

Design e Território: exemplos e potencialidades de Indicação Geográfica no setor de Gemas e Joias

Design and Territory: cases and potentialities of Geographical Indication in the Gems and Jewelry sector

OLIVEIRA, Lorena Gomes Ribeiro de; Doutoranda; Universidade do Estado de Minas Gerais/ Escola de Design

lorenagomesr@gmail.com

ROMEIRO FILHO, Eduardo; Doutor; Universidade Federal de Minas Gerais

romeiro@dep.ufmg.br

MENDONÇA, Rosângela Míriam Lemos Oliveira; Doutora; Universidade do Estado de Minas Gerais/ Escola de Design

rosangela.mendonca@uemg.br

Sob a ótica do Design para os Territórios, este trabalho tem como temática a valorização de produtos locais e as Indicações Geográficas (IG) no setor de gemas e joias. São apresentados dois exemplos que já têm registro de IG – (i) *Opala Preciosa e Joias Artesanais de Opalas de Pedro II, no Piauí* e (ii) *Joias Artesanais em Prata de Pirenópolis, em Goiás* – e um estudo de caso com potencial de registro – (iii) *Topázio Imperial e Joias Artesanais de Ouro Preto, em Minas Gerais*. Os objetivos do trabalho são apresentar esses produtos locais e seus respectivos contextos, bem como difundir essa temática como possibilidade de pesquisa e de atuação do design. Os procedimentos metodológicos adotados foram a pesquisa bibliográfica e o estudo de caso. Os resultados demonstram que o design pode contribuir para a identificação de produtos locais e para a construção de diagnósticos com comunidades produtoras.

Palavras-chave: Design para os Territórios; Indicação Geográfica; Gemas e Joias.

From the perspective of Design for Territories, this work is about the valorization of local products and Geographical Indications (GI) in the gems and jewelry sector. Two examples that already have GI registration are presented - (i) Opala Preciosa and Opal Handcrafted Jewelry from Pedro II, in Piauí and (ii) Silver Handcrafted Jewelry from Pirenópolis, in Goiás - and a case study with registration potential - (iii) Imperial Topaz and Handcrafted Jewelry from Ouro Preto, in Minas Gerais. The objectives of the work are to present these local products and their respective contexts, as well as to disseminate this theme as a possibility for research and design practