza, dimensão, localização e utilização econômica, possa ser lavrado, independentemente de prévios trabalhos de pesquisa, segundo critérios fixados pelo DNPM¹¹.”*

O Estatuto do Garimpeiro regula-se pela Lei nº 11.685 de 3 de junho de 2008, reconhecendo formalmente a profissão e disciplinando direitos e deveres dos garimpeiros, definidos como: *“todas as pessoas físicas de nacionalidade brasileira que, individualmente ou em forma associativa, atuem diretamente no processo de extração de substâncias minerais garimpáveis.”* (DNPM, 2008)

11 Departamento Nacional de Produção Mineral (DNPM), autarquia federal vinculada ao Ministério de Minas e Energia(MME)

A Lei estabelece ainda 05 (cinco) modalidades de trabalho: 1) Autônomo; 2) Em Regime de Economia Familiar; 3) Contrato de Parceria; 4) Cooperativa e 5) Individual, com relação empregatícia.

A atividade do garimpo pode ser desenvolvida a céu aberto nos aluviões¹² ou rochas mineralizadas aflorantes, ou ainda em galerias escavadas na rocha.

A extração exercida por empresas mineradoras movimentam através de máquinas milhões de toneladas de terra por ano e tem sua regulamentação pautada por um conjunto de normas tendo como diretrizes prioritárias a Constituição Federal (CF) de 1988 e o Código de Mineração, que é uma Lei Federal editada pelo Decreto-lei nº 227 de 28 de fevereiro de 1967.¹³

Os impactos ambientais decorrentes da extração mineral, como o ouro, são relevantes, pois promovem a mudança da paisagem natural, principalmente devido à alteração do curso de rios e a destruição da flora e da fauna que vivem em suas margens. Nos últimos vinte anos as empresas estão mais conscientes da necessidade de preservação da flora, fauna e recursos hídricos além de enfrentarem demandas administrativas de obrigatoriedade de compensação ambiental por danos causados por novos projetos ou mesmo como condição para continuidade de funcionamento de empreendimentos existentes.

12 Aluviões são depósitos recentes de sedimentos inconsolidados que se formam ao longo das margens dos rios e nas desembocaduras dos cursos d'água com alguma massa de água parada. Fonte: Dicionário Livre de Geociência. Disponível em: <www.dicionario.pro.br/index.php/Aluvi%C3%A3o>. Acesso em: 19/01/2016.

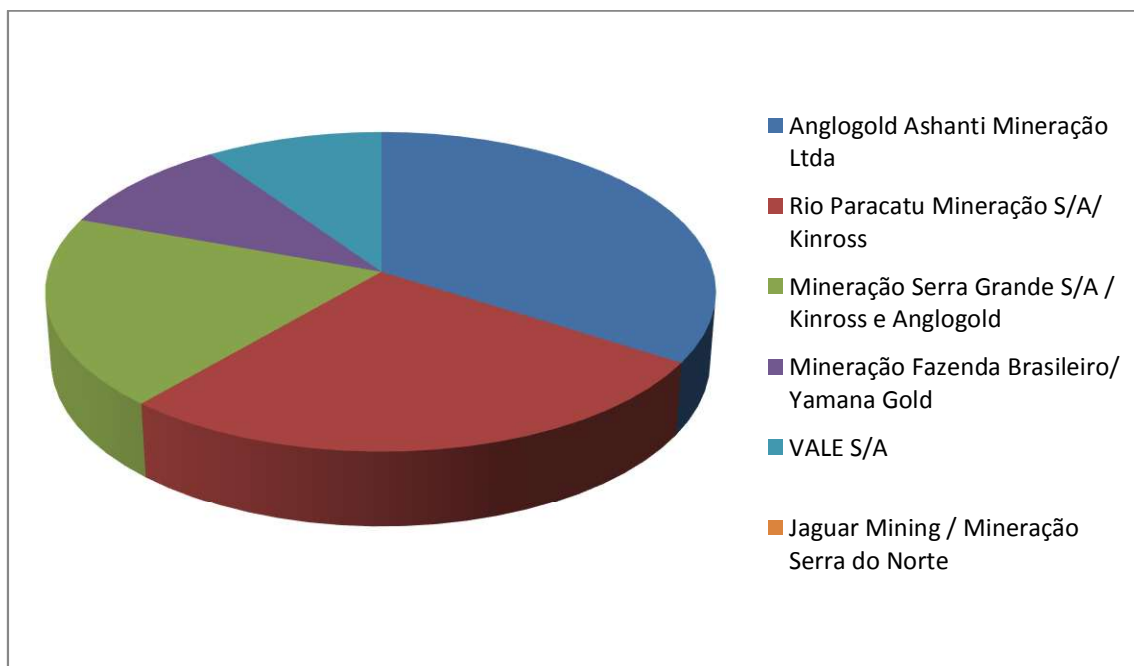
13 Um índice remissivo mais completo das Normas Legais da Mineração Brasileira pode ser acessado no portal do DNPM no endereço: <www.dnpm-pe.gov.br/Legisla/Ind_Rem.php>. Acesso em : 19/01/2016.

Outra questão que preocupa o Ministério de Minas e Energia é a utilização de mercúrio pelo garimpo de ouro na apuração do metal, que sem contar com um controle satisfatório certamente polui as drenagens e é de toxicidade relevante. (MME, 2009)

Atualmente o garimpo é responsável por apenas um terço da produção nacional de ouro, estando concentradas nas empresas de mineração a produção de 67% do metal, que é extraído em praticamente todo o território nacional, embora existam concentrações em Minas Gerais, Mato Grosso, Bahia e Tocantins. (IBGM, 2005)

Em 2012 o DNPM acusou a produção de 65,2t de ouro no Brasil.

Gráfico 1: Cinco Principais Empresas Produtoras de Ouro no Brasil



Fonte: Elaboração Própria / Dados: MME (2006 a 2009)

A produção nacional de prata é considerada baixa, e ficou em 2012 na faixa de 3.890t, extraídas principalmente no estado do Pará. (DNPM, 2014)

O cenário inverte-se na produção de pedras preciosas, no qual a maioria da produção encontra-se no garimpo.

Segundo o gemólogo Wallid Daoud o país é o maior produtor mundial de gemas em termos de peso e diversidade. (SEBRAE, 2007, p. 11)

O Brasil possui 90 gemas diferentes sendo o segundo maior produtor de esmeraldas e possuindo as maiores jazidas de topázio imperial e turmalina Paraíba. (IBGM, 2005; SEBRAE, 2007)

As estimativas são de que as exportações de produção nacional sejam de cerca de um terço do volume das gemas do mundo excetuados o diamante, o rubi e a safira. (IBGM, 2005)

Os diamantes brasileiros não são produzidos em grande quantidade em relação à média internacional, mas são de boa qualidade. (SEBRAE, 2007)

Um dos problemas a ser enfrentado é a “derrama”, que segundo Daoud ocorre quando uma mina é localizada e os garimpeiros correm para a região, produzindo em grande quantidade, o que derruba o preço do produto. Uma solução apontada é a formação de associação de garimpeiros que pudessem organizar a produção e valorizar a comercialização da gema. (SEBRAE, 2007)

Figura 14: Pedra bruta de turmalina Paraíba e broche em ouro branco desenhado pelos designers da Chanel com mais de 1.000 diamantes e uma turmalina Paraíba de 37,5 cts no centro.



Fonte: <estudandogeologia.com.br/> 2015

No que se refere à produção de bijoias uma questão importante deve ser observada: a preservação do meio ambiente na coleta das sementes.

Segundo a consultora da Sebrae Hulda Giesbrecht : “As sementes são retiradas das áreas nativas sem os cuidados com o manejo. Então, qual a sustentabilidade desse negócio? Nenhuma. O resultado é que daqui a pouco o material acaba.” (SEBRAE, 2007. p. 41)

A estratégia de coleta a ser adotada deve ser específica para cada situação, dependendo das populações, fatores climáticos, ecológicos e frequência da espécie. (MEDEIROS & NOGUEIRA, 2006)

O BASEMFLO¹⁴ tem adotado como metodologia seja qual for a fonte de sementes, a coleta de apenas 25% da produção estimada para cada árvore-

matriz, a fim de que sobrem sementes para fauna e perpetuação da espécie.
(EMBRAPA, 2007)

Com a preocupação de proteger e orientar as comunidades coletoras, com o manejo florestal e com a correta comercialização dos produtos, o Sebrae criou o Grupo de Trabalho de Certificação de Sementes e Produtos Artesanais.

A certificação segue normas técnicas e prevê uma série de cuidados com o manejo, com a coleta e com o replantio das árvores das quais é recolhida a matéria prima da biojóia.(SEBRAE, 2007)

Lapidação

A lapidação representa o segundo elo da cadeia produtiva de joias.

As jazidas brasileiras já eram conhecidas desde o século XVIII, porém a partir da década de 40, durante a Segunda Grande Guerra, despertaram efetiva atenção. Minerais estratégicos como cristal de rocha, mica, tantalita, colombita e tungstênio, utilizados principalmente na nascente indústria eletrônica, demandaram intensa pesquisa, identificando na província pegmatítica de Minas Gerais um relevante polo produtor. Esse cenário propiciou aos imigrantes alemães e libaneses que comercializavam pedras preciosas principalmente na cidade mineira de Teófilo Otoni, a possibilidade de exportação de turmalinas, águas-marinhas, ametistas, crisoberilos entre outras.

A industrial joalheira mundial utilizava principalmente na época o diamante, a esmeralda, a safira e o rubi, cuja comercialização internacional, com exceção do diamante, era comandada pela Índia, que já possuía uma

tradição centenária na lapidação daquelas gemas. Entretanto, devido a sua grande beleza as pedras brasileiras começaram a chamar a atenção nos mercados internacionais tornando-se rapidamente conhecidas dos lapidários europeus.

Na época o número de oficinas de lapidação nacionais era irrisório e a mão de obra especializada inexistente.

Atraídos pela beleza das pedras e no intuito de fugir dos horrores da guerra muitos lapidários imigraram para o Brasil, organizando polos lapidários principalmente em Petrópolis e em Mar de Espanha (Minas Gerais). Esses polos chegaram a ter 5.000 lapidários, impulsionando a indústria nacional.

Com a recessão do pós guerra e a ausência absoluta de incentivo institucional para permanecerem no país, a maioria dos imigrantes, muitos de origem judaica, decidiram se mudar para o recém criado Estado de Israel.

Alguns porém permaneceram em território brasileiro dando continuidade ao trabalho iniciado. (IBGM, 2005)

Segundo o IBGM, a lapidação brasileira hoje é feita por pequenas empresas, e existe pouca integração entre elas, o que dificulta garantia de qualidade, prazos e tipos diferenciados de lapidação.

Devido ainda ao chamado “custo Brasil”, a lapidação de pedras de menor valor no País não é viável, “ficando mais em conta enviá-las para países como Índia e China e depois importá-las”, comentou o então presidente do IBGM, Hécliton Santini. (SEBRAE, 2007)

Estão em desenvolvimento projetos para organização dos lapidários em cooperativas no intuito de viabilizar o treinamento e capacitação dos profissionais. A cidade de Teófilo Otoni em Minas Gerais foi uma das

beneficiadas pelo convênio entre Sebrae e a Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), com um incentivo de cerca de R\$ 600 mil para inovação de processos de lapidação de micro e pequenas empresas que fazem parte do Arranjo Produtivo Local (APL) da cidade.

Na cidade de Pedro II no Piauí, que abriga uma das principais reservas de Opala do mundo, a Associação dos Joalheiros e Lapidários desenvolve um projeto junto ao Sebrae/PI e o Governo do Estado, na formação de uma escola técnica de lapidação – o Centro Tecnológico de Artefatos Mineraiis, que oferecerá oficina de lapidação e joalheria para agregar valor à produção. (SEBRAE, 2007)

A lapidação é um fator relevante na valorização de uma gema favorecendo a cor e o brilho, além da remoção de impurezas. (SCHUMAN, 2006)

Atualmente o design utiliza a lapidação como forma de expressão através de lapidações diferenciadas e inovadoras. (IBGM, 2012)

Figura 15: Anel vencedor do Prêmio IBGM de Design 2012 na categoria “Lapidação Diferenciada”. Designer Carla Abras - MG



Fonte: IBGM, 2012

Industrialização

O terceiro elo deve ser visto como o da indústria de joalheria e bijuteria, responsável pela fabricação de joias de ouro, prata, folheados e bijuterias de metais comuns. (IBGM, 2005)

Para o Sebrae, o Setor de Gemas e Joias é muito valioso para a economia das micro e pequenas empresas brasileiras – 93% do total deste setor – que empregam 500 mil pessoas. (SEBRAE, 2007, p. 9)

O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) em parceria com o IBGM, identificou através de pesquisa realizada, um parque industrial formado por 1.970 indústrias: 730 na lapidação, 650 na joalheria de ouro e prata e 590 em folheados. (IBGM, 2015)

O processo de fabricação de joias segue algumas etapas principais que serão abordadas resumidamente nesse estudo e etapas complementares que serão apenas apontadas por serem relevantes para técnicos de produção, fugindo assim ao delineamento da atual pesquisa.

Tanto em relação a joias em ouro e prata, quanto aos folheados, as fases principais são: criação (desenhos), desenvolvimento de produto (protótipo), fabricação (fundição, apuração, montagem, cravação, polimento, acabamento e controle de qualidade). (CERATTI, 2013; SENAI, 2015)

Figura 16: Sequencia de produção de uma joia industrial (larga escala)



Fonte: SENAI, 2015

I. Criação/ Design

Para que uma empresa consiga atingir seus objetivos, é importante iniciar uma reflexão sobre a criação de produtos e coleções de joias levando em conta o público-alvo e posicionamento no mercado. (SENAI, 2015)

Se no século passado existia um profissional de criação (*designer*) cujo trabalho era restrito às áreas de criação e estilo, considerado pela maioria dos empresários como um trabalho artístico de configuração estética, (LLABERIA, 2010), hoje o modelo de concepção das peças e coleções necessariamente devem acompanhar não só o direcionamento da empresa, como estar atento ao movimento da sociedade identificando tendências que modificam hábitos e comportamentos. (SENAI, 2015)

Independente da metodologia adotada, o designer ou a equipe de design, deve sempre trabalhar em sintonia com a produção, procurando conhecer os recursos disponível, principalmente advindos das novas tecnologias digitais, buscando desafios e inovação para se destacar no mercado cada vez mais competitivo e que exige mudanças rápidas. (IBIDEM)

Até pouco tempo atrás o design de joias era limitado pela estrutura e detalhes que podiam ser desenhados em grafite no papel mesmo em perspectiva, o que para a maioria das empresas distinguia o profissional que “desenhava” do profissional que “fazia” a joia. (Benz & Magalhães, 2010)

Esse cenário vem mudando e hoje já é em grande parte, uma realidade nas fabricações de joalheria, onde os desenhos são feitos através do CAD (*Computer Aided Design*), que possibilita uma versatilidade inalcançável

em relação aos desenhos manuais, principalmente na facilidade de mudanças para aprovações do desenho final. (SENAI, 2015)

Figura 17: Imagens da produção do desenho de joia virtual



Fonte: SENAI, 2015

II. Desenvolvimento de Produto

Essa etapa da produção refere-se a todo o processo de recebimento das coleções na forma de croquis, esboços até a peça piloto acabada e aprovada.

Como o custo do equipamento digital para essa produção nem sempre é acessível às micro e pequenas empresas, existe a possibilidade de utilização dos escritórios de design, terceirizando-se assim essa fase da produção, e existem ainda as que optam pelas produções manuais.

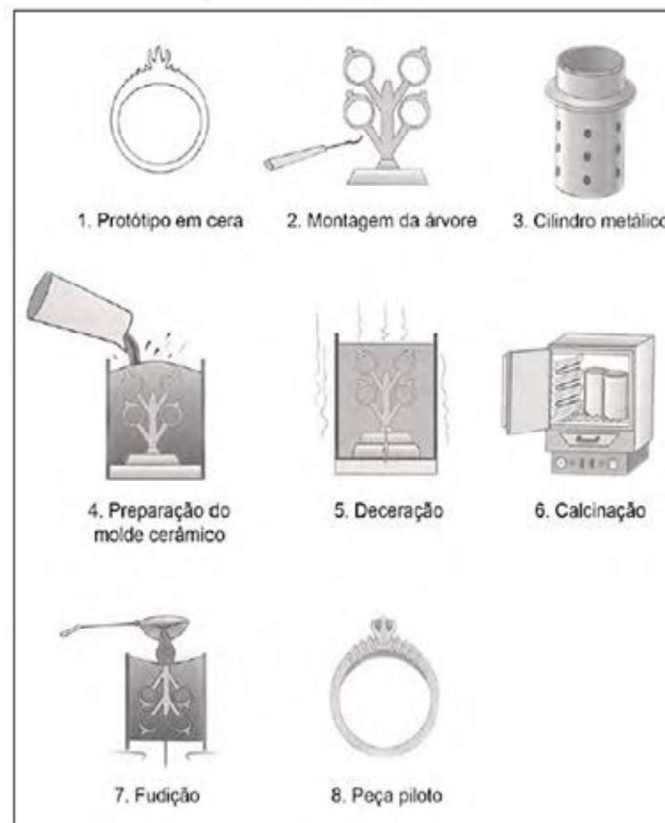
No caso da produção manual, o passo seguinte ao desenho é a modelagem, que é o desenho esculpido em um bloco de cera¹⁵ para a formação do protótipo, que deve ser aprovado para a produção da peça piloto.

As fases dessa etapa são:

Criação do modelo da peça (protótipo) manual

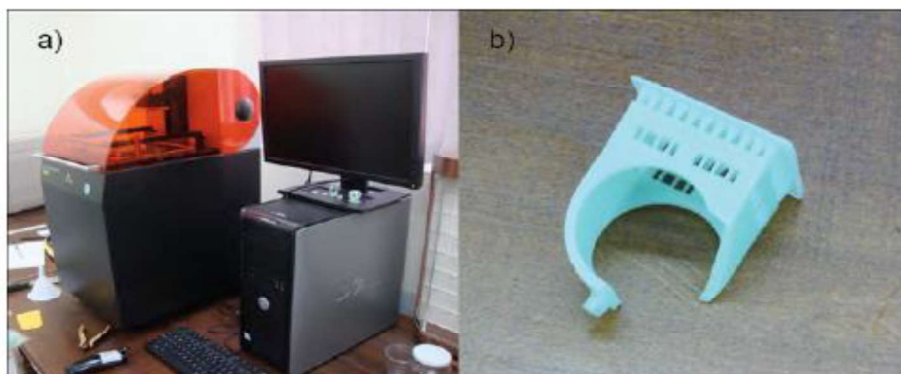
- Modelagem manual (no metal)
- Fabricação do molde de silicone para a reprodução das peças em cera
- Montagem da árvore (das peças em cera) no cilindro metálico
- Preparação do molde em gesso
- Decerção (remoção da cera, ficando a cavidade do gesso oca)
- Calcinação (queima do gesso)
- Fundição (material líquido é jogado dentro do gesso)
- Acabamento e polimento (CERATTI, 2013)

¹⁵ A modelagem em metal já foi utilizada anteriormente, porém hoje na indústria está praticamente em desuso.

Quadro 1: Sequencia de produção de peça piloto por moldagem em cera

Fonte: Ceratti, 2013

Na utilização de modelagem 3D e da prototipagem rápida, o desenho (que antigamente era desenhado em papel bidimensionalmente) passa a ser produzido virtualmente (conforme mencionado acima / Fig. 17) e após sua aprovação é enviado para prototipagem em resina através do equipamento de estereolitografia. Esse processo denominado de CAD/CAM (*Computer Aided Design/ Computer Aided Manufacturing*), produz a peça que já pode ser utilizada na etapa seguinte (moldagem) eliminando várias etapas necessárias na modelagem em cera. (IBIDEM)

Quadro 2: Produção de modelo em modelagem 3D e prototipagem rápida (CAD/CAM)

a) Equipamento de estereolitografia / b) Protótipo em resina
Fonte: Ceratti,2013

Nessa etapa do processo é produzida a ficha técnica, que é um documento que servirá como ferramenta para ajudar na padronização dos processos aplicados que garantem a reprodução das peças sempre em conformidade como o protótipo. As informações devem ser claras com instruções respeitando cada etapa e disponibilizando imagens necessárias ao bom entendimento e execução do trabalho. O documento seguirá em toda linha de produção podendo ser adicionada com informações, caso necessário, para o melhor entendimento do técnico que produzirá a próxima etapa. (SENAI, 2015)

Segundo a designer Isabela Drummond¹⁶ da joalheria Odara, “a tecnologia democratizou a joia”.

16 Palestra proferida pela designer no workshop “Caminhos da Joalheria” que aconteceu dia 09/07/2015 no Senac Copacabana/ RJ.

Antes eram horas para se produzir um protótipo, com a digitalização não só o tempo foi reduzido como os parâmetros são possíveis de serem modificados antes do modelo, como peso da peça por exemplo. Agora pode-se saber se um brinco é viável ou se fica muito pesado com o material proposto. Antes só depois da peça pronta...”

Isabela acrescenta porém, que o computador é apenas uma ferramenta, o design é feito pelo criador, que deve entender de joalheria, a máquina apenas executa.

A modelagem 3D permite ainda para empresa com estrutura pequena, trabalhar vendas em formato e-commerce, encomendadas online, a partir de estoque zero, visto o alto custo de manutenção de estoques na joalheria. (SENAI, 2015)

III. Fabricação

Segundo Oliveira, é possível afirmar que a produção de peças a partir de um molde é uma das possibilidades mais práticas, rápidas e economicamente viáveis de produzir objetos em larga escala. (OLIVEIRA, 2012)

Peças piloto modeladas em metal ou outro material resistente ao calor podem ser moldadas utilizando-se silicoes vulcanizados. Modelos obtidos através de prototipagem rápida não suportam moldagens a quente exigindo outros tipos de material.

Também na modelagem 3D, os moldes utilizados são de longa duração, podendo produzir dezenas de milhares de peças. (GORNÍ, 2001)

A partir do molde é feita a cera, a árvore e todo o processo descrito anteriormente, até a fundição no material desejado, ouro, prata ou outros que serão posteriormente revestidos (folheados). (SENAI, 2015)

Ao ser desmoldada a joia passa por um processo de apuração (acabamento), que é efetuado por um ourives, que de acordo com a ficha técnica deverá lixar, cortar, fundir, soldar e montar a peça que deve ser entregue pronta para a cravação e polimento. (IBIDEM)

Denomina-se cravação o ato de fixar pedras em joias, bijuterias e folheados através do uso de ferramentas próprias, e de cravador, o profissional qualificado e apto para essa tarefa. A cravação pode ser feita também diretamente na cera antes da fundição e assim as peças já saem cravadas.

Existem inúmeros tipos de cravação, que seguem padrões de estética e tendências, exercendo importante papel no design da peça. (IBIDEM)

O polimento pode ser feito tanto industrialmente (através de máquinas), quanto manualmente. (CERATTI, 2013)

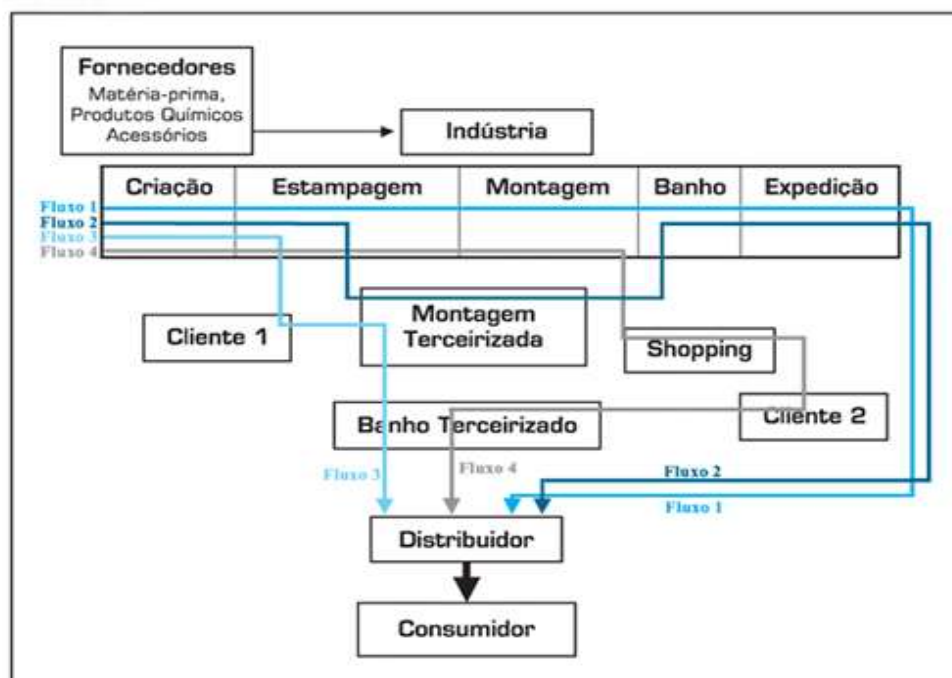
Segundo o IBGM (2011), há uma diversidade de acabamentos utilizados na joalheria, destacando-se: acabamento polido, escovado, acetinado, craquelado, esmaltação, gravação, jateado, martelado e oxidado. O acabamento polido é um dos mais tradicionais, sendo muito comuns em alianças. (IBGM, 2011)

Em relação aos folheados os acabamentos são feitos através de banhos galvânicos que consistem na deposição de fina camada de um metal sobre outro por meio de eletrodeposição (reação química). Esses banhos podem ser de ouro, ródio ou outros metais que são transferidos do meio líquido para a superfície da peça, ou vice versa, no caso do eletro polimento.

A galvanização é talvez de todos os acabamentos aquele que exige mais conhecimento técnico e domínio do processo. (SENAI, 2015)

Pelas exigências técnicas da galvanização, muitas empresas recorrem à terceirização nessa etapa. Um estudo efetuado em Limeira (São Paulo), maior polo produtor de folheados da América Latina, identificou quatro fluxos de produção de peças, sendo que apenas dois (50%) utilizam os banhos dentro da própria industrial. (VILELA & FERREIRA, 2008). O quadro abaixo ilustra a identificação de fluxos resultantes da pesquisa.

Quadro 3: Fluxograma da rede de produção de joias e bijuterias de Limeira (SP)



Fonte: Vilela & Ferreira, 2008

Finalizando o processo de fabricação o controle de qualidade é de fundamental importância para que todas as conformidades sejam detectadas e registradas para que sejam corrigidas, caso necessário, e aprimoradas evitando a ocorrência de falhas. A liberação da peça ou não é decisão do gerente de produção sempre levando em conta que a padronização dos resultados reflete a consistência e monitoramento dos processos da empresa. (SENAI, 2015)

Sobre o processo de fabricação de joias, Llaberia acrescenta que:

“Embora este processo envolva também etapas de manufatura, a base está no sistema de produção industrial que envolve diversos profissionais na execução das diferentes fases de desenvolvimento do projeto, quando se especializam em diferentes saberes, competências e habilidades específicas.”

(LLABERIA, 2009)

Comercialização

Para Regina Machado a cadeia produtiva do setor vai “da mineração à ponta do comércio varejista.” (MACHADO, 2011)

Para o Sebrae pode haver uma extensão através de pós-venda utilizado como estratégia de fidelização de clientes na oferta de serviços como:

- Serviços de polimento e brilho
- Ajuste sob medida de tamanho e de garras que seguram pedras
- Restauração e transformação de joias

- Reprodução/formação de par
- Cravação
- Troca de solitário por modelo superior, entre outros serviços.

(SEBRAE, 2016)

Segundo o IBGM “deve ser considerado na cadeia produtiva, os aspectos relativos à comercialização dos produtos, tanto no mercado interno quando no externo.” (IBGM, 2005)

O presente estudo não pretende aprofundar-se em todos os aspectos desse último elo da cadeia produtiva pelos vários desdobramentos que cada aspecto fornece, que vão desde o *briefing* para o desenvolvimento da estratégia de *marketing*, escolha de agencia, modelos, fotógrafos, mídias utilizadas até todos os detalhes de ponto de vendas, imagem de vendedores, treinamento, vitrines, entre muitos outros.

Alguns desses pontos serão, porém abordados de maneira periférica no desenrolar da pesquisa levando em conta perfil mercadológico e de exportação, não podendo deixar de ser mencionada a importância desse elo final, que segundo relatório da FIRJAN, foi responsável em 2012 pela absorção de mão de obra de 7,1% no comércio atacadista e 67,2 % no comércio varejista num total de 74,3% de participação no total da cadeia produtiva do setor no Rio de Janeiro. (FIRJAN, 2013)

Figura 18: Peça da campanha de marketing Cosmic da marca Amsterdam Sauer



Fonte: <<http://amsterdamsauer.com.br/cosmic/>>/ 2015

1.4 O MERCADO DE JOIAS: NO BRASIL E NO MUNDO

“O contrário de luxo não é pobreza. O contrário de luxo é banalidade.”

“Coco” Chanel

1.4.1 No Brasil

O Jeweler's International Show (JIS) entidade que realiza em Miami (EUA) uma das feiras mais importantes do setor joalheiro, informou que as vendas de joias na América Latina aumentaram (e continuam aumentando), apesar da desvalorização das moedas locais e da crise. (INFOJOIA, 2016)

Segundo Jordan Tuchband (vice-presidente da JIS Miami): "Nas últimas feiras, esperávamos ver um declínio nos mercados latino-americanos por causa da questão das moedas, mas aconteceu o contrário." (IBIDEM)

A empresa de consultoria de mercados Euromonitor observa que o aquecimento do mercado de joias na América Latina está em linha com o bom momento do setor de luxo, que deverá lucrar US\$ 27 bilhões até 2019, representando um aumento de 88,8% em relação a 2014. (IBIDEM)

Os dados apresentados pelas pesquisas do Euromonitor para o Brasil no ano de 2015 são de um crescimento aproximado de 9% para o setor de varejo, atingindo R\$ 11,4 bilhões, referentes principalmente à venda de folheados, que apresentam um estilo mais "elegante e moderno", combinado com uma faixa de preço mais acessível em relação à joia real. (EUROMONITOR, 2015)

A Confederação Mundial de Joalheria (The World Jewellery Confederation [CIBJO]) que pela primeira vez promoveu sua reunião mundial na América Latina, na cidade de Salvador (Brasil), informou que segundo a Research & Forecasts on Metal Marketing¹⁷ (GFMS), no ano de 2013 o Brasil

¹⁷ Empresa de pesquisa e previsões para o mercado de metais preciosos, é de propriedade do grupo Thomson Reuters, especificamente para o setor.

foi o segundo maior produtor de folheados do mundo, ultrapassando a Korea e ficando logo atrás da China. (CIBJO, 2015)

No que se refere às compras online o Relatório Webshoppers¹⁸ apresenta a categoria de Moda e Acessórios como líder em volume transacional em 2015, apesar de uma retração de 19% em relação à 2014. (WEBSHOPPERS, 2015)

Quadro 4: Categorias mais vendidas online em 2015



Fonte: Relatório Webshoppers – 32º Edição – <www.ebit.com.br>/ 2016

No intuito de conhecer melhor o consumidor de joias no Brasil, o Sebrae Nacional elaborou um Relatório de Inteligência com o título “Perfil do Consumidor de Joias”.

¹⁸ O Relatório Webshoppers é uma pesquisa de iniciativa da E-bit/Buscapé Company, sobre o comércio eletrônico, no qual são analisadas a evolução do e-commerce, tendências, estimativas, as mudanças de comportamento e preferências dos e-consumidores. Maiores informações e metodologia disponíveis em: <http://img.ebit.com.br/webshoppers/pdf/32_webshoppers.pdf>. Acesso em: 15/02/2016

O relatório analisa os estímulos externos, as características do consumidor e o processo de decisão da compra, constatando que no segmento de joias os fatores decisivos para os consumidores são o estilo (design) dos produtos, a personalidade da marca, a qualidade das peças, os serviços de pré e pós-venda e a confiabilidade, já que a avaliação da legitimidade dos produtos requer conhecimento técnico. (SEBRAE, 2015)

Quanto aos valores e anseios dos consumidores brasileiros, foram identificados os seguintes perfis de consumidores de joias:

- Tipo *Ancestral*¹⁹ (tradição) – prefere um estilo mais clássico e se interessa pelo conceito da peça e seu design;
- Tipo *Renew* (renovação) – mais sensíveis a novidades que expressem sua individualidade e dão valor a releitura de peças clássicas;
- Tipo *Fair Cost* (preço justo) – buscam melhor relação preço x qualidade. Adoram promoções e descontos;
- Tipo *Connection* (interligado) – apreciam marcas com consistente presença online e a interação via rede sociais;
- Tipo *Manufacturing* (gosto de entender) – interessam-se pelos detalhes de concepção e produção da peça. Busca saber como se faz;
- Tipo *Life Like* (sustentável) – buscam produtos que produzam menor impacto ambiental e social. (IBIDEM)

¹⁹ Os tipos característicos de consumidores foram mantidos em inglês conforme constam do documento original. Maiores informações disponíveis em: <www.sebraeinteligenciasetorial.com.br/produtos/relatorios-de-inteligencia/perfil-do-consumidor-de-joias-a-importancia-de-conhecer-os-clientes/5640a1ffa4a5741d0050f9ed>. Acesso em 16/02/2016

Especificamente em relação ao consumidor fluminense, o estudo revela que no Rio de Janeiro os compradores são menos formais que em São Paulo e Minas Gerais, preferindo um estilo mais casual tanto nas peças como no atendimento em ambiente de loja. Dois pontos foram também ressaltados em relação aos cariocas, os quais seriam a importância dada à presença da marca em ambiente digital (online) e a sustentabilidade, buscando sempre marcas que respeitem o meio ambiente. (MORAES, 2015)

Em 28 de novembro de 2015, a autora da dissertação compareceu à Mostra Joalherismo Expo²⁰ que aconteceu no Solar das Palmeiras em Botafogo/RJ, para coleta de dados por observação e entrevistas com designers (que serão comentadas mais adiante), e constatou que apesar de um dia de clima quente e da mostra se instalar em um salão sem refrigeração, a quantidade de compradores (pessoas físicas) foi relevante durante todo o dia do evento, demonstrando uma predisposição dos consumidores em adquirir produtos de joalheria no Rio de Janeiro.

²⁰ A mostra composta pela exposição de peças de 28 designers foi essencialmente de joias em prata, ouro e pedras, havendo apenas um estande de bijuteria (polímeros e acrílico) e dois de biojoias (madeira).

Figura 19: Mostra Joalherismo / novembro 2015



Fonte: Produção própria

1.4.2 No Mundo

No que diz respeito à vendas online, a joalheria americana Tiffany & Co foi a mais bem sucedida no ano de 2015 ficando a marca francesa Cartier em segundo lugar no mercado dos Estados Unidos. (DIGITAL IQ INDEX L2, 2015)

Não foram encontrados índices que revelassem os maiores vendedores na categoria virtual mundialmente.

No mercado de joias em ouro o World Gold Council aponta como os três maiores países consumidores a China, Índia e Estados Unidos. Essa aferição tem o ano de 2014 como base, e indica que em relação ao setor joalheiro os

países mencionados são responsáveis por 58% da demanda mundial.
(WORLD GOLD COUINCIL, 2015)

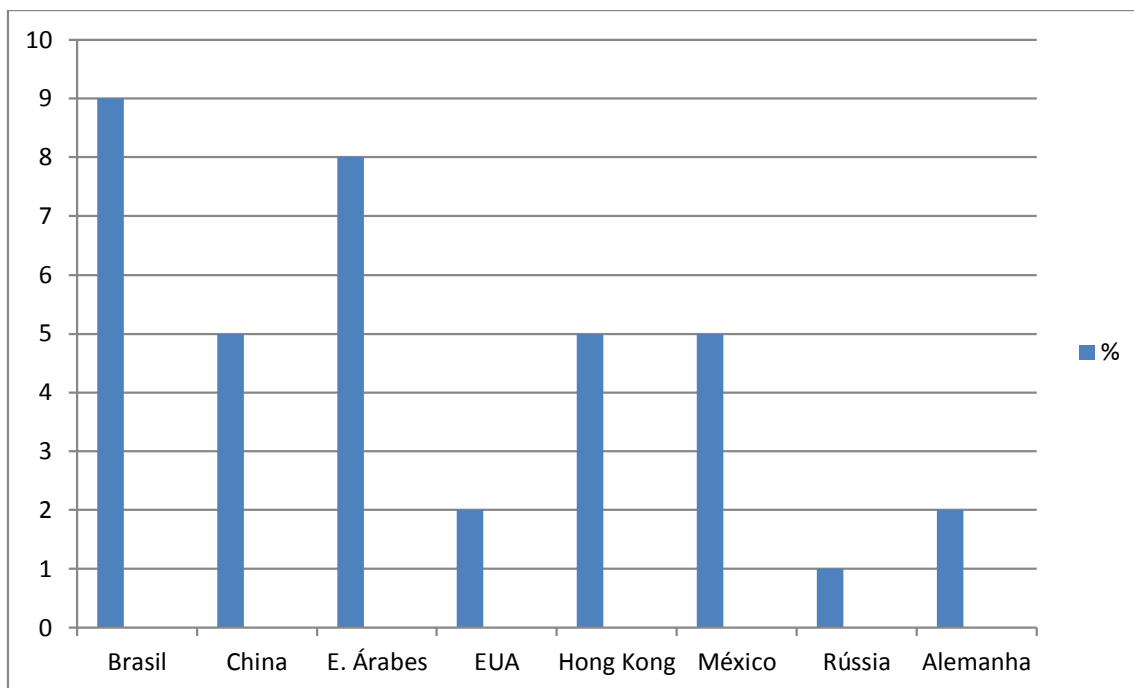
O IBGM, em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), desenvolve um programa setorial específico para o setor joalheiro²¹ e aponta como mercados de interesse para o Brasil os seguintes países:

- Argentina
- Angola
- China
- Colômbia
- Emirados Árabes Unidos
- Estados Unidos
- França
- Hong Kong
- Itália
- Japão
- México
- Peru
- Rússia

²¹ Informações disponíveis em: <<http://www.ibgm.com.br/acoes>>. Acesso em 18/02/2016

Uma busca nas pesquisas do Euromonitor foi efetuada para aferir o índice de crescimento do setor joalheiro nos países citados acima, com acréscimo do Brasil, Índia e Alemanha.

Gráfico 2: Índice de crescimento do setor joalheiro em 2015



Fonte: Elaboração própria com dados do Euromonitor/ 2015

Angola, Colômbia, França, Índia, Japão, e Peru não apresentaram índices nem prospecções na fonte pesquisada. Argentina e Itália foram apontados como países com índices negativos sem indicação de números. (EUROMONITOR, 2015)

Em relação à valores não foram encontrados estudos que apontassem números específicos para o setor joalheiro, porém como ilustração foram utilizados os dados do ranking das “12 cidades campeãs em consumo de luxo

no mundo”, publicadas pela revista Exame com dados da empresa de consultoria Bain & Company²².

Segundo a Exame, o mercado de luxo global inclui uma série de produtos e atividades tendo como núcleo os “bens de luxo pessoais”, que em 2015 tiveram um crescimento baixo (1% a 2% em termos reais), mas que significaram 250 bilhões de euros. (EXAME, 2016)

Os acessórios são os líderes de vendas com 30% do mercado e 3% de crescimento, tendo o vestuário na vice-liderança. O terceiro lugar é ocupado pelos produtos de “*hard luxury*”²³ onde se encontram os produtos de joalheria (6% de crescimento) e relógios (6% de queda).

Os cinco países líderes em consumo de bens de luxo pessoais em 2015 são:

País	Consumo em euros
• Estados Unidos	78,9 bilhões
• Japão	20,1 bilhões
• China	17,9 bilhões
• Itália	17,3 bilhões
• França	17,1 bilhões

Em relação às 12 cidades com maior consumo no setor de luxo pessoal estão:

²² Disponível em: <www.bain.com.br/>. Acesso em 02/03/2016.

²³ Alto luxo (tradução livre)

Cidade	Consumo em euros
• Nova York	27 bilhões
• Paris	23 bilhões
• Londres	13 bilhões
• Tóquio	9 bilhões
• Seul	8 bilhões
• Hong Kong	7 bilhões
• Beijing	6 bilhões
• Las Vegas	6 bilhões
• Los Angeles	6 bilhões
• Honolulu	5 bilhões
• Xangai	5 bilhões
• Milão	5 bilhões

(EXAME, 2016)

Entende-se que pelos indicadores pesquisados, o mercado de joalheria em nível mundial continua aquecido, mesmo levando-se em conta o atual quadro de crise financeira em que se encontram a grande maioria das nações.

1.4.3 A internacionalização do design de joias brasileiro

Em agosto de 1998 o IBGM firmou com a APEX²⁴ uma parceria para a implementação da primeira fase do Programa Setorial Integrado (PSI) de Apoio às Exportações de Gemas e Metais Preciosos.

O início do programa previa diversas ações, entre elas:

- Conscientização;
- Treinamento;
- Capacitação Tecnológica;
- Adequação de produtos;
- Pesquisa e prospecção de mercado;
- Material promocional;
- Eventos promocionais no Brasil e no Exterior;
- Promoção direta dos produtos, principalmente, por intermédio de feiras e exposições.

Nessa fase foram realizados estudos e prospecções de mercados para verificação do grau de competitividade da joia brasileira em termos de qualidade, preço e aceitação de seu impacto visual. O resultado dessa análise foi a identificação de cinco pontos que nortearam, segundo o IBGM, a

²⁴ Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos APEX iniciou suas atividades em 1997 pelo decreto 2.398. Em 2003, transformou-se em Apex-Brasil através da Medida Provisória 106, hoje convertida na Lei 10.668 de 14 de maio de 2003. Sua missão é trabalhar para desenvolver a competitividade das empresas brasileiras, promovendo a internacionalização dos seus negócios e a atração de investimentos estrangeiros diretos. (ZIARESKE *et al.*, 2012)

formulação da estratégia de inserção da joia brasileira no mercado internacional:

1 – O mercado internacional é altamente vendedor, com participação de países com políticas agressivas, como Itália, Tailândia, Índia e China, entre outros. A participação de um novo país exportador, como o Brasil, deveria trazer algum diferencial para ser atrativa;

2 - A imagem do Brasil não era associada à fabricação de joias. Em alguns casos, havia sua associação a de um grande e diversificado país produtor de pedras preciosas;

3 - O Brasil não dispunha de capacidade instalada, nem mecanismos de apoio, que permitissem a rápida montagem de infraestrutura para competir na produção de joias de massa;

4 - O Brasil, por não dispor de marcas famosas internacionalmente, com exceção da HStern, deveria promover a joia brasileira de design;

5 - Já existia no país um forte movimento de design, tanto de profissionais autônomos quanto nas indústrias, que poderia ser mais bem estimulado para uma estratégia de formação de imagem.

A partir dessas constatações ficou evidenciado que o Brasil precisaria de um produto que tivesse identidade própria, com forte impacto visual, que se

identificasse com os seus principais atributos como alegria, cor, movimento e diversidade.

No final da primeira fase, embora a meta estabelecida tenha sido de atingir 150 indústrias, o significativo número de 213 empresas havia aderido ao Programa. (IBGM, 2005)

Segundo o MIDIC, há ainda um grande potencial a ser explorado pelo país no mercado internacional, pois grande parte das exportações brasileiras é constituída por pedras em bruto com baixo valor agregado. O fomento ao aproveitamento e beneficiamento local dessas matérias primas permitirá a exportação de produtos com maior valor agregado e, portanto, o ingresso mais significativo de recursos na economia. (MDIC, 2007)

Após a implementação e constatações advindas da sua primeira fase, o PSI adotou a estratégia da utilização do design como elemento diferenciador da joia brasileira, que segundo o presidente do IBGM na época, Hécliton Santini:

“(...) é fundamental para agregar valor e criar identidade visual para a joia brasileira, particularmente porque o Brasil fez uma opção estratégica de entrar no mercado externo no segmento de joias de design, no qual os maiores padrões de competição se dão pela qualidade e criatividade e não pelo preço.” (IBGM, 2005)

Em julho de 2004 o Governo brasileiro instalou o “Fórum de Competitividade da Cadeia de Gemas, Joias e Afins”, com a finalidade de reunir empresários, academia, trabalhadores e governo, para discutir as

oportunidades, ameaças, pontos fortes e fracos da cadeia produtiva e propor implementação de políticas e ações para o fortalecimento dos elos da mesma.

Segundo o ministro Luiz Fernando Furlan (na época ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior), o segmento de gemas e joias é fortemente apoiado pelo Governo, por três principais razões:

“Primeiro por ser um segmento que representa uma indústria intensiva em mão de obra, gerando empregos e renda; segundo pelo fato do Brasil ser um importante *player* internacional no setor pela abundância de matéria prima e terceiro pelo imenso potencial exportador. Hoje com a produção de peças baseadas na imagem brasileira de alegria e sensualidade – reconhecida internacionalmente- estamos aumentando cada vez mais nosso mercado internacional, sem contar com vários prêmios internacionais que nossos designer receberam recentemente.”

(SEBRAE, 2007)

Ciente de que a cadeia produtiva de gemas, joias e afins é composta em sua grande maioria por pequenas e médias empresas, foi desenvolvido um trabalho referente ao apoio e ao desenvolvimento dos Arranjos Produtivos Locais (APLs), por meio da atuação do Fórum de Competitividade e do Grupo de Trabalho Permanente para Arranjos Produtivos Locais (GTP-APL)²⁵.

²⁵ Disponível em: <http://portalapl.ibict.br/menu/itens_menu/gtp_apl/gtp_apl.html>. Acesso em 03/03/2016.

Nesse sentido, o Sebrae desenvolve ações para o incentivo e capacitação dos participantes através de consultorias, respostas técnicas, e programas como o Sebraetec²⁶ e Sebrae Inteligência Setorial²⁷.

A elaboração da cartilha “A Proteção Legal das Joias” foi editada em parceria com o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) de autoria de Susana Maria Serrão Guimarães.²⁸

Relativo à exportações, mais um instrumento foi desenvolvido para os empresários, tornando acessíveis informações relevantes aos empreendimentos com potencial exportador, o portal “Aprendendo a Exportar Gemas e Joias”²⁹.

Buscando aliar soluções e eliminação de entraves da cadeia produtiva, o “Projeto de Extensão Industrial Exportadora”³⁰ (Peiex), unindo MDIC, Apex e Sebrae, oferece assistência técnica e gerencial individualizada, aumentando a competitividade das empresas localizadas em APLs.

Através do Fórum de Competitividade foram também levantadas questões referentes aos entraves de desenvolvimento do setor tendo como ponto principal a inadequada carga tributária, que era de 53% contra uma média internacional de 15%, impossibilitando a competitividade dos produtos nacionais tanto à nível interno (concorrência com a informalidade) como externo (preço dos produtos). (SEBRAE, 2007)

²⁶ Disponível em: <www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/Sebraetec:-inovar-no-seu-pequeno-neg%C3%B3cio-pode-ser-simples>. Acesso em 03/03/2016

²⁷ Disponível em: <www.sebraeinteligenciasetorial.com.br/>. Acesso em 05/03/2016

²⁸ Disponível em: <www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1196700348.pdf>. Acesso em: 05/03/2016.

²⁹ Disponível em: <www.aprendendoaexportar.gov.br/gemasejoias/>. Acesso em 05/03/2016

³⁰ Disponível em: <www.apexbrasil.com.br/qualifique-sua-empresa-peix>. Acesso em 06/03/2016

No final de 2008, a AJORIO comemorou a redução do ICMS para a indústria e comércio do setor joalheiro fluminense de 13% para 5% de acordo com o Decreto nº 41596, assinado pelo Governador Sérgio Cabral Filho, com a presença dos mais importantes parceiros da Associação (AJORIO), como Fecomércio- RJ, Senac-Rio e SEDEIS, além de empresários do setor. (JOIA CARIOCA, 2009)

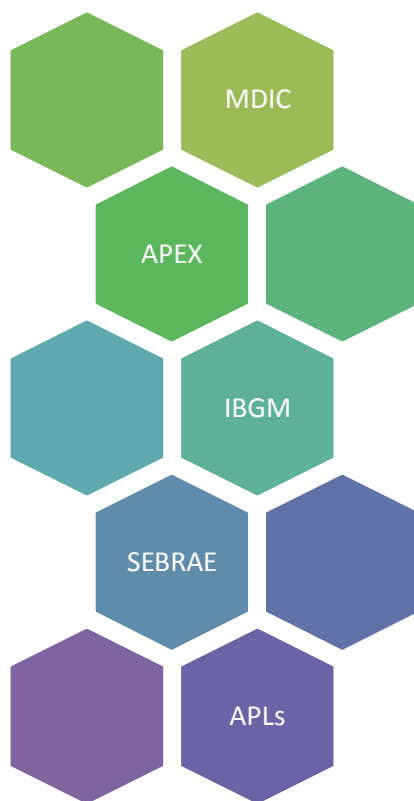
Dois anos antes a partir de uma proposta do Fórum de Competitividade, o Decreto nº 5.883 foi assinado reduzindo a alíquota de IPI de 20% para 12% para o setor joalheiro.

Sendo o IPI um imposto federal, houve a participação do MDIC em sinergia com o Ministério da Fazenda e apoio do IBGM para a efetivação da redução. Segundo o presidente do IBGM³¹, essa ação foi muito bem recebida, porém a meta é que se chegue a 5%, pois em nível internacional a carga tributária total ainda é alta. (SEBRAE, 2007)

Os esforços de entidades federais e estaduais constantes demonstram a importância do setor para o Brasil tanto internamente como externamente visto que a imagem do país segue junto ao design de joias brasileiro que é cada vez mais bem aceito nos mercados e concursos internacionais. A figura 20 mostra a cadeia de sinergias voltadas ao desenvolvimento do design de joias brasileiro.

³¹ Hécliton Santini, presidente do IBGM na época da edição do material.

Figura 20: Entidades que trabalham em parceria para fomento do setor joalheiro brasileiro



Fonte: Elaboração própria

Em mais uma ação de incentivo às exportações de design brasileiro, a Apex-Brasil em parceria com o Centro Brasil Design, abriu em fevereiro de 2016 as inscrições para a segunda edição do DESIGN EXPORT.

Esse ano serão selecionadas 200 empresas (o dobro da edição anterior) com projetos voltados à exportação que receberão um apoio financeiro de R\$ 18.000,00 (dezoito mil reais) para contratação de consultoria em design.³²

³² Disponível em: <www.designexport.org.br>. Acesso em 10/03/2016.

Segundo o edital, as empresas receberão consultorias, capacitações, apoio técnico e recurso financeiro para identificar a melhor oportunidade de inovação.

Os consultores acompanharão todas as etapas do desenvolvimento do novo produto ou embalagem com a devida atenção ao processo de gestão do design criando uma cultura organizacional de inovação, design e exportação.

2 - A PROTEÇÃO DO DESIGN PELA PROPRIEDADE INTELECTUAL

“Nos últimos anos, o binômio design e inovação tornou-se o elemento dinâmico e propulsor da indústria nacional de joalheria.”

Écio Moraes

2.1 PROPRIEDADE INTELECTUAL NO MERCADO DE JOIAS E AFINS

A propriedade intelectual (PI) pode ser entendida, de acordo com a Associação Paulista de Propriedade Intelectual (ASPI), como a área do Direito, que por meio de leis garante a inventores ou responsáveis por qualquer produção do intelecto – seja nos domínios industrial, científico, literário ou artístico - o direito de obter, por um determinado período de tempo, recompensa pela própria criação. (ASPI, 2016)

O Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) elucida que em sua essência, a propriedade intelectual está relacionada à proteção de um conhecimento específico. (CNPQ, 2016)

O valor de um conhecimento ou de uma tecnologia é determinado geralmente pelas condições de apropriabilidade, ou seja, da possibilidade do inventor ou inovador manter controle monopolista sobre sua criação para exploração mercadológica pelo período que a lei permitir. (TIGRE, 2006)

O Sistema de Propriedade Intelectual, segundo a Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI), compreende direitos relativos a:

a) Direito Autoral e Direitos Conexos: São direitos concedidos aos autores de obras intelectuais expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte. Estes direitos incluem:

- Obras literárias, artísticas e científicas (direitos de autor)
- Interpretações artísticas e execuções, fonogramas e transmissões por radiodifusão (direitos conexos)
- Programas de computador

b) Propriedade Industrial: São direitos concedidos ao titular de tecnologias industriais e marcas, com o objetivo de promover a inovação pela proteção, disseminação e aplicação industrial de seus resultados, que resumidamente podem ser por:

- Patentes. É decorrente da proteção das invenções.

- Desenho Industrial. São registros de aspectos ornamentais ou estéticos de um objeto.
- Marca. É o registro de todo sinal distintivo, visualmente perceptível.
- Indicação Geográfica. É o reconhecimento de que um determinado produto ou serviço é proveniente de uma determinada área geográfica.

c) Direitos *Sui generis*. São do escopo da propriedade intelectual, mas não abrangem direitos autorais e propriedade industrial.

- Proteção de Novas Variedades de Plantas. A proteção de novas variedades vegetais refere-se à proteção de aperfeiçoamento de variedades de plantas a fim de incentivar as atividades de criadores nesse setor.
- Topografia de Circuito Integrado. É uma série de imagens relacionadas que representam a configuração tridimensional das camadas que compõe um circuito integrado e na qual cada imagem represente, no todo ou em parte, a disposição geométrica ou arranjos da superfície do circuito integrado em qualquer estágio de sua concepção ou manufatura.
- Conhecimentos Tradicionais. Referem-se à parcela de conhecimento, de prática isolada ou coletiva, e desenvolvida em uma determinada comunidade, que não necessariamente está formalizada pela Ciência.
- Manifestações Folclóricas. Referem-se às produções de elementos característicos do patrimônio artístico tradicional criado e mantido por uma comunidade ou por indivíduos refletindo a cultura típica dessa comunidade ou de seus indivíduos. (OMPI, 2012)

Dois princípios são comuns a todas as áreas da propriedade intelectual:

- i) Os criadores de objetos da propriedade intelectual podem adquirir direitos sobre suas obras.
- ii) Os direitos sobre essas obras podem ser cedidos ou licenciados para terceiros. (IBIDEM)

No Brasil, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI é o responsável pela análise dos pedidos e concessão de Patentes, Marcas, Desenhos Industriais, Indicação Geográfica, Programa de Computador e Topografia de Circuito Integrado.

Em relação ao Direito Autoral, o registro é feito em órgãos diferentes, dependendo da natureza da obra. As obras literárias, científicas e artísticas são registradas na Fundação Biblioteca Nacional (FBN). As composições musicais podem adquirir registro na Escola de Música da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e as obras de desenho, pintura, escultura, litografia e artes cinéticas podem obter registro na Escola de Belas Artes da UFRJ (EBA).

Esse estudo irá se concentrar nas ferramentas de propriedade intelectual utilizadas pelo setor, com maior enfoque em Desenho Industrial e Direito Autoral que são utilizadas para a proteção do desenho e concepção das peças de joalheria.

2.1.1 A Propriedade Industrial

A propriedade industrial atende ao princípio da territorialidade, no qual o direito somente tem validade no país do depósito, desde que analisado e concedido, segundo os trâmites legais. Dessa forma, caso o titular queira exportar e comercializar produtos em outros países é necessário o depósito do direito de propriedade industrial para garantir a exploração econômica em cada país de interesse.

No Brasil a propriedade industrial é regulada pela lei nº 9.279 de 14 de maio de 1996 (LPI), que prevê em seu artigo 2º: “A proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, (...)” (BRASIL, 1996)

Patente de Invenção e Modelo de Utilidade

A patente protege uma invenção e garante ao titular os direitos exclusivos para usar essa invenção por um período de tempo limitado em um determinado território. (OMPI, 2012)

A patente pode ser concedida à produtos ou processos.

A LPI descreve no artigo 8º que: “É patenteável a invenção que atenda aos requisitos de novidade, atividade inventiva e aplicação industrial.”

A definição de novidade encontra-se no artigo 11: “A invenção e o modelos de utilidade são considerados novos quando não compreendidos no estado da técnica.”³³ (BRASIL, 1996)

³³ Artigo 11: § 1º O estado da técnica é constituído por tudo aquilo tornado acessível ao público antes da data de depósito do pedido de patente, por descrição escrita ou oral,

Não será considerado como estado da técnica a divulgação feita durante os 12 (doze) meses que precedem a data do depósito, quando feita pelo inventor, pelo INPI ou por terceiros, com base em informações obtidas direta ou indiretamente do inventor. (Art. 12 da LPI)

No que diz respeito à atividade inventiva, a LPI traz em seu texto que haverá atividade inventiva sempre que para um técnico no assunto, a invenção não decorra de maneira evidente do estado da técnica, ou seja, deve representar um desenvolvimento suficiente em relação aos já existentes. (OMPI, 2012)

A concessão de Patente de Invenção (PI) deve ainda levar em consideração a possibilidade de industrialização da invenção (aplicação industrial / Art. 15 da LPI), que deve ser suscetível de aplicação na indústria.

A PI tem a duração de 20 (vinte) anos a partir da data do depósito.

(IBIDEM)

Um processo para produção em larga escala de bolinhas ocas para a indústria de folheados de Limeira, deu à Angelo Percebon o título de Rei das Bolinhas, que ostenta no Brasil e no exterior.

O trabalho de Percebon, hoje protegido pela PI 0117215-8 B1 possibilita a produção de até um milhão de bolinhas dos mais diversos tamanhos, formatos e acabamentos a cada mês.

Segundo o empresário o patenteamento no INPI protege a originalidade da criação, evitando que outras empresas utilizem a tecnologia sem a devida autorização legal: “Para utilizá-la é preciso pagar os *royalties*.” (SEBRAE, 2007)

Figura 21: Bolinhas ocas de latão folheadas, a partir de processo patenteado no INPI



Fonte: Percebon Joias. www.percebon.com.br

Todos os demais pré-requisitos e detalhes de concessão e conceitos sobre a patente não serão aprofundados nesse estudo por não pertencerem ao escopo principal da pesquisa.

O Modelo de Utilidade (MU) pode ser definido como uma nova forma ou disposição em objeto de uso prático ou parte deste, visando melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação.

Para a LPI o MU, deve ser suscetível de aplicação industrial que represente nova forma ou disposição, “envolvendo ato inventivo que resulte em melhoria funcional (...)” (Art. 9º LPI)

Considera-se que existe ato inventivo quando a modificação introduzida num objeto resulta em melhoria funcional de seu uso facilitando a atividade humana, e/ou melhorando sua eficiência, e não decorra de maneira comum ou vulgar do estado da técnica. Um porta-sabão em pó com dosador ou uma tesoura para canhoto, por exemplo, pode ser considerado um modelo de utilidade.

Os requisitos de novidade se assemelham ao da PI, ou seja, são considerados novos quando não compreendidos no estado da técnica. Não será considerado como estado da técnica a divulgação feita durante os 12 (doze) meses que precedem a data do depósito, nos mesmos termos da patente de invenção. (Art. 12 da LPI)

Existe também a exigência de que o MU seja suscetível de aplicação na indústria. (OMPI, 2012)

O prazo de vigência do modelo de utilidade é de 15 (quinze) anos a partir da data do depósito. (BRASIL, 1996)

A empresa Dellarose Joias Ltda, é titular de um modelo de utilidade de “joia ou bijuteria aplicável às unhas”, tendo Rosely Grechinski Celli como inventora do produto. (MU nº 6800233 U – Imagem no Anexo I)

Marca

Para se ter exclusividade sobre o nome de um serviço ou produto, ou um logotipo, é necessário que se registre o mesmo como marca no INPI.

No Brasil podem ser registrados como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais.

A função primordial da marca é de distinguir. (GOYANES, 2007)

Conforme a LPI, marca de produto ou serviço é aquela usada para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa. (Art. 123)

A marca de certificação que é usada para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas, notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada, está prevista pelo Art. 123/ II da LPI, porém não há até o presente momento nenhuma marca de certificação registrada no INPI.

Figura 22: Marca de certificação ISO 9001/marca internacional



Fonte: <<http://foodsafetybrazil.org>>/2016

As marcas coletivas são aquelas utilizadas para identificar produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade. (BRASIL, 1996)

A AJORIO possui uma marca coletiva denominada “É do Rio!” para utilização de associados que não possuam marcas próprias. O registro da marca encontra-se sob o nº 910422621 (Imagem no Anexo I).

As marcas de alto renome são marcas, que como a própria expressão descreve, desfrutam de uma tamanha reputação que faz com que tenham uma proteção especial, que abrange segmentos mercadológicos para além do qual foram registradas. Essa proteção encontra-se amparada pelo art. 125 da LPI. (MORGADO, 2013)

No setor de empresas que comercializam produtos de joalheria, temos registrada no Brasil a marca Chanel³⁴ como marca de alto renome. Assim sendo uma outra empresa que se estabeleça em outro setor, como o de restaurantes, por exemplo, fica impedida de registrar a marca Chanel.

Na legislação brasileira a propriedade da marca só se adquire pelo registro validamente expedido pela administração dos registros marcários, é um sistema atributivo (*first to file*³⁵). (OLIVEIRA NETO, 2007)

É, portanto fundamental para os designers que sua marca seja registrada para evitar a utilização da mesma por terceiros, que podem inclusive protocolar um pedido de registro, inviabilizando a utilização pelo criador da mesma.

A marca no Brasil é registrada no INPI e dá direito ao seu titular de uso exclusivo em território nacional em seu ramo de atividade econômica pelo período de dez anos a partir da data de concessão. O registro pode ser prorrogado por sucessivos períodos de dez anos. (INPI, 2016)

Quanto às forma de apresentação, as marcas podem ser nominativas, figurativas, mistas e tridimensionais. (OMPI, 2012)

³⁴ Marca de Alto Renome Chanel está sob o registro nº 822500337

³⁵ Primeiro a depositar.

Marca Nominativa: Consistem em palavras, abreviações, neologismos ou qualquer combinação de letras e/ou algarismos, desde que os mesmos não se apresentem de forma fantasiosa (ou desenhada).

Figura 23: Marca nominativa Chanel

CHANEL

Fonte: www.inpi.gov.br / Registro nº 007531150 (Anexo I)

Marca Figurativa: São constituídas apenas por desenhos, imagens, formas fantasiosas de letras e/ou algarismos isolado, ou ideogramas.

Figura 24: Marca figurativa Cartier



Fonte: www.inpi.gov.br / Registro nº 814602738³⁶ (Anexo I)

Marcas Mistas: Compostas pela combinação de imagens e palavras ou algarismos.

³⁶ A marca figurativa da figura 25 é utilizada da forma que está representada, porém foi protegida como parte de marca mista. (Anexo I)

Figura 25: Marca mista Joia Carioca/ titular: AJORIO



Fonte: www.inpi.gov.br / Registro nº 904697371(Anexo I)

Marcas Tridimensionais: Consistem em embalagem de produtos (como a garrafa da Coca-Cola) ou o próprio produto quando possuem caráter distintivo. Para Nascimento (2006), um exemplo no setor joalheiro que apresenta evidências de que poderia ser passível de proteção por marca tridimensional é a clássica aliança *Trinity* da joalheria Cartier.

Figura 26: Aliança Trinity da joalheria Cartier



Fonte: www.cartier.com/ 2015

A grande maioria dos designers utiliza seu nome como marca, são as chamadas marcas patronímicas. (RODRIGUES, 2010)

O fato de essa utilização levar o nome de seu criador não significa que a mesma não deva ser registrada, pois ela carregará consigo todo o histórico e esforço de trabalho do designer.

Como ilustração podemos citar o caso da rede de joalheria Natan, que criada pelo designer ucraniano Natan Kimelblat teve sua falência decretada em abril de 2013. O fechamento se deu por questões de administração que estava sob a responsabilidade de sua família.

A pesar da falência, a marca Natan foi adquirida pela Monte Carlo Joias em 2014. A compra se deu para acessar a clientela conectada à marca Natan, que pertence à classe A.

A Monte Carlo segue sua trajetória voltada ao luxo acessível, com clientes das classes A e B, porém com a aquisição da Natan abre uma nova fatia de mercado.

Quanto ao imóvel em Ipanema, sede da empresa, a Monte Carlo declara não ter intuito de aquisição, estando apenas interessada na marca. (ISTO É, 2013; O GLOBO, 2014)

Em outra publicação, o designer carioca Antonio Bernardo cedeu uma entrevista na qual foi questionado quanto aos materiais utilizados nas confecções de suas peças e respondeu: “Hoje, a **marca** Antonio Bernardo³⁷ é bastante conhecida pelo seu design, independente de usar este ou aquele material.” (grifo nosso) (NHAN, 2013)

³⁷ Marca Antonio Bernardo está registrada no INPI sob o nº 813806380 (Acesso em 16/03/2016) (Imagem no Anexo I)

Indicação Geográfica

A indicação geográfica (IG) é uma forma de garantir e proteger a origem de produtos e serviços sendo principalmente utilizadas para fomentar a comercialização e informar ao consumidor a sua procedência.

A evocação da origem é frequentemente atribuída a uma determinada qualidade, apresentando características regionais, únicas e exclusivas, que correspondem à expectativa do consumidor fidelizado à tipicidade de determinado produto ou serviço.

Dentre algumas das repercussões positivas das indicações geográficas podemos citar:

- Aumento do valor agregado dos produtos, diferenciando-se dos demais;
- Preservação das particularidades de produtos e do patrimônio de regiões específicas;
- Estímulo aos investimentos na própria área de produção, com valorização das propriedades, aumento do turismo, do padrão tecnológico e da oferta de emprego;
- Minimiza o êxodo rural em certas regiões;
- Aumento da autoestima da população local e em determinados casos até do país;
- Criação de vínculo de confiança com o consumidor, que, sob a etiqueta da indicação geográfica sabe que vai encontrar um produto de qualidade e com características regionais;
- Melhora a comercialização de produtos e serviços facilitando o acesso aos mercados através da produção coletiva;

- Alcance de maior competitividade no mercado nacional e em determinados casos no internacional, uma vez que as IGs vinculam uma imagem associada à qualidade e à tipificação do produto promovendo a reputação e identidade de produtos e serviços de locais específicos;
- Propiciam interação entre universidades e centros de pesquisas com produtores e prestadores de serviço, seja na estruturação do pedido de registro seja no controle da produção ou nos serviços prestados. (OMPI, 2012)

Conforme a LPI, “constitui indicação geográfica a indicação de procedência ou a denominação de origem.” (Art. 176)

Indicação de procedência (IP) refere-se a nome de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou prestação de determinado serviço. (Art. 177)

No caso específico do setor de joias, a região de Pedro II no Piauí possui um registro de indicação de procedência concedido em janeiro de 2012 para as Opalas e joias artesanais de Opala produzidas no local. A Opala é a maior riqueza mineral de Pedro II e suas joias alcançaram o reconhecimento internacional com a certificação de origem e asseguraram seu nome e suas características únicas.

Segundo a vice-presidente da Associação de Joalheiros e Lapidários de Pedro II (AJOLPI), Áurea Brandão, após o registro da IG o turismo na região aumentou e movimentou outros setores como gastronomia e rede hoteleira.

(CARVALHO *et al.*, 2014)

Figura 27: Selo de IP às Opalas e às joias artesanais produzidas em Pedro II



Fonte: Imagem do Selo –<www.inpi.gov.br>³⁸ / 2016
Imagem das joias – Carvalho *et al.* 2014

A denominação de origem (DO) refere-se ao nome geográfico de um país, uma região, um lugar específico que serve para designar um produto ou serviço originário de determinado local, sendo que determinadas qualidades que lhe são características o são devido exclusivamente, ou essencialmente ao ambiente geográfico de onde provém incluindo fatores naturais, humanos ou ambos. (OMPI, 2012)

A região de Pedra Carijó no Rio de Janeiro recebeu a IG de denominação de origem para extração e aparelhamento de Gnaisses³⁹ do Noroeste do Estado⁴⁰.

³⁸ Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>>. Acesso em 16/03/2016.

³⁹ Os gnaisses são rochas metamórficas faneríticas que apresentam laminação contínua ou descontínua correspondendo a alternância de bandas mineralogicamente diferenciáveis; tem percentagem de feldspato superior a 20% e geralmente o quartzo é abundante. De um modo geral, há nos gnaisses preponderância dos minerais de hábito granoblástico. Fonte: Ciências da Vida e da Terra. Disponível em: <<http://cienciasdavidadaeterra25.blogspot.com.br/2012/05/gnaisse.html>>. Acesso em : 12/03/2016.

O setor de gemas e joias no Brasil apresenta ainda um grande potencial em termos de indicação geográfica a ser explorado.

Minas Gerais, por exemplo, possui cidades com polos de extração mineral que se destacam em nível nacional e internacional, como a Cidade de Ouro Preto, que possui uma produção gemológica exclusiva de Topázio Imperial, possivelmente suscetível a um registro de DO.

Outro caso interessante é a ocorrência da Turmalina Paraíba, considerada uma das gemas mais raras do mundo encontrada apenas no Rio Grande do Norte, Nigéria e Moçambique. (CARVALHO *et al.*, 2014)

2.1.2 Desenho Industrial

Desde os primórdios da humanidade, sempre existiu a tendência ao embelezamento dos objetos de utilidade prática, especialmente na fabricação das armas e utensílios, obviamente, que de modo rudimentar. Estudos comprovam que os povos primitivos tentavam embelezar os objetos de uso prático, por meio do acabamento, ou por meio de ornamentação acessória.

Para Pletsch (2009) esse período foi o ponto de partida para surgimento dos desenhos industriais. Esse entendimento está em sintonia com diversos autores que tratam do tema.

⁴⁰ Uma lista completa das DOs concedidas no Brasil pode ser visualizada em: www.inpi.gov.br / Indicação Geográfica.

Figura 28: Pingente em osso do período Paleolítico (de 3 milhões de anos atrás a 10.000 a.C.) gravado com imagem de animal.



Fonte: <www.smb.museum>/2016

Na Antiguidade povos como os egípcios e gregos desenvolveram as artes decorativas ou de ornamentação, porém não se limitaram apenas aos adornos dos objetos de uso prático, criando também objetos de luxo, voltados apenas à apreciação. (Cerqueira, 1982)

Para Heskett (2006) o desenho industrial é um processo de criação, invenção e definição separado dos meios de produção. Ele envolve uma síntese final de fatores, concebendo uma forma passível de industrialização e mecanização, que começou com a Revolução Industrial na Inglaterra por volta de 1770. (HESKETT, 2006)

Os primeiros indícios de proteção dos desenhos industriais remetem ao contexto da Revolução Francesa, quando encerrou-se a fase dos benefícios das corporações de ofício e iniciou-se a fase da liberdade de concorrência, no final do século XVIII. (LABRUNIE e COLOMBO, 2009)

Em 1806, na França, foi implantada uma norma para as indústrias de tecido de Lyon, que mais tarde foi estendida para outras localidades e também para as indústrias. O regulamento visava proteger e conservar os desenhos industriais. (PLETSCH, 2009)

No Brasil a antiga Lei nº 5.771 de 1971, o Código de Propriedade Industrial, protegia o desenho industrial através de patente, que definia duas naturezas distintas:

- Modelo Industrial: Um bem incorpóreo que constituía um meio de expressão de criatividade humana e que se exteriorizava pela forma plástica tridimensional de um objeto suscetível de utilização industrial – caracterizando-se obrigatoriamente por uma nova configuração ornamental.
- Desenho Industrial: Um bem incorpóreo constituído pela disposição de linhas e cores em um plano bidimensional, referente à ornamentação de um produto e suscetível de utilização industrial, realizando combinações originais. (DI BLASI, 2010)

Atualmente a Lei nº 9.279 (LPI) unifica esses entendimentos (a proteção para as duas naturezas), disciplinando a concessão do registro de desenho industrial (DI) e define tal registro como sendo um tipo de proteção para as formas plásticas ornamentais de um objeto ou para um conjunto ornamental de linhas e cores aplicável a um produto. Tais desenhos para serem registrados, devem proporcionar um efeito visual novo e original com relação à sua

configuração externa e serem passíveis de utilização industrial. (Art. 95 da Lei 9279/96))

A proteção por meio do registro de DI, portanto não inclui: funcionalidades, vantagens práticas, materiais ou formas de fabricação, assim como também não se pode proteger cores ou a associação destas a um objeto⁴¹. (INPI, 2016)

Em relação aos requisitos de configuração dos desenhos industriais, o art. 96 da LPI prevê que:

“O desenho industrial é considerado novo quando não compreendido no estado da técnica.”

Esse artigo da lei tem similaridade com o previsto para as patentes, com exceção do período de graça, que no caso dos desenho industriais é de 180 dias, enquanto que das patentes é de 12 meses⁴².

O segundo requisito é o previsto no artigo 97: “O desenho industrial é considerado original quando dele resulte uma configuração visual distintiva, em relação a outros objetos anteriores.”

Para Susana Guimarães (2010) o requisito de originalidade não foi explorado de maneira satisfatória pela falta de uma definição precisa, confundindo-se com o requisito da novidade, o qual possui regras claras de verificação.

⁴¹ Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/desenho/desenho-industrial-mais-informacoes>>. Acesso em: 25/03/2016.

⁴² Não será considerado como estado da técnica a divulgação feita durante os 180 dias que precedem a data do depósito, quando feita pelo inventor, pelo INPI ou por terceiros, com base em informações obtidas direta ou indiretamente do inventor.

Para a autora a diferenciação substancial de um produto para outro somente se dará se houver um grau considerável de criatividade, do contrário, será uma mera cópia disfarçada:

“O requisito de novidade, sozinho, não abrange a nuance da cópia maquiada, é o requisito de originalidade que baliza a reprodução e a criatividade.” (GUIMARÃES, 2010)

O terceiro requisito trata da possibilidade de “servir de tipo de fabricação industrial.” (Art. 95)

No design de joias especificamente, essa possibilidade é verificada nos moldes, conforme comentado anteriormente, que cada vez mais são possíveis para praticamente todos os tipos de peças de joalheria através das tecnologias de prototipagem rápida e impressão 3D.

Quanto ao prazo de vigência, os registros de desenhos industriais são válidos por dez anos a partir da data do depósito, podendo ser prorrogados por três períodos sucessivos de cinco anos. Importante salientar, que no 5º ano de vigência, existe a necessidade de recolhimento da taxa prevista no art.120 da LPI, para a manutenção do registro. (INPI,2016)

Atualmente o pedido de registro pode ser feito *online* e tem todos os passos a serem seguidos descritos na página do INPI⁴³.

No Brasil o sistema de exame de pedido é feito a priori para assegurar que satisfaz cada uma das exigências formais impostas pela legislação:

“Art. 106. Depositado o pedido de registro de desenho industrial e observado o disposto nos arts. 100, 101 e 104, será

⁴³ Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/desenho/como-fazer-online-pedidos-e-peticoes-de-di>>. Acesso em: 26/03/2016.

automaticamente publicado e simultaneamente concedido o registro, expedindo-se o respectivo certificado.:

Art. 100. Não é registrável como desenho industrial:

I - o que for contrário à moral e aos bons costumes ou que ofenda a honra ou imagem de pessoas, ou atente contra liberdade de consciência, crença, culto religioso ou ideia e sentimentos dignos de respeito e veneração;

II - a forma necessária comum ou vulgar do objeto ou, ainda, aquela determinada essencialmente por considerações técnicas ou funcionais.

Art. 101 O pedido de registro, nas condições estabelecidas pelo INPI, conterà:

I - requerimento;

II - relatório descritivo, se for o caso;

III - reivindicações, se for o caso;

IV - desenhos ou fotografias;

V - campo de aplicação do objeto; e

VI - comprovante do pagamento da retribuição relativa ao depósito.

Art. 104. O pedido de registro de desenho industrial terá que se referir a um único objeto, permitida uma pluralidade de variações, desde que se destinem ao mesmo propósito e guardem entre si a mesma característica distintiva

preponderante, limitado cada pedido ao máximo de 20 (vinte) variações.

Parágrafo único. O desenho deverá representar clara e suficientemente o objeto e suas variações, se houver, de modo a possibilitar sua reprodução por técnico no assunto.” (LPI)

Apresentado o pedido, “será ele submetido a exame formal preliminar e, se devidamente instruído, será protocolizado, considerada a data do depósito a da sua apresentação.” (Art. 102 da LPI)

É possível a pedido do depositante a manutenção de sigilo do pedido pelo prazo de 180 (cento e oitenta) dias contados a partir da data do depósito. Após essa data o pedido será processado. No prazo de 90 (noventa) dias, caso o depositante tenha pedido sigilo, o pedido poderá ser retirado sem a divulgação do mesmo. (Arts. 105 e 106)

Conforme o artigo 111 da LPI, o titular do desenho industrial poderá requerer o exame do objeto do registro após a concessão, a qualquer tempo de sua vigência, quanto aos aspectos de novidade e originalidade.

O INPI emitirá parecer de mérito, que, se concluir pela ausência de pelo menos um dos requisitos definidos nos arts. 95 a 98 servirá de fundamento para instauração de ofício de processo administrativo de nulidade (PAN) do registro.

Nos primeiros cinco anos da proteção, existe a possibilidade de proposição de nulidade por via administrativa dos objetos registrados por um terceiro, ou pelo próprio INPI, em caso de constatação de qualquer irregularidade.

Por via judicial, terceiros podem propor a nulidade a qualquer tempo da vigência da proteção.

Em novembro de 2015, o INPI expediu uma Instrução Normativa⁴⁴ n° 45/2015, determinando que (Integra do texto no Anexo 2):

“Art. 2º - O relatório descritivo e as reivindicações, de que trata o art. 101, incisos II e III, da LPI, não serão objeto de análise durante a fase do exame do pedido de registro de Desenho Industrial.

§ 1º - O relatório descritivo e as reivindicações, se apresentados no ato do depósito do pedido, somente serão analisados no curso do exame de recursos por parte da segunda instância administrativa do INPI, caso necessário. (INPI, 2015)

Segundo a Dra. Lúcia Fernandes atualmente responsável pela CGIR- Coordenação Geral de Indicações Geográficas e Registros do INPI, esta Instrução Normativa é temporária e, tem como meta diminuir o tempo de

⁴⁴ Instrução Normativa consiste em ato administrativo expresso por ordem escrita expedida pelo Chefe de Serviço ou Ministro de Estado a seus subordinados, dispondo normas disciplinares que deverão ser adotadas no funcionamento de serviço público reformulado ou recém- formado. Fonte: <<http://www.direitonet.com.br/dicionario>>. Acesso em 26/03/2016

concessão do registro de desenho industrial e da emissão do certificado aos titulares tendo em vista a decisão de eliminação dos documentos em papel e a entrada em vigor dos pedidos e certificados eletrônicos.

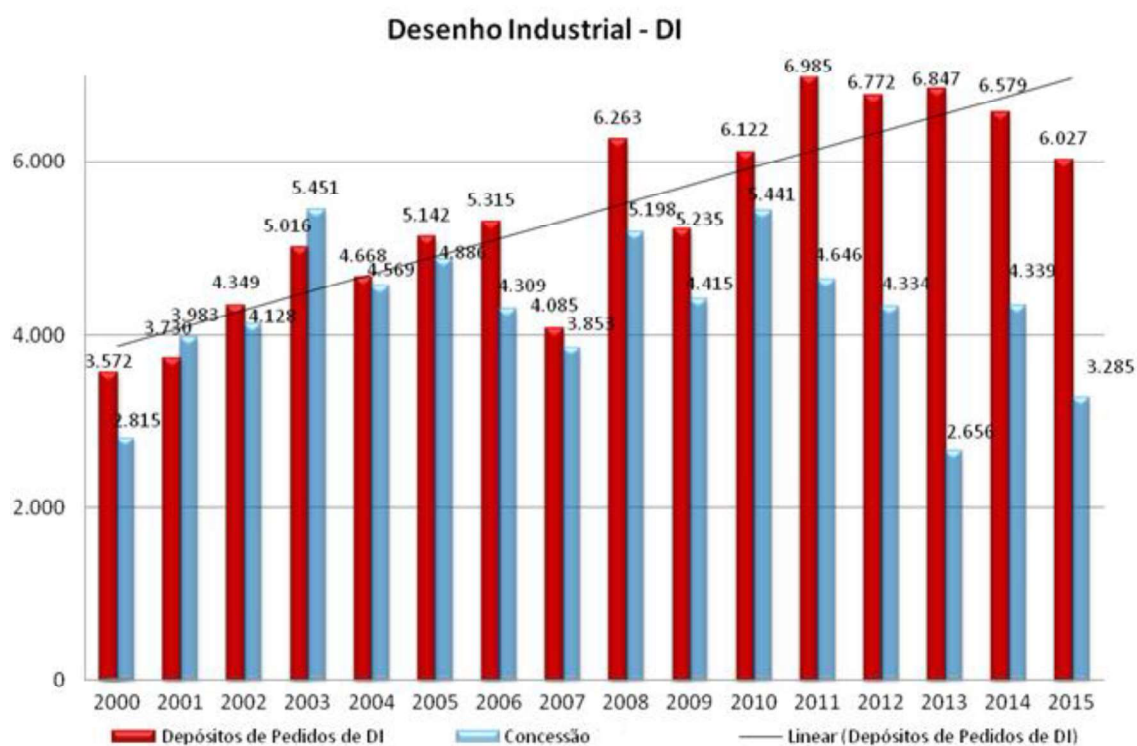
A medida tem o intuito de reduzir o tempo de exame levando em conta o reduzido número do quadro de examinadores da Divisão de Desenho Industrial que atualmente conta com 4 examinadores e 1 chefe. Houve também a implementação de uma Força Tarefa que conta com o auxílio de 2 examinadoras da CGREC- Coordenação Geral de Recursos responsável pela análise de recursos de segunda instância e de outra servidora da DIRPA- Diretoria de Patentes. Com estas medidas está ocorrendo uma queda do atraso (*backlog*) de exame de pedidos de registros de desenho industrial.

Gráfico 3: Linha de pedidos de registros e concessões de

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Depósitos de Pedidos de DI	3.572	3.730	4.349	5.016	4.668	5.142	5.315	4.085	6.263	5.235	6.122	6.985	6.772	6.847	6.579	6.027
Concessão (cód. 39)	2.815	3.983	4.128	5.451	4.569	4.886	4.309	3.853	5.198	4.415	5.441	4.646	4.334	2.656	4.339	3.285

Fonte: DICIG / CGIR

(*) Atualizado até 28/07/2015



Fonte: DICIG / CGIR - INPI

2.2 DIREITO AUTORAL

Uma das grandes características da Idade Antiga (de 4000 a.C. a 3500 a.C.), foi a evolução cultural dos Impérios Grego e Romano, que deixaram vastos acervos de obras artísticas, arquitetônicas e filosóficas.

A Grécia Antiga foi principalmente uma sociedade oral, sendo que um de seus maiores expoentes, Sócrates, nada deixou escrito, porém a noção de plágio já era praticada e conhecida.

A sanção era somente moral de condenação pública, não havendo qualquer consequência penal ou civil para a violação dos direito do autor (direitos esses ainda não existentes). (VIEIRA, 2011)

Por volta do século XV tornou-se possível a multiplicação das obras literárias através da imprensa criada por Gutenberg, popularizando assim o acesso à cultura. Com a possibilidade de reprodução em grande escala dos textos surge o entendimento de que o proprietário de uma cópia não detinha o direito de reproduzi-la, pois essa prerrogativa pertencia ao autor. (SCORZELLI, 2012)

Na França surge a primeira legislação em relação à matéria, o *droit d'auteur*, sob inspiração dos enciclopedistas.

Hoje, os países que adotam o sistema jurídico de *Common Law* optam pela proteção do “*copyright*” (direito de cópia), enquanto os países de *Civil Law* seguem o conceito do *droit d'auter*, como é o caso do Brasil. (IBIDEM)

Atualmente em território brasileiro o direito autoral é regulamentado pela Lei nº 9.610 de 19 de fevereiro de 1998 conhecida como Lei de Direitos Autorais ou LDA.

Seguindo o conceito da lei francesa, a proteção sobre as obras autorais tem natureza jurídica dúplice (Art. 22), pessoal (moral) e real (patrimonial). (GALVÃO, 2012).

Os direitos patrimoniais podem ser negociados, cabendo ao autor autorizar a reprodução parcial ou integral de sua obra, assim como negociar sua edição, adaptação, tradução, distribuição e qualquer outra forma de utilização. (Art. 28 ao 45 da LDA).

Os direitos morais não são negociáveis, tendo uma característica personalíssima, sendo irrenunciáveis, inalienáveis e transmissíveis aos herdeiros do autor após seu falecimento. (Art. 24 ao 27)

A validade do direito relativo à obra autoral é de 70 anos contados a partir de 1º de janeiro subsequente à morte do autor, que após essa data entra em domínio público podendo ser utilizada livremente. (OMPI, 2012)

O objeto do direito autoral é a proteção de obras artísticas, literárias ou científicas em sentido amplo. (NASCIMENTO, 2006)

O artigo 7º define que:

“São obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como: (...)” (LDA)

A lista exemplificativa, e não taxativa do artigo 7º descreve no item VII – “as obras de desenho, pintura, gravura, escultura e outras da mesma natureza;” (NASCIMENTO, 2006)

O design de joias encontra, portanto respaldo na proteção autoral, considerando-se que o mesmo apresente um grau mínimo de criatividade que o torne único em relação aos já existentes. O desenho de uma aliança de casamento normal, circular, não faria jus à proteção, mas um anel diferenciado pelo desenho e/ou pelas cores e pedras utilizadas poderia ser protegido pelo direito de autor. (LEONARDOS e PINTO, 2000)

Segundo Benz (2009), o setor de design de joias historicamente apresenta uma característica, que como comentado anteriormente no início deste trabalho remonta à época da vinda da Coroa Portuguesa para o Brasil: a cópia. Durante toda a estadia da Coroa e posteriormente no Império e na República, a joalheria brasileira seguiu os padrões externos de desenho. Nesse cenário os primeiros profissionais da ourivesaria brasileira não percebiam a vantagem de criar peças exclusivas, e esse entendimento era passado aos novos joalheiros através de ensino e transmissão de conhecimento de mestres para aprendizes. Para a autora esse “problema da cópia” perdura na joalheria brasileira até hoje. (BENZ, 2009)

No momento atual com a evolução do design e o florescimento das peças brasileiras tanto no mercado interno quanto no externo, a proteção torna-se cada vez mais fundamental para assegurar a continuidade da inovação no setor joalheiro.

No que se refere ao registro de obras autorais, o artigo 18º prevê que: “A proteção aos direitos de que trata esta Lei independe de registro.” E o artigo 19º complementa que: “É facultado ao autor registrar a sua obra no órgão público (...)”

Sendo assim, existem órgãos públicos responsáveis pelo registro de direitos autorais que atuam nas seguintes áreas:

- Escritório de Direitos Autorais (EDA) da Fundação Biblioteca Nacional (FBN): registro de obras literárias, desenhos e músicas;
- Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia (CONFEA): registro de obras de engenharia, arquitetura e urbanismo;
- Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro: registro de obras de artes visuais;
- Escola de Música da Universidade Federal do Rio de Janeiro: registro de obras musicais.

Os designers de joias que desejem protocolar o pedido de registro de seus desenhos ou fotos podem fazê-lo na Escola de Belas Artes da UFRJ⁴⁵ e/ou caso o trabalho componha sua biografia pessoal esse registro pode ser feito na Fundação Biblioteca Nacional⁴⁶

Mesmo não existindo obrigatoriedade de registro de direito autoral, pode-se notar uma tendência do mercado joalheiro na busca dessa proteção.

O artigo publicado no portal Infojoia, cujo título é “IBGM e SINDIJOIAS SP apresentam serviço de registro dos desenhos de joias” ilustra essa tendência:

⁴⁵ Disponível em: <<http://www.eba.ufrj.br/index.php/servicos/direitos-autorais>>. Acesso em 31/03/2016

⁴⁶ Disponível em: <<https://www.bn.br/servicos/direitos-autorais/registro-ou-averbacao>>. Acesso em 31/03/2016

“O IBGM e o SINDIJOIAS SP apresentam dois grandes projetos que já estão em fase de implantação: o serviço de Registro Autoral, que irá “patentear” [sic] os desenhos das joias, além de criar uma biblioteca do setor joalheira; e a Camara de Mediação e Arbitragem, que atuará como mediadora em casos de conflitos.”⁴⁷

Conforme informado no texto, o serviço de Registro Autoral inicialmente atenderia exclusivamente os profissionais do Estado de São Paulo e, posteriormente seria implantado nas demais entidades de classe estaduais filiadas ao Instituto.

As informações foram veiculadas em 2012, porém uma busca foi efetuada nos serviços disponíveis tanto no IBGM, quanto no SINDIJOIAS SP, e o resultado mostrou que os serviços anunciados não se encontram disponíveis para utilização atualmente.

2.3 LIMITES DA PROTEÇÃO ENTRE DIREITO AUTORAL E DESENHO INDUSTRIAL

Diante do exposto acima, é passível de entendimento que o gênero da Propriedade Intelectual pode ser dividido em:

- a) o âmbito de criações cuja mera *ocupação* basta para usufruir da titularidade
- b) o conteúdo jurídico que tem no registro público requisito *imprescindível* para sua configuração (BARBOSA e CASTRO 2015)

⁴⁷ Disponível em: <http://www.infojoia.com.br/news_portal/noticia_12495>. Acesso em: 02/04/2016.

Na primeira divisão encontram-se os direitos autorais e conexos, os segredos industriais e comerciais, entre outros.

Na segunda divisão encontram-se os bens imateriais sujeitos ao sistema atributivo de direito para determinação de titularidade, entre os quais a marca, a patente, o desenho industrial etc... (IBIDEM)

Para Leonardos e Pinto (2000), as obras intelectuais protegidas pelo direito de autor caracterizam-se por pertencer ao campo da estética, entendida em sentido amplo, como objetivando satisfazer interesses individuais, enquanto as invenções industriais pertencem ao setor da técnica. Ocorre porém, que o *design* é uma figura que comporta outros aspectos, encerrando em si duas aptidões: a estética e a utilitária. (LEONARDOS e PINTO, 2000)

Assim sendo, os autores argumentam que existe a possibilidade de cumulação de proteção no design, seja pelo direito autoral, seja por desenho industrial. Tal cumulação de proteção será possível dependendo da natureza da obra, quando esta satisfizer aos requisitos próprios, exigidos pela legislação aplicável a cada um desses institutos jurídicos. Dessa forma a proteção de uma obra de design, por um desses institutos, não excluiria a proteção por outro. (IBIDEM)

Nascimento (2006) corrobora esse entendimento e adiciona que por apresentarem natureza jurídica distinta e estarem submetidos a legislações distintas, direitos autorais e desenhos industriais se complementam, sendo que a proteção por ambos os institutos garante grande vigor ao titular do design de joia duplamente protegido:

“Notadamente quanto à proteção por desenho industrial e direito autoral, a dupla proteção não só é permitida no Brasil, como por vezes aconselhável.” (NASCIMENTO, 2006)

A OMPI (2016) elucida que caso a legislação e a natureza do objeto permita, o mesmo pode ser protegido por desenho industrial e também pelo direito de autoral. Nesse caso a proteção é cumulativa.

A cumulação de proteção significa que depois de expirado o prazo de proteção do desenho industrial, é possível que o criador continue gozando de proteção pelo direito autoral. Existe, porém uma distinção entre cumulação e “coexistência”. A coexistência de proteções significa que o criador pode escolher entre a proteção pelo direito dos desenhos industriais e a proteção pelo direito autoral. Segundo a Organização, o sistema de cumulação existe na Alemanha e na França, e o sistema de coexistência existe na maior parte dos outros países. (OMPI, 2016)

Barbosa e Castro (2015) trazem à tona a questão de que no Brasil não cabe ao autor/criador optar por forma proprietária ou forma obrigacional, visto que o regime jurídico é de ordem cogente⁴⁸:

“A Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça já se manifestou, há muito, acerca da impossibilidade de o eventual titular *escolher* a melhor forma de proteção. Na hipótese,

⁴⁸ Norma cogente é aquela que constrange à quem se aplica, tornando seu cumprimento obrigatório de maneira coercitiva. Fonte: Dicionário Jurídico. Disponível em: <www.direitonet.com.br/dicionario/exibir/910/Cogente>. Acesso em 05/04/2016.

trava-se de bem tutelável por modelo de utilidade e o criador buscou sua proteção *erroneamente* por direito autoral. E, diante disso, seu *invento* restou albergado pelo domínio público: “[...] 2. Direito Autoral. Registro na Escola de Belas Artes/RJ. Cadeira dobrável [...] 2. O registro do desenho de cadeira dobrável, na Escola de Belas Artes/RJ, por ser relativo a modelo de utilidade, não garante ao seu autor privilégio na sua fabricação.” (REsp 15.424/SP. Rel. Ministro Ruy Rosado de Aguiar, julgado em **06/12/1994**) (grifo nosso) (BARBOSA e CASTRO 2015)

Os autores informam ainda que no Brasil o legislador é silente quanto à proteção por direito de propriedade às criações que não são puramente expressivas (Direito Autoral), nem puramente ornamentais (Desenho Industrial). (IBIDEM)

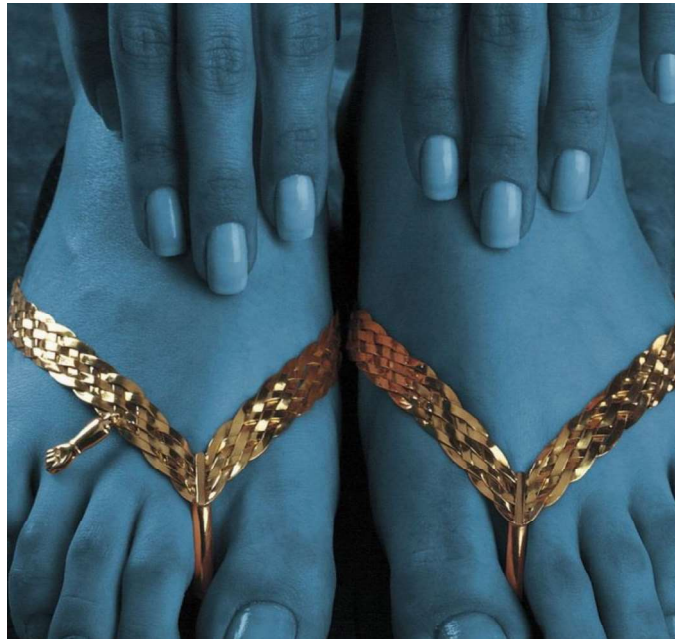
Viviane Moraes (2012) comenta em seu trabalho o caso da decisão judicial relativa à ação protocolada pela designer Pitti Paludo contra a HStern⁴⁹.

O objeto em disputa era a releitura da sandália Havaiana feita pela designer que ganhou o prêmio Auditions Brasil 2002:

“O juiz do caso, ainda que tenha reconhecido a originalidade do trabalho da designer, decidiu pelo afastamento da proteção legal, considerando ausente o requisito de viabilidade de industrialização exigido pela lei de propriedade industrial (LPI), tendo em vista que era ausente o conforto do modelo e o preço não seria acessível ao público.”

⁴⁹ Processo N° 583.00.2004.097782-0. (Informado pela autora)

Figura 29: Releitura das Sandálias Havaianas em Ouro. Designer Pitti Paludo. Prêmio Auditions Brasil 2002/2003



Fonte: <<http://www.auditionsbrasil.com.br/>> 2015

Resta claro nesse caso específico, que se a designer houvesse buscado a proteção através do registro de desenho industrial, com exame de mérito, teria a possibilidade de comprovar a reprodutibilidade da peça (com adaptações se necessário, visto que o registro admite até 20 variações do objeto), e possivelmente o resultado da decisão judicial poderia ter tido outro desfecho.

Em novembro de 2003, o jornal Tribuna do Paraná publicou a matéria “Havaianas com ouro e diamante” :

“A Alpargatas vai lançar na quinta-feira um modelo de sandálias havaianas avaliado em R\$ 60 mil. O projeto foi desenvolvido pela joalheria H. Stern, que colocou "peninhas" de ouro sobre as

tiras - na versão mais sofisticada serão 1.636 delas - e as salpicou com pequenos diamantes. O requinte não para por aí: no pé esquerdo de cada par, haverá, camuflado entre as penas, um sapinho, considerado muiraquitã, espécie de amuleto de povos indígenas. O lançamento será na loja da H. Stern da Rua Oscar Freire, em São Paulo.” (TRIBUNA DO PARANÁ, 2003)

3 - METODOLOGIA

Neste trabalho foi adotado um modelo de pesquisa qualitativa, no sentido de verificar a utilização do desenho industrial pelos designers de joias em nível nacional e internacional, utilizando para tal pesquisa empírica e de observação, contando também com suporte documental levantado para a parte teórica deste estudo exploratório.

O modelo foi aplicado num estudo de caso, tendo como alicerces o trabalho de Robert Yin (2010).

Após definida unidade de análise (setor de design de joias), que segundo Yin, pode ser uma “entidade ou um único indivíduo”, buscou-se as instituições e associações ligadas ao setor, na cidade do Rio de Janeiro, como base de informações e polo de eventos para efetuação de entrevistas e possibilidade de observação no ambiente onde os designers se encontram.

Esse projeto teve o apoio da AJORIO (Associação dos Joalheiros e Relojoeiros do Estado do Rio de Janeiro) que forneceu informações e literatura

referente ao setor pesquisado. Diversos eventos produzidos pela associação foram também frequentados pela pesquisadora, refletindo no tipo de questionário a ser produzido, através de observação, resultando em uma pesquisa de campo com utilização de questionário semiestruturado no intuito de captar com facilidade as respostas dos entrevistados.

A parte teórica do trabalho, para a configuração do setor e toda sua cadeia produtiva foi elaborada com pesquisa documental utilizando bibliotecas físicas e virtuais, como:

- Biblioteca do INPI
- Biblioteca da ESDI/Uerj (Escola Superior de Desenho Industrial)
- Biblioteca da PUC Rio
- Biblioteca da UCAM/ IPA (Universidade Candido Mendes, campus Ipanema)
- Biblioteca da UVA/Maracanã (Universidade Veiga de Almeida, campus Maracanã)
- Biblioteca do Sebrae
- Biblioteca da AJORIO
- Base de dados Scielo
- Base de dados PUC Rio
- Base de dados Redesist (UFRJ)

O resultado dessa busca foi a base para a confecção dos capítulos 1 e 2 do estudo.

A definição da amostra foi feita através da seleção de designers participantes de exposições e ganhadores de prêmios, por serem profissionais

criadores de trabalhos com alto índice de exposição pública. Por esse motivo, esses designers possivelmente seriam os mais interessados em registro e proteção de suas peças no Brasil e no exterior.

A amostra foi submetida à busca na base de dados de desenho industrial do INPI⁵⁰, responsável pelos registros nacionais e na base de dados Designview⁵¹ (internacional) que possui informações de registros em 40 países.

A princípio, houve a intenção de se buscar também informações sobre registros de direito autoral. Conforme será comentado adiante, a busca se mostrou inviável pelo custo da mesma.

A pesquisa teve o intuito de utilizar bases de dados gratuitas, para que qualquer pesquisador ou estudante pudesse fazer uso das informações recebidas, e efetuarem também suas buscas pessoais.

As informações obtidas pela busca nacional de 212 (duzentos e doze) nomes, nos campos “titular” e “autor” (designers brasileiros participantes de eventos nacionais), além da busca internacional de 40 (quarenta) nomes no mesmo padrão (designers participantes de eventos internacionais), resultou em dados que foram confrontados com o resultado de 30 (trinta) respostas ao questionário, 28 feitas pessoalmente e duas que foram respondidas por e-mail, para a elaboração das conclusões e recomendações que finalizam o trabalho.

⁵⁰ <www.inpi.gov.br>. Acesso em 10/04/2016

⁵¹ <<https://www.tmdn.org/tmdsview-web/welcome>>. Acesso em 10/04/2016

4 – RESULTADOS

A delimitação da amostra para a aquisição de resultados e resposta para a questão da pesquisa⁵² utilizou eventos como: exposições nacionais e internacionais; premiações nacionais e internacionais para a busca dos nomes de designers que tem uma visualização pública de suas peças e possivelmente seriam os mais interessados em buscar a proteção adequada pela propriedade industrial para seu trabalho.

Este trabalho, por ser produzido no Rio de Janeiro, contou com o incentivo da AJORIO, com o fornecimento de informações relevantes, inserção da pesquisadora no *mailing* da associação e convite para os eventos promovidos. Os vários eventos dos quais a pesquisadora participou reforçaram o entendimento de que o assunto da proteção pela propriedade industrial é relevante para o setor e está sendo pouco utilizado pelo mercado e quase nada estudado pela área acadêmica.

Foram, portanto utilizados nomes de designers associados à AJORIO, que participaram dos eventos promovidos pela associação, não deixando de contemplar nomes de designers de outros estados da federação que tenham também seus trabalhos expostos.

A situação da designer Pitti Paludo diante do ocorrido com sua peça premiada (comentado no item 2.3 deste estudo) não é um fato isolado, o que indica que as premiações e exposições são alvo de observação de infratores

⁵² A ferramenta de proteção de registro de desenho industrial é utilizada pelos *designers* de joias brasileiros em nível nacional e internacional ?

de direitos de propriedade industrial, estando esta pesquisa por isso utilizando nomes participantes de eventos e premiações.

4.1 IDENTIFICAÇÃO DOS DESIGNERS DE JOIAS BRASILEIROS

Premiações e Exposições Nacionais

Foram selecionados nomes de designers para busca em banco de dados nacionais de desenho industrial do INPI utilizando as premiações e exposições, conforme mencionado anteriormente (a lista completa com nome de cada evento e dos designers e grifes encontram-se no anexo 3):

PRÊMIOS:

1) Prêmio AuDITIONS Brasil

2010 – foi possível identificar a lista de finalistas – 24 designers

2012 – foi possível identificar a lista de finalistas – 11 designers

2014 – foi possível identificar a lista de premiados – 4 designers

2) Premio IBGM de Design

2009 – foi possível identificar a lista de finalistas – 21 designers

2012- foi possível identificar a lista dos premiados – 9 designers

EXPOSIÇÕES:

3) PANorama Carioca 2005

50 Designers/ Grifes participantes

4) Tecnogold 2013

7 Designers participantes

5) ArtRio 2015

10 Designers/Grifes participantes

6) Casa Cor 2015

5 Designers participantes

7) Joialerismo Expo 2015

28 Designers/Grifes participantes

8) Rio + Design 2015 Brasil

23 Designers/ Grifes participantes

Premiações e Exposições Internacionais

PRÊMIOS:

1) Prêmio IF Design

5 Designers premiados (Antonio Bernardo, Ivete Cattani, Adalberto Amorim

Alessandra e Aline Schiper – Atelier Schiper)

2) Prêmio IJL, RedDotAward e Inhorgenta

1 Designer premiado (Antonio Bernardo)

3) Prêmio HRD AntwerpAwards

2 Designers premiados (Adriano Mol e Glauca Silveira)

EXPOSIÇÕES:

4) Inhorgenta Expo 2014

8 Designers participantes

5) Bijhorca 2014/2015

7 Designers/Grifes participantes

6) Rio+Design Milão 2015

13 Designers/Grifes participantes

7) Rio+Design Milão 2016

8 Designers/Grifes participantes

Figura 30: Peças dos designers participantes do Rio+Design Milão 2016



Fonte: <<http://www.sistemaajorio.com.br/>>/ 2016

4.2 TRATAMENTO DE DADOS

Após o primeiro levantamento acima citado, os números encontrados foram:

Numeros brutos nacionais:	242
Numeros brutos internacionais:	44
Numeros brutos total:	286

Houve um tratamento dos dados no sentido de identificar os designers que constavam em mais de uma categoria de premiação e os que se repetiam em premiações e exposições.

Após essa apuração os números encontrados foram:

Número de designers (eventos nacionais e internacionais):	196
Número de grifes (eventos nacionais e internacionais):	16
Total geral:	212

Esse total geral de duzentos e doze nomes foi utilizado como amostra para busca em base de dados no intuito de identificar a utilização da proteção por registro de desenho industrial para o design de joias pelos brasileiros no Brasil. Um maior detalhamento sobre o tipo de proteção e as bases de dados utilizadas foi feito mais adiante neste estudo.

Para a busca internacional os números apurados após o tratamento de dados foram:

Número de designers (premiações e exposições internacionais):	30
Número de grifes (premiações e exposições internacionais):	10
Total geral:	40

A amostra continuou sendo tratada com a organização de todos os nomes em ordem alfabética e busca para identificação de qual estado da União Federativa os designers e grifes são procedentes.

4.3 BUSCA NAS BASES DE DADOS

A busca dos nomes da amostra nas bases de dados não só segue o delineamento da pesquisa em identificar a utilização da proteção por registro de desenho industrial como ferramenta de proteção legal do design de joias, mas também proporciona um caminho de busca para os próprios designers que podem utilizar os bancos para pesquisas pessoais e identificação de informações relevantes que possam auxiliá-los a proteger seus trabalhos.

Nessa linha, esse projeto fruto do Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação do INPI, apresenta ao mercado esse portal de informações tendo, portanto, levado em conta as bases disponíveis *online* e gratuitas que dão acesso a qualquer pesquisador, estudante, designer e a todos que se interessem pelo assunto.

4.3.1 Considerações sobre as bases de dados

Como já elucidado em capítulos anteriores, o design de joias pode ser protegido por duas categorias distintas, as quais seriam: direito autoral e desenho industrial.

Mesmo o cerne da pesquisa repousando sobre o registro de desenho industrial, seria de interesse de esta pesquisadora avaliar adicionalmente a utilização da proteção por direito autoral através de registros existentes, levando em consideração a não exigibilidade de registro para a proteção do direito autoral. (Art 18 da Lei 9.610/98)

Existem, entretanto alguns óbices encontrados ao tentar buscar tais informações na Instituição responsável pelo registro de direito autoral no setor

de design de joias, ou seja, na Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro (EBA/UFRJ). (Art. 19 da Lei 9.610/98)

Primeiramente, o banco de dados da EBA/UFRJ não está digitalizado, não podendo assim ser consultado *online*.

E em segundo lugar, a busca não é gratuita (requisito utilizado nesta pesquisa). O custo para a busca no banco de dados da UFRJ é de R\$ 440,00 (quatrocentos e quarenta reais), por autor, em um período máximo de três anos, a ser definido pelo interessado.⁵³

Qualquer cópia de documentos do arquivo só pode ser fornecida com autorização judicial e dos autores envolvidos.

Esses requisitos impossibilitaram, portanto, a busca no que se refere ao registro de direito autoral no setor de design de joias brasileiro para este trabalho.

O estudo utilizará o banco de dados de desenho industrial do INPI⁵⁴, para busca de desenhos registrados e protegidos no Brasil, e o banco de dados europeu Designview⁵⁵, que fornece informação de 40 países, que possui atualmente 9.231.925 desenhos disponíveis para consulta. Isto proporciona uma averiguação dos desenhos registrados na Europa pelos designers brasileiros, tendo em vista que todas as premiações e exposições das quais participaram os representantes nacionais se deram no continente europeu.

A busca nos dois bancos citados utilizará o campo de “pesquisa avançada” para uma filtragem dos resultados, que serão buscados na

⁵³ Disponível em: <<http://www.eba.ufrj.br/index.php/servicos/direitos-autorais>>. Acesso em: 29/04/2016.

⁵⁴ Disponível em: <<https://gru.inpi.gov.br/pePI/jsp/desenhos/DesenhoSearchBasico.jsp>>. Acesso em: 30/04/2016

⁵⁵ Disponível em: <<https://www.tmdn.org/tmdsview-web/welcome>>. Acesso em: 30/04/2016

classificação de Locarno 11.01⁵⁶. A classificação de Locarno é a classificação internacional para desenhos industriais e o número da classificação utilizado é referente à “artigos de ornamento, adorno e joia”.

Quanto ao nome dos designers e das grifes, os campos buscados serão “autor” e “titular”.

4.4 - RESULTADOS DA PESQUISA EM BASE DE DADOS

4.4.1 Nacional

Tabela 1: Resultado para a busca de 212 nomes de designers e grifes na base de dados de desenho industrial do INPI

Nome do designer	Titular	Autor	UF
Abner Salustiano	0	0	RJ
Adalberto Amorim	0	0	RJ
Aderval Souza	0	0	RJ
Adriana de Oliveira	0	0	PR
Adriana Ximenes	0	0	RJ
Adriano Mol	0	0	MG
Alessandra Piccini	0	0	RJ
Alessandra Schiper	0	0	RJ
Alice Domingues	0	0	RJ
Alice Lobato	0	0	RJ

⁵⁶ Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/desenho/classificacao>>. Acesso em 30/04/2016.

Aline Miranda Guimarães	0	0	MG
Aline Schiper	0	0	RJ
Ana Berredo	0	0	RJ
Ana Cecília Artiaga Guedes	0	0	MG
Ana Maria Huertas	0	0	RJ
Ana Somaglia	0	0	RJ
André Costa	0	0	RJ
André Faria	0	0	SP
André Pokan	0	0	RJ
Andréa Drummond	0	0	RJ
Andréa Nicácio	0	0	RJ
Andrea Porto	0	0	RJ
Anna Paula Vivacqua	0	0	RJ
Anna Torchia	0	0	RJ
Anna Valle	0	0	RJ
Anne Ferreira Silva Pacheco	0	0	MG
Antônio Bernardo	0	3⁵⁷	RJ
Armando Barbosa	0	0	RJ
Beatrice Reinisch	0	0	RJ
BelaAiache	0	0	RJ
Bia Vasconcellos	0	0	RJ
Bianca Basilone	0	0	RJ

Bruna Leon	0	0	RJ
Camila Cunha	0	0	RJ
Camila Schmitt	0	0	SC
Carla Moreira Pereira Abras	0	0	MG
Carlos Godoy	0	0	SP
Carlos Herrera	0	0	SP
Carol Nader	0	0	RJ
Carol Parrot	0	0	RJ
Carolina Monteiro Gonçalves	0	0	MG
Caroline Galvão	0	0	MG
Cássio Orrico	0	0	RJ
Celina Geara	0	0	PR
César Aleandri	0	0	SP
Christine Norris	0	0	RJ
Cid Bigio	0	0	RJ
Cinthia Café	0	0	RJ
Claudia Lamassa	0	0	RJ
Cláudio Freitas de Magalhães	0	0	RJ
Cláudio Mattos Fonseca	0	0	RS
Corina Seiferle	0	0	RJ
Cris Consalter	0	0	SP
Cristiane Brentan	0	0	RJ
Cristiane Neves	0	0	RJ
Cristiane PossematoDinardi	0	0	MG

Cristina Dias	0	0	RJ
Cristina Loureiro	0	0	RJ
Daniela Kruchin	0	0	RS
Danir Lara	0	0	RJ
Denise Queiroz	0	0	RJ
Diogo Dalloz	0	0	RJ
Douglas Henrique Soares Santos	0	0	MG
Dulce Helene Goettems	0	0	RJ
Dulce Marine	0	0	RJ
Edson Silva Xavier Mara Guerra	0	0	MG
Eduardo Artz	0	0	RJ
Eliânia Fátima de Moraes Rosetti	0	0	SP
Elisa Paiva	0	0	RJ
Emar Batalha	0	0	ES
EmiKyouho	0	0	MG
Eneida França	0	0	RJ
Felipe Guerra Assumpção	0	0	PR
Fernanda Corrêa	0	0	RJ
Flavia Amoedo	0	0	RJ
Flavia Rigoni	0	0	MG
Francisca Bastos	0	0	RJ
Françoise Sylvia Perret	0	0	RJ
Gabriel Leal	0	0	RJ
Gilsimara de Oliveira Pinto	0	0	MG

Glaucia Silveira	0	0	MG
Glória Corbetta	0	0	RS
Glória Erthal	0	0	RJ
Heloisa Azevedo	0	0	MG
Henrique Slomp Ramos	0	0	RS
HilzesHebert	0	0	RJ
Ida Elizabeth Benz	0	0	RJ
Iolene Alves Lima Almeida	0	0	RJ
Isabel Cristina WeddigenDornelles	0	0	RS
Isabela Drummond	0	0	RJ
Isabella Escudero	0	0	RJ
Isabelle LampeKowalski	0	0	SC
Iva Pereira	0	0	RJ
Ivete Cattani	0	0	RS
Janaína Monteiro	0	0	MG
Josi Moura	0	0	RJ
Julia Azevedo	0	0	RS
Julia Zambon	0	0	SP
Juliana Pellegrini	0	0	SP
Junea Fontenelle	0	0	MG
Kathia Mello	0	0	RJ
Laura Barreto	0	0	MG
LaureniceSingulani	0	0	RJ
Leandro Portela	0	0	MG

Leilah Costa	0	0	RJ
Lena Garrido	0	0	MG
Leonilton Sanches	0	0	RJ
Letícia Costa	0	0	RJ
Letícia Landgraf	0	0	SP
Lídia Mara Pereira Abraham	0	0	PA
Lidice Caldas	0	0	RJ
Ligia Muzzi Henriques	0	0	MG
Lis Haddad	0	0	MG
Lívia Canuto	0	0	RJ
Livia Costa	0	0	RJ
Lorena Gomes	0	0	MG
Lorena Viana Batista	0	0	MG
Lucia Abdenur	0	0	RJ
Lucia Perrone	0	0	RJ
Luciana Preuss	0	0	RJ
LuisaSchroder	0	0	RJ
Luiza Diniz	0	0	RJ
Maide Lança de Moraes	0	0	SP
Maíra Paiva Pereira	0	0	MG
Maíra Pelicão Rebelo	0	0	SP
Marcela Costa	0	0	RJ
Marcela Franco	0	0	SP
Margareth Cardoso	0	0	RJ

Maria Antônia	0	0	RJ
Maria Frering	0	0	RJ
Maria Guerra	0	0	MG
Marisa Portela	0	0	RJ
Marzio Fiorini	0	0	RJ
Millu Assad	0	0	RJ
Miriá Couto	0	0	RJ
Miriam Mamber	0	0	SP
Mônica Krexa	0	0	RJ
Mônica Pondé	0	0	RJ
Natalia Pita	0	0	RJ
Natasha Scagliusi	0	0	RJ
Nelusha Araújo	0	0	RJ
Nely Mazorra	0	0	RJ
Ni Romiti	0	0	RJ
Pat Capaz	0	0	RJ
Patrícia Centurion	0	0	SP
Patrícia Sparano	0	0	RJ
Paula Gonçalves Reis	0	0	MG
Paula Guaratini	0	0	SP
Paula Mourão	0	0	RJ
Paula Salamonde	0	0	RJ
Paulo Armando Barbosa	0	0	MG
Rachel Sabbagh	0	0	RJ
Rachel Távora Mancini	0	0	MG

Raquel Rocha	0	0	MG
Regina Boanada	0	0	RJ
Renata Bessa	0	0	MG
Renata Rose	0	0	RJ
RenyGolcman	0	0	SP
Ricardo RochmannSemeles	0	0	MG
Rita Santos	0	0	RJ
Roberta do Rio	0	0	RJ
Rodrigo Gava	0	0	RJ
Rodrigo Robson	0	1⁵⁸	SP
Rose Carvalho	0	0	RJ
Santos Sobrinho	0	0	RJ
Selma Helena Montenegro Botelho	0	0	PA
Sergio Medeiros	0	0	RJ
Sérgio Póvoa Pires	0	0	PR
Sofia Sarudy	0	0	RJ
Solange Jansen	0	0	RJ
Sonia Pasetti	0	0	RJ
Stefano Di Pastena	0	0	RJ
Suka Braga	0	0	MG
Suzane Moraes	0	0	CE
Taciana Scalon	0	0	MG
Tatiana Berenguer	0	0	RJ
Tatiana Bravo	0	0	RJ

Tatiana Zaharoff	0	0	RJ
Telma Ramos	0	0	RJ
Thaís Vilela	0	0	MG
Thaise Farias	0	0	PA
Thania Pitta	0	0	RJ
Valéria Berkovitz	0	0	RJ
Valeria Tupinambá	0	0	RJ
Vanessa Clark	0	0	RJ
Vanessa Robert	1	1⁵⁹	RJ
Vanessa Wagner	0	0	RJ
Vânia Maria Siqueira	0	0	MG
Victor Hugo Falcão de Freitas	0	0	PB
Vinícius Braga	0	0	RJ
Vinicius Chiappeta	0	0	RJ
Virginia Moraes	0	0	RJ
Vivian Dutra de Lima	0	0	SP
Webier Lopes	0	0	RJ
Yael Sonia	0	0	RJ
Yara Figueiredo	0	0	RJ
Grifes			
950ForMen	0	0	RJ
Antônio Joalheiro	0	0	RJ
Atelier Dezoito	0	0	SP

Atelier Grão	0	0	RJ
Atelier Schiper	0	0	RJ
H. Stern⁶⁰	2	0	RJ
Hefestos	0	0	RJ
Key	0	0	RJ
Lavish	0	0	MG
MBEX	0	0	RJ
Nocca Atelier	0	0	RJ
Odara	0	0	RJ
Olendzki	0	0	RJ
Pili's Secret	0	0	RJ
Sartori	0	0	RJ
UNA	0	0	RJ

Fonte: Elaboração própria – Abr/Mai 2016

Em nível nacional foram encontrados nomes de 3 (três) designers como autores e 5 (cinco) números de desenhos protegidos e uma grife com 2 (dois) desenhos protegidos.⁶¹

4.4.2 Internacional

⁶⁰ Os DIs 6302022-0 e 6302623-6, puderam ser localizados pela oportunidade que esta pesquisa teve de ter o Dr. Edson Rufino, examinador de Desenho Industrial do INPI e professor colaborador da Academia do INPI como coordenador, visto que os mesmos não constaram na base de consulta externa do INPI. Os DIs foram localizados na base interna, sinalizando que esse tipo de inconsistência da base pode ocorrer.

⁶¹ Mesmo o número de desenhos encontrados sendo baixo, a tabela como um todo foi mantida para chamar a atenção das instituições e associações para a situação do setor em relação ao registro por DI.

Tabela 2: Resultado para a busca de 40 nomes de designers e grifes na base de dados internacional Designview

Nome do designer	Titular	Autor	UF
Adalberto Amorim	0	0	RJ
Adriano Mol	0	0	MG
Alessandra Schiper	0	0	RJ
Aline Schiper	0	0	RJ
Antônio Bernardo	0	0	RJ
Carol Nader	0	0	RJ
Diogo Dalloz	0	0	RJ
Emar Batalha	0	0	ES
Eneida França	0	0	RJ
Flavia Amoedo	0	0	RJ
Flavia Rigoni	0	0	RJ
Glaucia Silveira	0	0	MG
Gloria Corbetta	0	0	RS
Glória Erthal	0	0	RJ
Ivete Cattani	0	0	RS
Lívia Canuto	0	0	RJ
Marzio Fiorini	0	0	RJ
Millu Assad	0	0	RJ
Miriá Couto	0	0	RJ
Miriam Mamber	0	0	SP
Mônica Krexa	0	0	RJ

Mônica Pondé	0	0	RJ
NiRomiti	0	0	RJ
PatriciaCenturion	0	0	SP
Paula Guaratini	0	0	SP
Paula Mourão	0	0	RJ
RenyGolcman	0	0	SP
Sonia Pasetti	0	0	RJ
Tatiana Berenguer	0	0	RJ
Vanessa Robert	0	0	RJ
Vinícius Braga	0	0	RJ
Yael Sonia	0	0	RJ
Grifes			
Antônio Joalheiro	0	0	RJ
Atelier Schiper	0	0	RJ
H. Stern	371⁶²	0	RJ
Hefestos	0	0	RJ
Lavish	0	0	MG
MBEX	0	0	RJ
Nocca Atelier	0	0	RJ
Odara	0	0	RJ
Olendzki	0	0	RJ
Pili's Secret	0	0	RJ

Fonte: Elaboração própria – Mai 2016

⁶²

Disponível em: <

Os registros protocolados pela joalheria H Stern tem como nome de titular – H. Stern Comércio e Indústria S. A. – e como representantes legais, os advogados austríacos: Dr. Pfeifer, Dr. Keckeis, Dr. Fiel e Dr. Scheidbach Oeg⁶³.

No campo referente ao autor, a mensagem mostrada é:

“The designer has waived the right to be cited”⁶⁴.

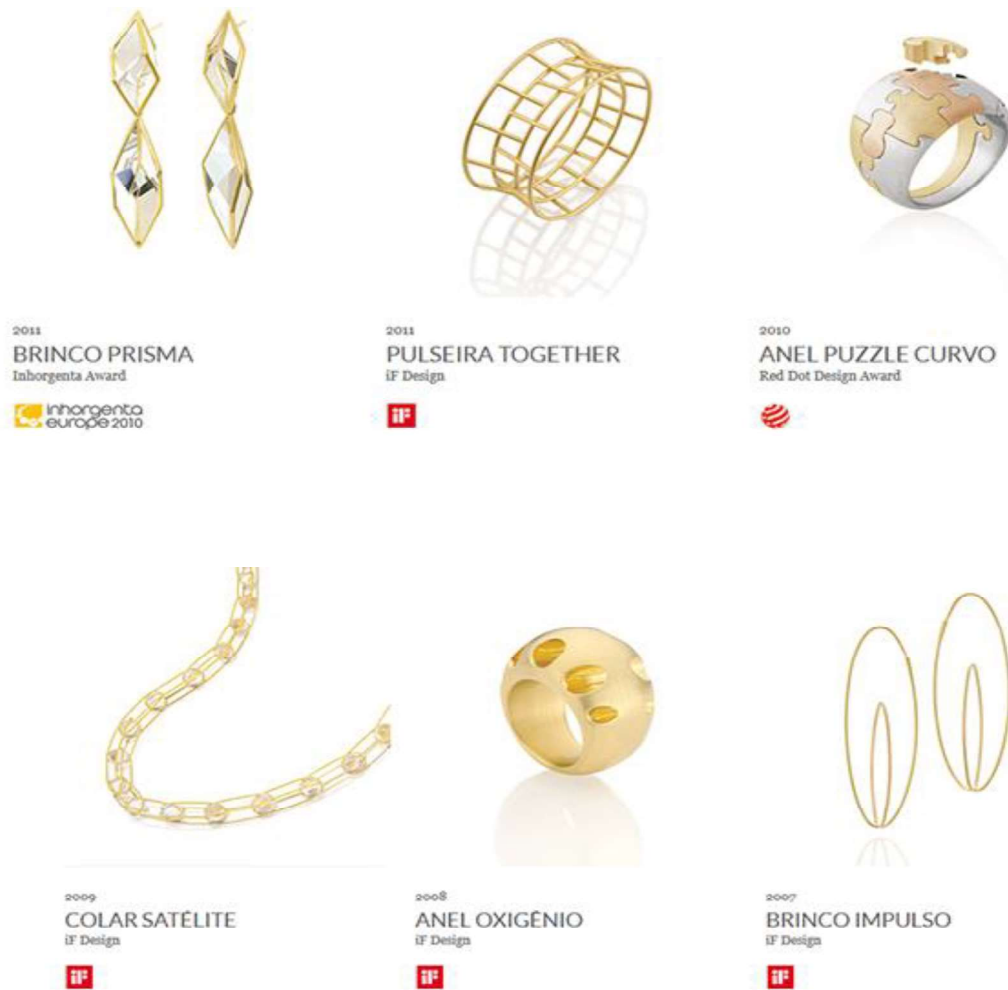
O designer Antônio Bernardo possui diversas premiações internacionais:

- IJL – International Jewellery London Award 2004 (Anel Celebration)
- IF Design 2004 (AnelCiclos)
- IF Design Silver Award 2004 (Anel Expand)
- Red Dot Design Award 2004 (Anel Expand)
- IF Design 2005 (Anel Fold)
- IF Design 2006 (dois prêmios – Anel Balanço e Anel Puzzle)
- IF Design 2007 (Bincolmpulso)
- IF Design 2008 (AnelOxigênio)
- IF Dessign 2009 (ColarSatélite)
- Red Dot Design Award 2010 (Anel Puzzle Curvo)
- IF Design 2011(Pulseira Together)
- lhorgenta Europe 2011(BrincoPrisma).

⁶³ Essa informação foi citada como referência, visto que para se adquirir registro de desenho industrial na Europa é necessário um representante legal para o mesmo.

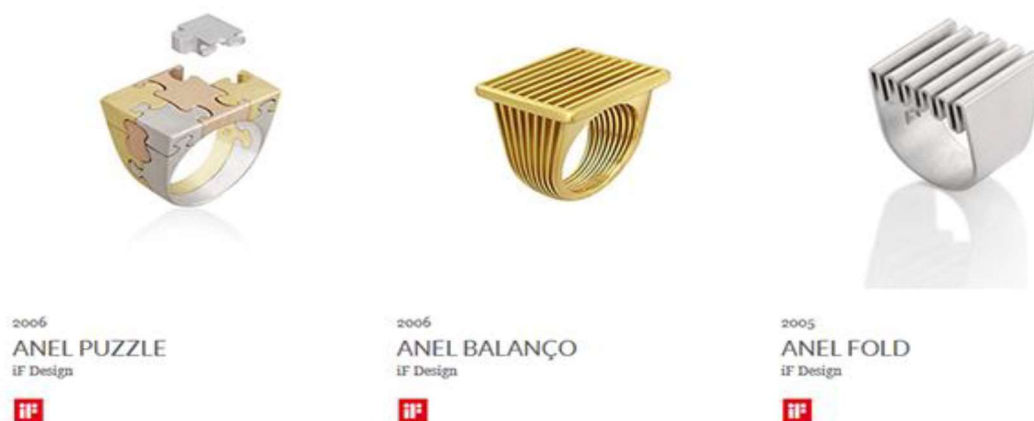
⁶⁴ O designer declina do direito de ser citado – tradução livre

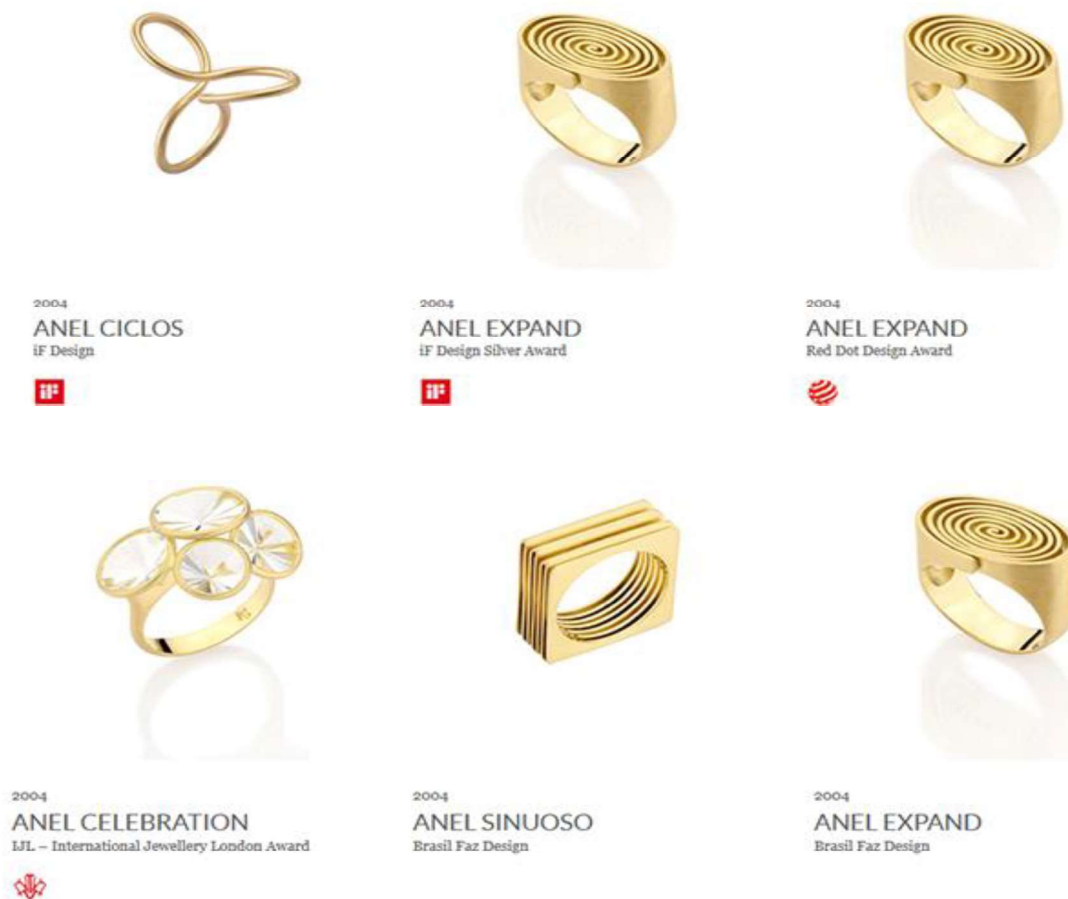
Figura 31: Peças de Antonio Bernardo premiadas em 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011



Fonte: www.antoniobernardo.com.br

Figura 32: Peças de Antônio Bernardo premiadas em 2004, 2005 e 2006





Fonte: www.antoniobernardo.com.br

No site do designer⁶⁵ no campo “Endereços>Internacional” constam as seguintes localidades:

- Andorra-a-Velha (pequeno país europeu entre a Espanha e a França)
- Moedling e Vösendorf (Áustria)
- Antuérpia, De Pinte e Gent (Bélgica)
- Hong Kong (China)
- Augsburg, Ludwigsburg, Munique e Nuremberg (Alemanha)
- Svaneke (Dinamarca)
- San Francisco, Boulder, Washington, Durham, Rhinebeck e Dallas (EUA)

⁶⁵ Disponível em: <<http://www.antoniobernardo.com.br/endereços>>. Acesso em 17/05/2016.

- Paris (França)
- Tóquio (Japão)
- Lisboa e Porto (Portugal)

O AthelierSchiper, das irmãs Alessandra e Aline Schiper, conquistou em 2015 o prêmio IF Design com o Anel Órbitas.

Figura 33: Atelier Schiper – Anel Órbita



Fonte: <www.atelirschipe.com.br>/2016

Evidente é o risco para o design das peças produzidas pelos criadores em face da exposição em que as mesmas se encontram, sem proteção alguma de propriedade industrial em instituições públicas e privadas, em nível internacional.

4.5 RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO

4.5.1 Formulação de perguntas e aplicação de questionário

As perguntas formuladas seguem um direcionamento pautado no conhecimento empírico da pesquisadora no setor e de pesquisa por

observação nos vários eventos frequentados para a formulação do presente trabalho.

O assunto da proteção do design de joias é tratado com reserva entre os criadores, e busca-se por meio dos quesitos de maneira sutil levantar informações que pudessem ser dadas com facilidade pelos entrevistados.

As perguntas 1 e 2 buscam informações da participação dos designers em eventos internacionais e da publicidade dada ao trabalho através da internet.

As perguntas 3 e 4 já vão diretamente à questão do problema da cópia e do conhecimento sobre proteção das criações, que caso sejam positivas, remetem às perguntas 5 e 6 que mapeiam a questão principal do presente estudo.

Perguntas:

- 1) Já vendeu para fora do país ou participou de alguma feira ou evento internacional?
- 2) tem fotos de produtos em site ou online? (instagram e facebook)
- 3) Já teve algum problema de cópia de alguma criação sua?
- 4) Conhece os tipos de proteção que existem para as criações de joias?
- 5) Já protegeu alguma criação sua de algum modo? (caso positivo)
- 6) Como?

O questionário foi aplicado pessoalmente à 28 (vinte e oito) designers, em três eventos do setor: Joialerismo Expo II - RJ⁶⁶ (15/10/2015); Giro Joias-AJORIO⁶⁷ (26/04/2016) e Joialerismo Expo III- RJ⁶⁸ (07/05/2016). As gravações de voz das entrevistas foram anexadas ao projeto.

Por e-mail duas designers responderam ao questionário: Cláudia Mac e LuisaVelludo.

Total geral de 30 (trinta) entrevistas realizadas.

Lista de designers entrevistados

- Adalberto Amorim – RJ
- Adriana Valente – RJ
- Ana Bellagamba – RJ
- Anna Vale – RJ
- Bruna Milan – RJ
- Bruna Torres – RJ
- Carlos Herrera – SP
- Cinthia Café – RJ
- Cláudia Mac - RJ
- Cristina Consalter – SP
- Elisa Kalume – RJ
- Francisco Garcia - RJ
- Helena Rodrigues – RJ

⁶⁶ Evento produzido pela EBJ (Escola Brasileira de Joalheria). Local: Solar das Palmeiras – Rua das Palmeiras, 35 / Botafogo / RJ

⁶⁷ Av. Graça Aranha, 19 / Centro / RJ

⁶⁸ Mesmo local do evento anterior.

- Isabella Escudero - RJ
- Isabelle Kowalski – SC
- Iveralzoton – ES
- Josi Moura- RJ
- Juliana Trajano – RJ
- Livi Pires – RJ
- Livia Costa - RJ
- Lu Fazollo – RJ
- Luana Moss – RJ
- LuisaVelludo - RJ
- Marcella Leite – RJ
- Mari Donato – SP
- Pati Capaz – RJ
- Regina Costa – RJ
- Rita Santos - RJ
- Thelma Maciel – RJ

4.5.2 Resultados

Tabela 3: Resultado da aplicação de questionário com participação de 30 designers⁶⁹

Nome do designer	Perguntas
	1	2	3	4	5	6
Adalberto Amorim	N	S	N	N	S	DA
Adriana Valente	N	S	N	N	N	----
Ana Bellagamba	S	S	N	N	N	----
Anna Vale	N	S	S	N	N	----
Bruna Milan	S	S	N	N	N	----
Bruna Torres	N	S	N	N	N	----
Carlos Herrera	S	S	S	N	N	----
Cinthia Café	N	S	S	N	N	----
Claudia Mac	S	S	N	N	N	----
Cristian Consalter	N	S	N	N	N	----
Elisa Kalume	N	S	N	N	N	----
Francisco Garcia	N	S	S	N	N	----
Helena Rodrigues	N	S	S	N	N	----
Isabella Escudero	N	S	N	N	N	----
Isabelle Kowalski	S	S	S	S	S	MU
Ivana Izoton	N	S	S	N	N	----

⁶⁹ As autorizações para a menção dos nomes e resultados dos designers foi feita verbalmente na oportunidade da entrevista. As gravações de voz encontram-se anexadas ao trabalho.

Josi Moura	N	S	N	N	N	----
Julia Trajano	S	S	S	N	N	----
Livi Pires	N	S	N	S	S	DI
Livia Costa	N	S	N	N	N	----
Lu Fazollo	N	S	S	N	N	----
Luana Moss	N	S	N	S	N	----
LuisaVelludo	N	S	S	N	N	----
Marcella Leite	N	S	S	N	N	----
Mari Donato	N	S	N	N	N	----
Pati Capaz	N	S	S	N	N	----
Regina Costa	N	S	S	N	N	----
Rita Santos	N	S	S	S	S	DI
Thelma Maciel	N	S	N	N	N	----
Vanessa Clark	N	S	S	S	N	----

Fonte: Elaboração própria – de Out 2015 a Mai 2016

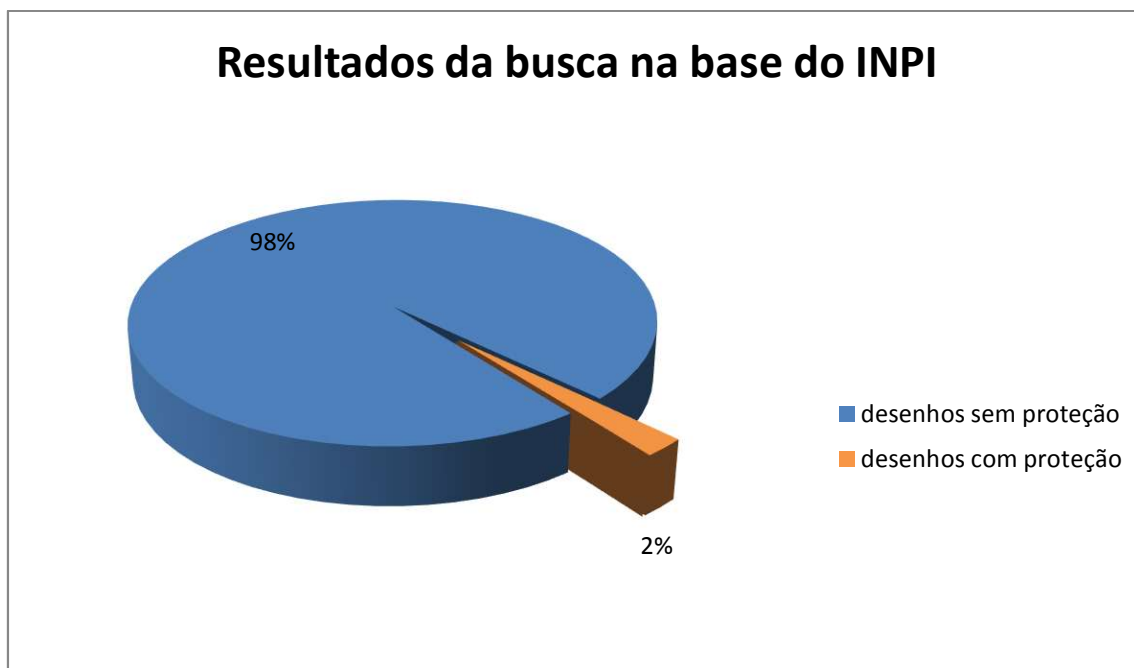
5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

5.1 CONCLUSÕES

Após a busca nas bases de dados e a efetuação do trabalho de campo, é possível visualizar o panorama do setor de design de joias brasileiro no que

se refere à proteção por registro de desenho industrial e traçar um diagnóstico com o cruzamento das informações, que norteiam as conclusões do presente estudo.

Gráfico 4: Resultado Nacional



Fonte: Elaboração própria – Mai 2016

A quantidade de registros protegidos no INPI é irrisória em relação ao universo pesquisado.

Mesmo sendo a amostra constituída de 212 designers em diferentes momentos de suas carreias, nota-se que mesmo criadores como Antônio Bernardo, fazem um baixo uso da proteção pela propriedade industrial.

O site do INPI disponibiliza todas as informações necessárias para que qualquer designer, pessoa física ou jurídica possa requerer o registro de

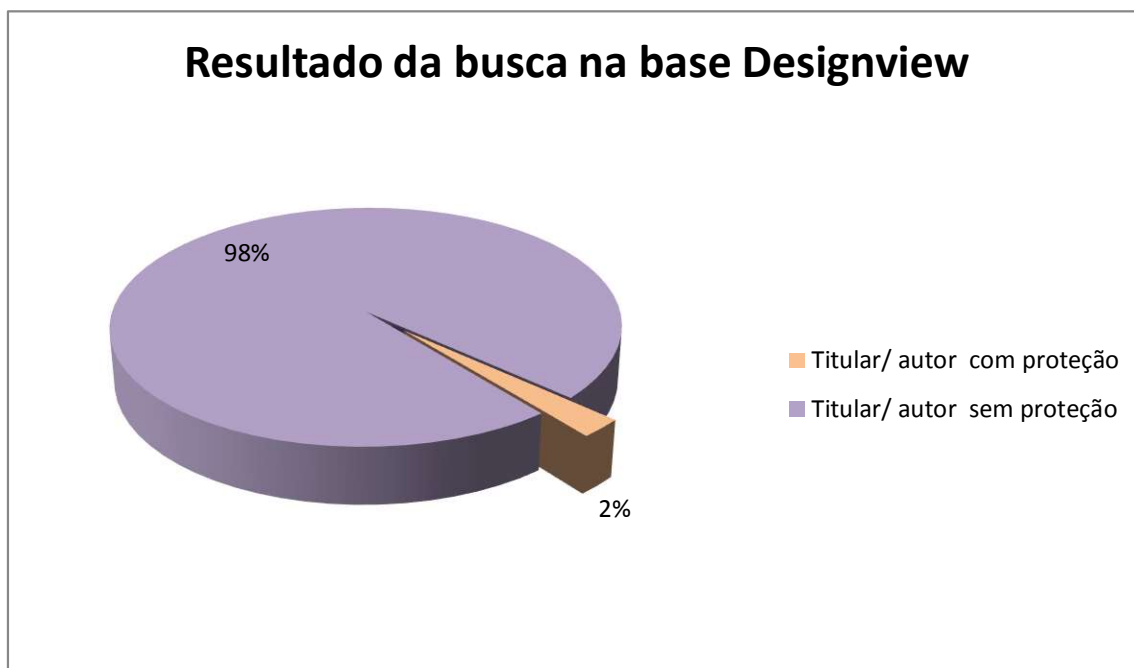
desenho industrial, porém a ferramenta de proteção é desconhecida pelo setor como um todo.

A cartilha produzida pelo INPI em parceria com o MDIC em 2005 de autoria de Susana Guimarães (comentada no item 1.4.3) parece não ter chegado aos destinatários para a qual foi concebida.

Conclui-se, portanto que a lacuna a ser preenchida não está no âmbito das informações, pois essas existem e são de fácil acesso e gratuitas, porém na entrega das informações ao setor pertinente.

Sem o conhecimento de que essas informações existem, não há como a importante ferramenta de proteção do desenho industrial ser utilizada pelos designers de joias brasileiros.

Gráfico 5: Resultado Internacional



Fonte: Elaboração própria – Mai 2016

O gráfico acima representa que a quantidade de titulares brasileiros com proteção em DI na base europeia Designview é igualmente baixa

No caso seria apenas a joalheria H Stern diante de uma amostra de 40 (quarenta) nomes pesquisados.

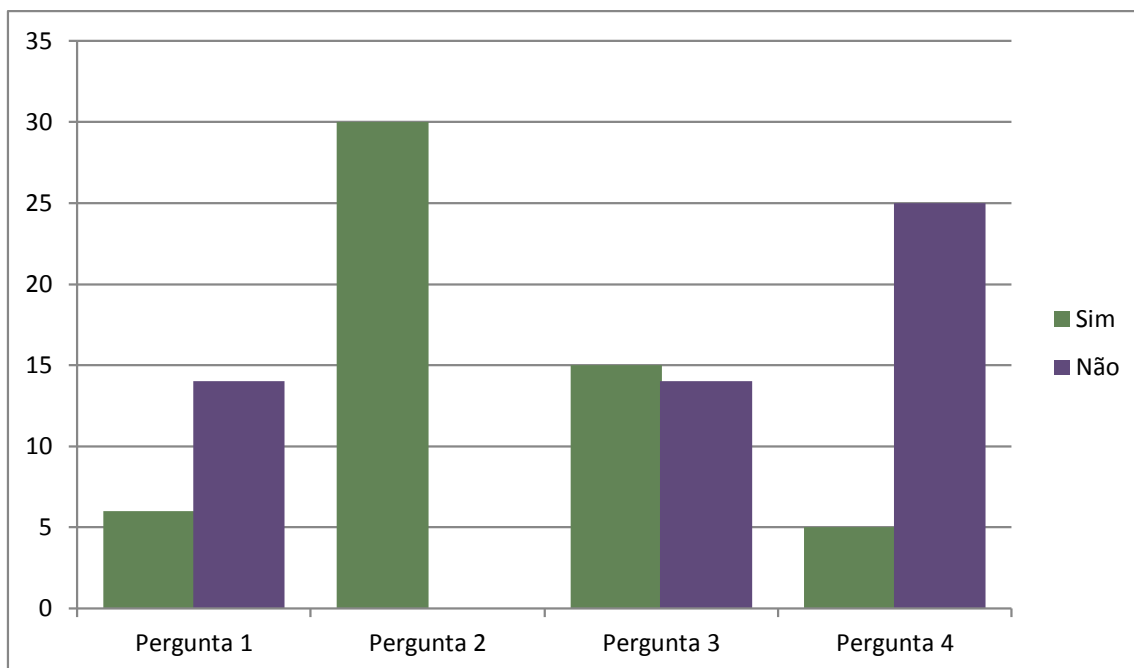
Mesmo levando em conta esse quadro, nota-se que para um mesmo titular o número encontrado de desenhos registrados – 371 (trezentos e setenta e um) - demonstra que para a H Stern o registro internacional não só é pertinente mas incontestavelmente importante, demonstrando que existe razões suficientes para as criações brasileiras serem registradas em países onde se efetuem exposições e vendas. É importante citar que assim como as patentes a proteção é em nível nacional.

Observa-se que os desenhos industriais da H Stern protegidos na Europa não se encontram protegidos no Brasil, e não há mais viabilidade de registro nacional diante da publicação há mais de 180 dias no banco de dados Designview.

Conclui-se também, que por meio das entrevistas que serão comentadas abaixo, 100% dos designers entrevistados afirmam possuírem divulgação de seus trabalhos *online*, ou seja, que ultrapassa a fronteira nacional, ganhando contornos mundiais através da rede.

Considerando-se todo o esforço das instituições e fomentos direcionados ao incentivo da internacionalização do design de joias brasileiro, conclui-se que o quadro apresentado mostra a necessidade de um maior enfoque e difusão da informação no que tange à proteção por propriedade industrial, com ênfase no registro de desenho industrial, das criações nacionais.

Gráfico 6: Resultado das Entrevistas



Fonte: Elaboração própria – Mai 2016

Observando-se o gráfico referente às perguntas 1 e 2⁷⁰, conclui-se que mesmo que os designers em sua maioria não tenham efetuado vendas ou participado de exposições em nível internacional, todos possuem fotos de seus trabalhos na internet, o que possibilita o acesso à visualização das peças por qualquer pessoa que acesse sua página. A exposição das criações *online* sem a devida proteção pode ser apropriada por terceiros com uma certa facilidade, o que deveria ser evitado.

As respostas à pergunta 3⁷¹ sinalizam que mais de 50% dos criadores já tiveram problemas com cópias de suas criações.

⁷⁰ 1) Já vendeu para fora do país ou participou de alguma feira ou evento internacional?
2) tem fotos de produtos em site ou online? (instagram e facebook)

⁷¹ 3) Já teve algum problema de cópia de alguma criação sua?

Conclui-se, portanto que a proteção é necessária e deve ser utilizada pelo setor. Provavelmente a falta dessa utilização possa ser respondida pela pergunta 4⁷², que demonstra claramente que a grande maioria desconhece as proteções existentes para o design de joias.

Fica evidente que o desconhecimento sobre a proteção é a questão a ser trabalhada pelas associações e instituições que atuam diretamente no setor, em nível nacional: SEBRAE, IBGM e associações estaduais (como a AJORIO); e em nível internacional: IBGM e Apex Brasil.

Espera-se que a presente pesquisa possa contribuir na melhora do quadro em que se encontra o setor em termos de proteção, pois até o presente momento, não foram encontrados estudos e levantamentos com as características da presente proposição na literatura nacional e internacional.

5.2 RECOMENDAÇÕES

Diante do estudo efetuado, recomenda-se:

- 1) O fomento das informações sobre proteção pela propriedade industrial na academias e cursos de design de joalheria.

⁷² 4) Conhece os tipos de proteção que existem para as criações de joias?

- 2) Movimentação das associações de classe do setor, como a AJORIO e AJESP⁷³ no sentido de colocar em pauta a questão da proteção pela propriedade industrial para discussão e encaminhamento de pleito para tomada de posição junto à instituição responsável em nível nacional – IBGM.

- 3) Formulação e execução de projetos por parte da IBGM em sinergia com a Apex Brasil (órgão responsável pelo fomento às exportações) para o assessoramento tanto jurídico e técnico, como no auxílio para que os designers, via associação ou individualmente, possam registrar suas criações internacionalmente, levando em consideração os escritórios da Apex nos vários continentes, como endereço necessário para o registro nesses territórios.

- 4) Formulação de material didático sobre como proteger as criações de design de joias pela propriedade industrial.

- 5) Reedição com atualização (se aplicável) da cartilha produzida pelo INPI com apoio do SEBRAE.

- 6) Desenvolvimento de programas para levar o conhecimento de propriedade industrial aos atores do setor.

- 7) Presença em eventos e feiras com *stands* e pontos de divulgação e informação sobre proteção pela propriedade industrial com apoio de órgãos responsáveis: IBGM, Apex, SEBRAE e associações estaduais.

⁷³

8) Estudos com levantamento sobre as lides judiciais envolvendo propriedade industrial de design de joias já ocorridas, com análise de resultados e comentários sobre os julgados.

9) Formulação de material com informações direcionadas aos magistrados elucidando pontos aferidos como pertinentes para o entendimento da matéria, visando facilitar e auxiliar os julgadores nos proferimentos de sentenças que envolvam propriedade industrial de design de joias .

10) Pesquisar valores de sentenças já proferidas e analisar sob o ponto de vista econômico dos designers lesados a pertinência dos mesmos como reparação justa do dano causado.

11) Criar balizamento para o judiciário e para o setor de design de joias

Diante das recomendações acima, espera-se que o estudo possa servir de incentivo a novas pesquisas, principalmente no que tange a percepção da importância da proteção do design de joias pelos *players* do setor.

Igualmente interessante seria a continuidade deste trabalho com um viés jurídico, explorando principalmente a tendência dos julgados para a observação de pontos que possam estar obscuros nas análises dos casos pelos julgadores.

Acredita-se que existem ainda muitos campos a serem explorados no setor de design de joias, e que os mesmos merecem atenção visto não só a

beleza, mas a excelente imagem que nossos designers levam para o mundo com relação a produção e criatividade do Brasil.

6 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AQUINO, Rubim Santos Leão de; *et al.* **Sociedade Brasileira: uma história através dos movimentos sociais**. 8° ed. Rio de Janeiro, Ed. Record, 2012

ASPI. **Propriedade Intelectual**. Disponível em: <<http://www.aspi.org.br/pt-br/propriedadeintelectual.aspx>>. Acesso em: 05/03/2016

BAUDRILLARD, Jean. **La Société de Consommation – ses mythes, ses structures**. Éditions Denoël, Paris. 1970.

BARBOSA, Pedro Marcos Nunes; CASTRO, Raul Murad Ribeiro de. O Design sem Desenho Industrial Registrado: Mitos e Hipóteses de Tutela. In: **Revista da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual – ABPI**. Rio de Janeiro, nº 136, maio/jun. 2015

BENZ, Ida Elizabeth; MAGALHÃES, Cláudio Freitas de. Design como Agente Introdutor de Inovações na Cadeia Produtiva de Jóias e o Papel das IEPs neste Processo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 8. **Anais...** São Paulo. 2008.

_____. **Inovação no processo de design de joias através da modelagem 3D e da prototipagem rápida**. Dissertação (Mestrado). 2009. Rio de Janeiro, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

_____; MAGALHÃES, Cláudio Freitas de. **Interação entre Design de Joias e novas Tecnologias**. Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design 9. **Anais...** São Paulo. 2010.

BRASIL. Lei nº 9.279 de 14 de maio de 1996. **Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial**. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 15 de maio de 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm> Acesso em: 12 mar. 2016.

_____. MDIC. **Setor de Gemas e Joias**. Investimentos/Publicações. 2007. Disponível em: <http://investimentos.mdic.gov.br/public/arquivo/arq1273166162.pdf>. Acesso em: 28/02/2016.

_____. MME. **DESENVOLVIMENTO DE ESTUDOS PARA ELABORAÇÃO DO PLANO DUODECENAL (2010 - 2030) DE GEOLOGIA, MINERAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO MINERAL**. Produto 19 - Minério de ouro / Relatório técnico 28 - Perfil do ouro. Brasília. Consultor: Homero de Araújo Neto. 2009

CAMPOS, A. P. **Joalheria Contemporânea e as fronteiras da arte e do design**. In: Congresso Latino Americano 2, Anais... Buenos Aires: Universidade de Palermo, 2011.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.

CARVALHO, Laura de Souza Cota; *et al.* **Indicações geográficas aplicadas ao setor de gemas e joias**. Fundação Centro Tecnológico de Minas Gerais – CETEC, 2014.

CERATTI, Luciana Jacociunas. **Design de joias contemporâneas: soluções leves e versáteis**. Monografia (Curso de Design de Produto). Porto Alegre Universidade Federal do Rio Grande do Sul /UFRGS, 2013.

CERQUEIRA, João da Gama. **Tratado de Propriedade Industrial**. Vol. II. São Paulo. Ed. Revista dos Tribunais. 1982.

CIBJO [THE WORLD JEWELLERY CONFEDERATION] **Congress 2015**. [Sítio da internet do Congresso da Confederação Mundial de Joalheria]. Disponível em:
<http://congress2015.cibjo.org/index.php?option=com_content&view=article&id=671&Itemid=372>. Acesso em: 20/02/2016.

CUNHA, Laura; MILZ, Thomas. **Joias de crioula**. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.

CNPq. **Propriedade Intelectual**. Serviço de Suporte à Propriedade Intelectual/ SESPI. Portal CNPq. Disponível em: <<http://cnpq.br/sespi>>. Acesso em 05/03/2016

DI BLASI, Gabriel. **A Propriedade Industrial: Os sistemas de marcas, patentes, desenhos industriais e transferência de tecnologia**. Rio de Janeiro. Ed. Forense. 2010.

DIGITAL IQ INDEX L2. [Sítio da internet]. **Empresa de pesquisa em performance online de marcas**. (Watches & Jewellery), 2015. Disponível em: <<https://www.l2inc.com/research/watches-jewelry-2015>>. Acesso em: 22/02/2016.

DNPM. **Cooperativismo Mineral no Brasil: o caminho das pedras, passo a passo**. Ministério de Minas e Energia. Departamento Nacional de Produção Mineral. Brasília. Coordenação: Antônio Fernando da Silva Rodrigues. 2008.

DNPM. **Prata**. DNPM/BA – Responsável: José Admário Santos Ribeiro. Disponível em: <<http://www.dnpm.gov.br/dnpm/sumarios/prata-sumario-mineral-2014>>. Acesso em 19/01/2016.

DRUMMOND, Isabela. **Tecnologia na Produção de Joias**. [Palestra]. In: *Wrokshop* “Caminhos da Joalheria”, Rio de Janeiro, 9 set. 2015. Rio de Janeiro: SENAC, 2015.

EMBRAPA. **BD BASEMFLOR- Manual de banco de dados para registro e monitoramento da marcação de árvores nativas e coletas de sementes**. Embrapa Florestas- Paraná. Documentos (INFOTECA-E). 2007.

EUROMONITOR [Sítio da internet]. **Jewellery in Brazil**. Disponível em: <<http://www.euromonitor.com/jewellery-in-brazil/report>>. Acesso em : 20/02/2016.

EXAME. **As 12 cidades campeãs em consumo de luxo no mundo**. Exame.com/Economia. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/economia/album-de-fotos/as-12-cidades-campeas-em-consumo-de-luxo-no-mundo>>. Acesso em 26/02/2016.

FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. 14° ed. São Paulo: EDUSP, 2012.

FIRJAN. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil - Joias, Bijuterias e afins**. Rio de Janeiro. Ed. Firjan 2013

GALVÃO, Helder (Coord.). **Guia de Direitos Autorais e Imagem para o Produtor Audiovisual**. Rio de Janeiro: OAB/RJ. Comissão de Direito Autoral, Direitos Imateriais e Entretenimento, 2012

GORNI, Antonio Augusto. **Introdução à Prototipagem Rápida e seus Processos**. Revista Plástico e Indústria. Mar. 2001. Última atualização: 10.09.2003. Disponível em: <<http://www.gorni.eng.br/protrap.html>>. Acesso em: 09/02/2016.

GOYANES, Marcelo. **Tópicos em propriedade intelectual: marcas, direitos autorais, *designs* e pirataria**. Rio de Janeiro. Ed. Renovar. 2007

GUILGEN, Carolina de Araujo; FERRO, Gláucia de Salles; PELEGRINI Alexandre V. **Modularização e customização de produtos de consumo: possibilidades de aplicação na indústria de jóias**. Curitiba. PR. Revista UNICURITIBA. v. 11, n° 12. Ed UNICURITIBA. 2012

GUIMARÃES, Susana Maria Serrão. **Proteção Legal do Desenho Industrial: entendimentos, conflitos e implicações dos requisitos de novidade e de originalidade**. Rio de Janeiro. Dissertação (Mestrado) para o Programa de Pós-Graduação do Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação da Academia de Propriedade Intelectual do INPI, Rio de Janeiro, 2010

HESKETT, John. **Desenho Industrial**. Rio de Janeiro. Ed. José Olympio. 2006.

HRD Antwerp Awards. **Brochure**. Bélgica. Disponível em: <<http://www.hrdantwerp.com/data/files/pagina/hrdawardsbrochure2015.pdf>>. Acesso em 20/11/2015

IBGM.[INSTITUTO BRASILEIRO DE GEMAS E METAIS PRECIOSOS] **Políticas e Ações para a Cadeia Produtiva de Gemas e Joias**. Hécliton Santini Henriques e Marcelo Monteiro Soares (coords.). Brasília. Editora Brisa 2005

_____. **Tipos de acabamentos mais utilizados na joalheria**. Infojoia – portal de notícias do IBGM. Publicado em 20/10/2011. Disponível em: <http://www.infojoia.com.br/news_portal/noticia_11429>. Acesso em 09/02/2016.

_____. **Prêmio IBGM de Design de Joias 2012**. Brasília. IBGM Informa n° 72.

Ano XIX. jul./set. 2012.

INFOJOIA. [Site da Internet] **E as previsões do setor joalheiro são...**
Disponível em: <<http://novo.infojoia.com.br/noticias/interna/14681/E-as-previsoes-para-o-setor-joalheiro-sao...>> Acesso em: 17/02/2016.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. [INPI]. (Brasil) [Site da Internet] **Instrução Normativa nº 045/2015**. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/desenho/legislacao-desenho-industrial-1>>. Acesso em 20/04/2016.

_____. **Guia Básico de Desenho Industrial**. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/desenho/guia-basico-de-desenho-industrial>>. Acesso em: 25/03/2016.

_____. **Manual de Marcas**. Disponível em: <<http://manualdemarcas.inpi.gov.br>>. Acesso em: 09/03/2016.

_____. **Legislação – Desenho Industrial**. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/desenho/legislacao-desenho-industrial-1>>. Acesso em: 11/04/2016.

ISTO É. O adeus da Natan. **Isto é dinheiro**, São Paulo,. 5 mar. 2013. São Paulo: Editora Três, 2013.

JANUÁRIO, Erlaine Aparecida. **A Sociedade das Aparências: Vila Rica (1789-1807)**. Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu*. São João Del Rei/UFSJ, 2003. Disponível em: <http://www.ichs.ufop.br/memorial/trab/h8_4.pdf>. Acesso em 15/12/2015.

JOIA CARIOCA. **Setor Joalheiro Fluminense comemora a redução de ICMS para 5%**. Rio de Janeiro. Informativo nº 14/ Ano V / Jan. – Fev. 2009.

KOMATSU, Alberto. **Morre o fundador da joalheria H.Stern**. São Paulo O Estado de São Paulo. 27 de out. 2007.

LABRUNIE, Jacques; COLOMBO, Manuela Correia Botelho. **Proteção e Importância dos Desenhos Industriais**. Rio de Janeiro. 2009
Revista da ABPI, nº 102. ABPI. 2009

LLABERIA, Engracia M. Loureiro da Costa. **Design de Joias: desafios contemporâneos**. São Paulo . Dissertação (Mestrado) 2009. Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2009.

_____. **Design de Joia: da arte à produção industrial**. Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design 9. Anais...São Paulo. 2010.

LEE, Erika Yamamoto; TOMIMATSU Maria Fusako. **Estéticas no design de joias contemporâneas**. Universidade Estadual de Maringá. PR. Revista Espaço Acadêmico. N° 170- jul 2015. Ano XIV. Editora UEM. 2015

LÖBACH, B. **Industrial Design**. São Paulo. Editora Edgard Blücher. 2001

LODY, Raul. **Joias de axé**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

MACHADO, Maria Regina Soares; **A Joia do Rio**. Rio de Janeiro. Editora Senac Rio. 2011.

_____. **Mistura de Luxo**. In: Lapidando a imagem da joia brasileira. Brasília. SEBRAE. 2007.

MAGTAZ, Mariana. **Joalheria Brasileira: do descobrimento ao século XX**. 1º Ed. São Paulo: Editora Mariana Magtaz, 2008.

MONERO, Mariucha. **Jules Sauer: O Caminho das Pedras**. Rio de Janeiro. Ed. Odisseia Editorial. 2011.

MORGADO, Mônica Christina Rodrigues. **Marcas de alto renome: abordagem conforme a legislação brasileira**. Curitiba. Ed. Juruá. 2007

MOTTA, Biane. **História da Joalheria**. Portal das Joias. 2015. Disponível em: <http://www.portaldasjoias.com.br/index.php?option=com_content&task=view&id=156&Itemid=30>. Acesso em: 24/11/2015.

MORAES, Rosana de.[Entrevista]. **Sebrae Inteligência Setorial- Perfil do Consumidor de Joias 2015**. Disponível em: <<https://www.sebraeinteligenciasetorial.com.br/produtos/relatorios-de-inteligencia/perfil-do-consumidor-de-joias-a-importancia-de-conhecer-os-clientes/5640a1ffa4a5741d0050f9ed>> . Acesso em: 20 fev. 2016.

_____, Viviane Nogueira de. **O Autor no Design de Joias: Uma Aproximação com o Direito**. Dissertação de Mestrado em Design. São Paulo Universidade Anhembi Morumbi. 2012

MEDEIROS, Antonio Carlos de Souza; NOGUEIRA, Antonio Carlos. **Planejamento da Coleta de Sementes Florestais Nativas**. Colombo, PR Circular Técnica 126. 2006.

NASCIMENTO, Ana Carolina Ururahy Arruda do. **A Proteção do Design de Joias no Brasil**. Rio de Janeiro . Revista da ABPI, nº 85. ABPI. 2006

NHAN, Nathalia. **Antonio Bernardo fala sobre o mercado de joias no Brasil**. Blouin Art Info. Disponível em : <<http://br.blouinartinfo.com/news/story/975038/antonio-bernardo-fala-sobre-o-mercado-de-joias-no-brasil>>. Acesso em: 11/03/2016

O GLOBO. **Monte Carlo joias compra a marca Natan**. Rio de Janeiro, O Globo, 5 out. 2014.

OLIVEIRA, Mariana Pohlmann de. **Contribuição ao Estudo de Materiais, Processos e Modelos Utilizados na Fabricação de Joias em Larga Escala**. Dissertação de Mestrado em Design. Inédito. Porto Alegre. Universidade Federal do Rio Grande do Sul/UFRGS. 2012

OLIVEIRA NETO, Geraldo Honório de. **Manual de direito de marcas: aquisição da propriedade, posse, direito de precedência ao registro e proteção contra a fraude e a concorrência desleal**. São Paulo. Ed. Pilares. 2007

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL [OMPI]. **Título do curso em inglês**. [Material didático]. Disponível em: <http://www.wipo.int/academy/en/courses/distance_learning/>. Acesso em 29/04/2016

_____. **Curso Geral de Propriedade Intelectual – DL BR 101 P**. Brasil. Organização Mundial da Propriedade Intelectual. 2012

PEDROSA, Julieta. **O Ouro e os Ourives na Antiguidade**. Portal Joia Br. 2014. Disponível em: <<http://www.joiabr.com.br/artigos/hist.html>>. Acesso em: 24/11/2015.

PLETSCH, Laura Wolff. **Desenho Industrial**: Possibilidade de dupla proteção. Rio Grande do Sul. Trabalho de Conclusão de Curso de Bacharel em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul/ PUCRS. 2009.

RODRIGUES, Carlos Delano. **Nomes de Marca**: uma classificação. Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design 9. Anais...São Paulo. 2010.

SANTINI, H.; SOARES, M.. **Políticas e ações para a cadeia produtiva de gemas e joias**. Brasília: Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos; Brisa, 2007.

SANTOS I A dos. **Adornos pessoais**: uma reflexão sobre relações sociais, processo de design, produção e formação acadêmica. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. 2003.

SCHUMAN, Walter. **Gemas do Mundo**. São Paulo. Editora Disal. 2006.

SCORZELLI, Patricia. **O Regime de Direito de Autor em Ambiente Digital**. Rio de Janeiro. Ed. Lumen Juris. 2012

SEBRAE. **Lapidando a Imagem da Joia Brasileira**. Brasília. Editora Liberdade de Expressão. 2007

_____. **Mercado de Biojoias**. Resposta Técnica. Brasília. Projeto de Inteligência Competitiva do Sebrae/Na. Moda. 2014

_____. **Perfil do Consumidor de Joias – A importância de conhecer os clientes**. Relatório de Inteligência Setorial. Sebrae/Na. 2015. Disponível em: <<https://www.sebraeinteligenciasetorial.com.br/produtos/relatorios-de-inteligencia/perfil-do-consumidor-de-joias-a-importancia-de-conhecer-os-clientes/5640a1ffa4a5741d0050f9ed>>. Acesso em 20/02/2016.

_____. **Pós-venda na Moda**. Relatório de Inteligência. Brasília. Projeto de Inteligência Competitiva do Sebrae Nacional. Moda. 2016.

SILVA, Júlio César da. **A necessidade de um novo desenho do setor joalheiro**. Artigo. Portal Joia br. 2003. Disponível em: <<http://www.joiabr.com.br/artigos/jcsa.html>>. Acesso em : 02/01/2016.

SIQUEIRA, Cidda. **Pesquisa de Tendências**: Uma orientação estratégica no design de joias. Rio de Janeiro. Dissertação de Mestrado em Design. PUC. 2007.

SOARES, Estevão. **Acessórios Desde os Primórdios até a Atualidade**. Disponível em: <http://observatoriofeminino.blog.br/lifestyle/acessorios-desde-os-primordios-ate-a-atualidade-parte-1/#.VINMJb_1GwP>. Acesso em 23/11/2015

TEIXEIRA, Amanda Gatinho. Sob os signos do poder: a cultura objetificada das joias de crioulas afro-brasileiras. **Em tempo de histórias**: publicação do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade de Brasília (PPGHIS/UnB). Brasília, nº. 22, Jan./jul. 2013

TIGRE, Paulo Bastos. **Gestão da Inovação**: a economia da tecnologia no Brasil. Rio de Janeiro. Elsevier. 2006.

TRIBUNA DO PARANÁ. **Havaianas com ouro e diamante**. Edição de 25/11/2003. Disponível em: <<http://www.parana-online.com.br/editoria/economia/news/66306/?noticia=HAVAIANAS+COM+OURO+E+DIAMANTE>>. Acesso em 05/04/2016.

VIEIRA, Alexandre Pires. **Direito Autoral na Sociedade Digital**. São Paulo. Ed. Montecristo. 2011

VILELA, Rodolfo Andrade de Gouveia; FERREIRA, Marcos Antonio Libardi. Nem tudo brilha na produção de joias de Limeira - SP. **Production**, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 183-194, 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132008000100014&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 16/06/ 2016.

WHEBSHOPPERS. **Relatório Webshoppers 32º Edição**. Disponível em: <http://img.ebit.com.br/webshoppers/pdf/32_webshoppers.pdf>. Acesso em: 20/02/2016.

WORLD GOLD COUNCIL. **Global gold jewellery market**. [Publicação que analisa o comércio mundial de ouro]. Disponível em: <<http://www.gold.org/>>. Acesso em 22/02/2016.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. Porto Alegre. RS. Editora Bookman.2010.


ZIARESKI, Aloizio J. A. da Paz et al. **Case: APEX do Brasil: um estudo sobre o fomento da Internacionalização de empresas Nacionais** [trabalho acadêmico].Castro, PR: Instituto Educacional de Castro – INEC. 2012..

7 ANEXOS

ANEXO I

Imagens da busca no banco de dados do INPI

Pag. X – Modelo de Utilidade – Depositante: Dellarose Joias Ltda (Acesso em 14/03/2016)

<p>10 </p> <p>REPUBLICA FEDERATIVA DO BRASIL Ministério do Desenvolvimento da Indústria e do Comércio Instituto Nacional de Propriedade Industrial</p>	<p>INPI CEDIN SECRETARIA GERAL BRASÍLIA - DF</p>	<p>11 12 MU 6800233 U</p> <p>13 Data de publicação: 10/10/89 (11/1989)</p> <p>14 Int. Cl.: A44C 15/05, A44D 31/08</p>
<p>16 Prioridade unionista:</p> <p>18 Depositante: Dellarose Joias Ltda. (BR/PR)</p> <p>19 Inventor(es): Rosely Grachinski Celis</p> <p>20 Procurador: Antônio Bulier</p> <p>21 Data do depósito: 04/02/88</p> <p>22 Pedido internacional:</p> <p>23 Publicação internacional:</p>	<p>24 Título: 25 Resumo:</p> <p>"Jóia de bijuteria aplicável ao cabelo."</p> <p>Jóia ou bijuteria aplicável ao cabelo, compreendendo uma base (1) com superfície superior (2) apertada contra (3) deixando qualquer correntado ou nó, em posição vertical, permitindo (4) não se prender na superfície inferior, agarrando para sua adequada manipulação e fixação ao cabelo através de um nó que resultará no uso.</p>	



Pag. X – Marca Coletiva “É do Rio!” – Titular AJORIO (Acesso em 16/03/2016)

BRASIL Acesso à informação Participe Serviços Legislação Canais

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]
Anterior 8/8

» Consultar por: No Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

Marca

Nº do Processo: **910422621**
Titular: AJORIO
Marca:
Procurador: NÃO DEFINIDO
Data do Depósito: 16/12/2015
Situação: Pedido considerado inexistente
Apresentação: Mista
Classe Nice: NCL(10) 14
Natureza: Coletiva
Especificação: Adereços [jóias e bijuterias]; Amuletos [jóias e bijuterias]... CFE(4): 26.7.25 ; 29.1.13

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
X	850150286677	16/12/2015	-	389	AJORIO		-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Complemento do Despacho
2349	12/01/2016	Decisão de considerar pedido inexistente por falta de pagamento	Detalhes do despacho: Pagamento da retribuição posterior à data de envio do formulário eletrônico, em inobservância ao artigo 155 da Lei da Propriedade Industrial e em inobservância ao disposto na resolução nº 026/2013.

Dados atualizados até 15/03/2016 - Nº da Revista: 2358

Pag. X – Registro Marca Nominativa Chanel – Titular Chanel SARL(Acesso em 16/03/2016)

BRASIL Acesso à informação Participe Serviços Legislação Canais

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]
Anterior 7/78 Próximo

» Consultar por: No Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

Marca

Nº do Processo: **007531150**
Titular: CHANEL SARL
Marca: CHANEL
Procurador: DI BLASI, PARENTE, SOERENSEN GARCIA & ASSOCIADOS S/C
Data do Depósito: 07/01/1965
Data da Concessão: 15/06/1972
Situação: Registro de marca em vigor **Vigência: 15/06/2022**
Apresentação: Nominativa
Classe Nice: NCL(8) 14
Natureza: De Produto
Especificação: METAIS PRECIOSOS E SEMI-PRECIOSOS; PEDRAS PRECIOSAS, SEMI-PR...
Prazos para a Prorrogação
Início do Prazo Ordinário: 16/06/2021
Fim do Prazo Ordinário: 15/06/2022
Início do Prazo Extraordinário: 16/06/2022
Fim do Prazo Extraordinário: 15/12/2022

Petições ?

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800120073783	11/05/2012	-	374	Chanel Sarl		-

Publicações ?

RPI	Data RPI	Despacho	Complemento do Despacho
2334	29/09/2015	Deferimento da petição	Protocolo: 800120073783 (11/05/2012) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo ordinário (374.1) Titular: CHANEL SARL Procurador: SOERENSEN GARCIA ADVOGADOS ASSOCIADOS Detalhes do despacho: CONFORME ART. 133 DA LPI.
1807	23/08/2005	990	

Pag. X - Marca Mista "Cartier" – Titular CARTIER INTERNATIONAL AG
(Acesso em 16/03/2016)

BRASIL Acesso à informação Participe Serviços Legislação Canais

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]
Anterior 77/169 Próximo

» Consultar por: No Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

Marca

Nº do Processo: **814602738**

Cartier
SANTOS



Titular: **CARTIER INTERNATIONAL AG**
 Marca: **CARTIER SANTOS + CC**
 Procurador: GUSMÃO & LABRUNIE S/C LTDA
 Nº da Prioridade: **FALTA NÚMERO**
 Unionista:
 Data do Depósito: 18/11/1988
 Data da Concessão: 02/04/1991
 Situação: Registro de marca extinto **Vigência: 02/04/2011**
 Apresentação: Mista
 Classe Nice: NCL(8) 34
 Natureza: De Produto
 Especificação: TABACO; ARTIGOS PARA FUMANTES.;

Prazos para a Prorrogação
 Início do Prazo Ordinário: 03/04/2010
 Fim do Prazo Ordinário: 02/04/2011
 Início do Prazo Extraordinário: 03/04/2011
 Fim do Prazo Extraordinário: 02/10/2011

CFE(4): 26.7.1; 27.5.1

Pag. X - Marca Mista "Joia Carioca" – Titular AJORIO (Acesso em 16/03/2016)

BRASIL Acesso à informação Participe Serviços Legislação Canais

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

Consulta à Base de Dados do INPI


[Início | Ajuda?]
Anterior 3/4 Próximo

» Consultar por: No Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

Marca

Nº do Processo: **904697371**

JOIA
CARIOCA




Titular: ASSOCIACAO DOS JOALH E RELOJ DO EST DO RIO DE JANEIRO
 Marca: JOIA CARIOCA
 Procurador: O PRÓPRIO.
 Data do Depósito: 11/04/2012
 Data da Concessão: 07/04/2015
 Situação: Registro de marca em vigor **Vigência: 07/04/2025**
 Apresentação: Mista
 Classe Nice: NCL(10) 35
 Natureza: De Serviço
 Especificação: Assessoria em gestão comercial ou industrial - [Informação e...

Prazos para a Prorrogação
 Início do Prazo Ordinário: 08/04/2024
 Fim do Prazo Ordinário: 07/04/2025
 Início do Prazo Extraordinário: 08/04/2025
 Fim do Prazo Extraordinário: 07/10/2025

CFE(4): 1.3.1; 1.3.2

Pag. X - Marca Mista “Antonio Bernardo” – Titular HB ADORNOS LTDA
(Acesso em 16/03/2016)

 BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais
--	---------------------	-----------	----------	------------	--------

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior


Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: No Processo | Marca | Titular | Cód. Figura] 1/1

Marca

Nº do Processo: **813806380**



Titular: HB ADORNOS LTDA
Marca: ANTONIO BERNARDO
Procurador: BHERING ASSESSORIA S/C LTDA.
Data do Depósito: 05/11/1987
Data da Concessão: 30/10/1989
Situação: Registro Vigência: 30/10/2019
Apresentação: Mista
Classe Prod./Serv.: 14 - 10 - 20 - 30
Natureza: De Produto
Especificação:

Prazos para a Prorrogação
Início do Prazo Ordinário: 31/10/2018
Fim do Prazo Ordinário: 30/10/2019
Início do Prazo Extraordinário: 31/10/2019
Fim do Prazo Extraordinário: 30/04/2020

CFE(4):27.5.1

ANEXO II

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

PRESIDÊNCIA

25 / 11 / 2015

INSTRUÇÃO NORMATIVA

Nº 045 / 2015

EMENTA: Estabelecimento de normas

transitórias para o processamento do

exame do pedido de registro de Desenho

Industrial, de acordo com a Lei da

**Propriedade Industrial – Lei nº 9279, de
14 de maio de 1996, com o prazo de
vigência de dois anos.**

**O PRESIDENTE DO INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE
INDUSTRIAL**

**– INPI, no exercício de suas atribuições regimentais previstas no artigo 22 do
Decreto**

nº 7.356, de 12 de novembro de 2010, e

**CONSIDERANDO a premência na adoção de medidas para eliminação do
atraso na concessão dos registros de Desenho Industrial;**

**CONSIDERANDO a necessidade de se estabelecer melhores práticas e
procedimentos para o exame dos pedidos de registro de Desenho Industrial;**

**CONSIDERANDO o número aproximado de 13.550 (treze mil, quinhentos e
cinquenta) pedidos de registro, na presente data, sem decisão e o número
crescente**

de novos pedidos depositados no INPI, e

**CONSIDERANDO que a Administração Pública deve observar o princípio da
eficiência no exercício de suas competências, de forma a prestar a sua efetiva
finalidade, sempre em busca da qualidade e de melhores resultados,**

RESOLVE:

**Art. 1º - Estabelecer normas de procedimentos para análise do relatório
descritivo e das reivindicações, eventualmente apresentados nos depósitos dos
pedidos de registros de Desenho Industrial, objetivando a eliminação do atraso
existente na concessão dos registros.**

Art. 2º - O relatório descritivo e as reivindicações, de que trata o art. 101, incisos

II e III, da LPI, não serão objeto de análise durante a fase do exame do pedido de registro de Desenho Industrial.

§ 1º - O relatório descritivo e as reivindicações, se apresentados no ato do depósito do pedido, somente serão analisados no curso do exame de recursos por parte da segunda instância administrativa do INPI, caso necessário.

§ 2º - Constará do certificado de registro ressalva de que os dados contidos nos eventuais relatórios descritivos e reivindicações não exercem efeitos sobre a proteção conferida pelo registro.

Art. 3º - Esta Instrução Normativa entrará em vigor na data de sua publicação na

Revista Eletrônica da Propriedade Industrial - RPI e terá duração de dois anos, ficando

suspensa, neste período, a aplicação do artigo 28 da IN n.º 044/2015 pela primeira

instância administrativa.

Luiz Otávio Pimentel

ANEXO III

Nacionais

Prêmios:

Prêmio AuDITIONS 2010⁷⁴:

- Ana Júlia Vinhal Gonçalves
- Carla Moreira Pereira Abras
- Carolina Monteiro Gonçalves
- Paula Gonçalves Reis
- Dulce Helene Goettems
- Emi Kyouho
- Ligia Muzzi Henriques
- Felipe Guerra Assumpção
- Flávia Rigoni
- Carlos Godoy
- Heloísa Azevedo
- Leandro Portela
- Iolene Alves Lima Almeida
- Janaína Monteiro
- Laura Barreto
- Juliana Pellegrini

⁷⁴ Disponível em: < <http://www.midiorama.com.br/works/2010/2012/auditions-brasil-2010-premiacao-final/>>. Acesso em 21/04/2016.

- Junea Fontenelle
- Suka Braga
- Lídia Mara Pereira Abraham
- Lis Haddad
- Raquel Rocha Muniz
- Ricardo Rochmann Semeles
- Rodrigo Robson
- Renata Bessa
- Sérgio Póvoa Pires

Prêmio AuDITIONS 2012⁷⁵:

- Maíra Pelição Rebelo
- Vivian Dutra de Lima
- Taciana Scalon
- Anne Ferreira Silva Pacheco
- Celina Geara
- Cristiane Possunato Dinardi
- Henrique Slomp Ramos
- Douglas Henrique Soares Santos
- Maide Lança de Moraes
- Selma Helena Montenegro Botelho
- Maria Guerra
- Paulo Armando Ferrara de Carvalho Barbosa

⁷⁵ Disponível em: <<http://www.midiorama.com.br/works/2012/10646/anglogold-ashanti-auditions-brasil-2012>>. Acesso em: 21/04/2016.

- Lorena Viana Batista
- Renata Bessa
- Eliânia Fátima de Moraes Rosetti
- Ida Elizabeth Benz
- Victor Hugo Falcão de Freitas
- Lena Garrido
- Camila Schmitt
- Carla Abras

Prêmio AuDITIONS 2014⁷⁶:

- Isabelle Lampe Kowalski
- Adriana de Oliveira
- Flavia Rigoni
- Camila Schmitt

Prêmio IBGM de Design 2009⁷⁷:

Categoria- Joias da Natureza

- Aline Miranda Guimarães
- Andréa Nicácio
- Carla Moreira Pereira Abras

⁷⁶ Disponível em:< <http://www.auditionsbrasil.com.br/anglogold-ashanti/>>. Acesso em 21/04/2016.

⁷⁷ Disponível em:
<<http://www.sistemaajorio.com.br/site/index.php/component/content/article/40-rea-de-desenvolvimento/rea-de-desenvolvimento/162-divulgado-o-resultado-da-primeira-etapa-do-15o-pro-ibgm-de-design-de-joias>>. Acesso em 16/04/2016

- Daniela Kruchin
- Isabel Cristina Weddigen Dornelles
- Dulce Helene Goettems
- Edson Silva Xavier
- Emi Kyouho
- Rachel Távora Mancini
- Renata Bessa
- Vânia Maria Siqueira

Categoria – A Cara do Brasil

- Carla Moreira Pereira Abras
- Cláudio Mattos Fonseca
- Cristiane Possemato Dinardi
- Dulce Helene Goettems
- Emi Kyouho
- Marcela Franco
- Renata Bessa
- Rodrigo Robson
- Thaís Vilela
- Vânia Maria Siqueira

Categoria – Lapidação Diferenciada

- Ana Cecília Artiaga Guedes
- Dulce Helene Goettems

- Edson Silva Xavier Mara Guerra
- Emi Kyouho
- Gilsimara de Oliveira Pinto
- Heloisa Azevedo
- Maíra Paiva Pereira
- Paulo Armando
- Paulo Armando
- Rodrigo Robson

Prêmio IBGM de Design 2012⁷⁸:

Categoria – Lapidação Diferenciada

- 1º lugar: Carla Abras
- 2º lugar: Letícia Landgraf
- 3º lugar: Caroline Galvão

Categoria – Joias Poéticas e Contemporâneas

- 1º lugar: Caroline Galvão
- 2º lugar: André Faria
- 3º lugar: Emi Kyouho

Categoria - Joias com Gemas Coradas e Pérolas Douradas

⁷⁸ Disponível em: <<http://novo.feninjer.com.br/noticias/detalhes/8>>. Acesso em:16/04/2016.

- 1º lugar: Claudia Lamassa
- 2º lugar: César Aleandri
- 3º lugar: Lorena Gomes

Exposições:

PANorama Carioca 2005⁷⁹:

- Dulce Marine
- UNA – Joia
- Lucia Perrone
- Patrícia Sparano
- Luciana Preuss
- Hilzes Hebert
- Iva Pereira
- Vanessa Wagner
- Miriá Couto
- Abner Salustiano
- Sergio Medeiros
- Webier Lopes
- Margareth Cardoso
- Santos Sobrinho
- Anna Torchia
- Ana Somaglia
- Thania Pitta
- Tatiana Bravo

⁷⁹ Disponível em: <<http://www.sistemaajorio.com.br/site/index.php/entidades-2/notas-mainmenu-27/17-panorama-carioca>>. Acesso em: 16/04/2016.

- Cristina Dias
- Renata Rose
- Milu Assad
- Carol Parrot
- Lucia Abdenur
- Key
- Leticia Costa
- Regina Boanada
- Corina Seiferle
- Telma Ramos
- Cristina Loureiro
- Maria Antonia
- Nely Mazzora
- Anna Paula Vivaqua
- Françoise Sylvia Perret
- Ana Maria Huertas
- Laurenice Singulani
- Cid Bigio
- Eduardo Artz
- Christine Norris
- Luiza Diniz
- Valeria Tupinambá
- Cristiane Brentan
- Virginia Moraes
- Armando Barbosa

- Alice Domingues
- Tatiana Zaharoff
- Kathia Mello
- Danir Lara
- Cristiane Neves
- Solange Jansen
- Sofia Sarudy

Tecnogold 2013⁸⁰:

- Cássio Orrico
- Milu Assad
- Elisa Paiva
- Valéria Berkovitz
- Leonilton Sanches
- Marcela Costa
- Alessandra Piccini

ArtRio 2015⁸¹:

- Luisa Schroder & Griffith
- Maria Frering e Camila Cunha
- Yara Figueiredo

⁸⁰ Disponível em: <<http://www.sistemaajorio.com.br/site/index.php/entidades-2/notas-mainmenu-27/454-tecnogold-2013-conectada-com-o-futuro>>. Acesso em: 16/04/2016.

⁸¹ Disponível em: <<http://www.shoppingdagavea.com.br/home/unico-como/1161-o-olhar-de-anna-clara-herrmann>>. Acesso em: 16/04/2016.

- Lidice Caldas
- Rose Carvalho
- Bia Vasconcellos
- Francisca Bastos
- Isabella Escudero
- Anna Paula Vivacqua
- Nely Mazorra

Casa Cor 2015⁸²:

- Roberta do Rio
- Isabella Escudero
- Nelusha Araújo
- Leilah Costa
- Yael Sonia

Joialerismo Expo 2015⁸³:

- Adalberto Amorim
- Alice Lobato
- Atelier Grão
- Atelier Dezoito
- André Pokan
- Andrea Porto
- Anna Valle

⁸² Disponível em: <<http://www.shoppingdagavea.com.br/home/unico-como/1161-o-olhar-de-anna-clara-herrmann>>. Acesso em: 16/04/2016.

⁸³ Disponível em: <<http://www.joialerismo.com/2015/11/joialerismo-expo.html>>. Acesso em: 16/04/2016.

- Bela Aiache - Candy Glass
- Bruna Leon
- Bianca Basilone
- Carlos Herrera
- Cris Consalter
- Cinthia Café,
- Raquel Rocha
- Isabella Escudero
- Josi Moura
- Julia Azevedo
- Sartori
- Julia Zambon
- Livia Costa
- Marisa Portel
- Natalia Pita
- Pat Capaz
- Paula Salamonde
- Rita Santos
- Stefano Di Pastena
- Vanessa Clark
- 950ForMen

Rio + Design 2015 Brasil⁸⁴:

- André Costa

⁸⁴ Disponível em: <<https://www.facebook.com/riomaisdesign>>. Acesso em: 16/04/2016.

- Ana Berredo
- Vinicius Chiappeta
- Ana Clark
- Denise Queiroz
- Diogo Dalloz
- Flavia Amoedo
- Gabriel Leal
- Aderval Souza
- Isabella Escudero
- Lívia Canuto
- Monica Krexa
- Monica Pondé
- Nely Freitas
- Cláudio Freitas de Magalhães
- Fernanda Corrêa
- Natasha Scagliusi
- Isabela Drummond
- Rachel Sabbagh
- Beatrice Reinisch
- Rodrigo Gava
- Adriana Ximenes
- Andréa Drummond

Internacionais

Prêmios:

Prêmio IF Design⁸⁵:

2004 e 2005 – 1 Designer (Antonio Bernardo)

2006 – 2 Designers (Antonio Bernardo e Ivete Cattani)

2007, 2008 e 2009 – 1 Designer (Antonio Bernardo)

2010 – 1 Designer (Adalberto Amorim)

2011 – 1 Designer (Antonio Bernardo)

2015 – 1 Grife – Atelier Schiper (Alessandra e Aline Schiper)

Prêmio IJL – International Jewellery London⁸⁶:

2004 – 1 Designer (Antonio Bernardo)

Prêmio Red Dot Design Award⁸⁷ 2004 e 2010 / Prêmio Inhorgenta⁸⁸ 2010:

1 Designer (Antonio Bernardo)

Prêmio HRD Antwerp Awards 2003⁸⁹:

2 Designers (Adriano Mol e Glauca Silveira)

⁸⁵ Disponível em: <<http://ifworlddesignguide.com/>>. Acesso em: 21/04/2016.

⁸⁶ Disponível em: <<http://www.jewellerylondon.com/>>. Acesso em: 21/04/2016

⁸⁷ Disponível em: <<http://en.red-dot.org/red-dot-award.html>>. Acesso em: 22/04/2016

⁸⁸ Disponível em: <<http://www.inhorgenta.com/>>. Acesso em: 22/04/2016

⁸⁹ Disponível em: <<http://www.hrdantwerp.com/en/awards>>. Acesso em: 22/04/2016

Exposições:

Inhorgenta Expo 2014⁹⁰:

- Emar Batalha
- Miriam Mamber
- Gloria Corbetta
- Patricia Centurion
- Paula Guaratini
- Reny Golcman
- Sonia Pasetti
- Yael Sonia

Bijhorca 2014/2015⁹¹:

- Eneida França
- Lavish
- MBEX
- Glória Erthal
- Pili's Secret
- Monica Krexa
- Carol Nader

⁹⁰ Disponível em: <<http://www.inhorgenta.com/>>. Acesso em: 22/04/2016

⁹¹ Disponível em:
<https://www.facebook.com/328209980638762/photos/pcb.569339493192475/569338916525_866/?type=1&theater>. Acesso em 22/04/2016.

Rio+Design Milão 2015⁹²:

- Antônio Bernardo
- Atelier Schiper
- Diogo Dalloz
- Flávia Amoedo
- H. Stern
- Hefestos
- Lívia Canuto
- Marzio Fiorini
- Millu Assad
- Mônica Pondé
- Odara
- Olendzki
- Vanessa Robert

Rio+Design Milão 2016⁹³

- Antônio Joalheiro
- Diogo Dalloz
- Ni Romiti
- Nocca Atelier
- Paula Mourão
- Tatiana Berenguer
- Vanessa Robert

⁹² Disponível em: <www.ajorio.com.br>. Acesso em: 22/04/2016

⁹³ Disponível em: <<http://www.sistemaajorio.com.br/site/index.php/entidades-2/notas-mainmenu-27/788-rio-design-milao>>. Acesso em 22/04/2016

- Vinícius Braga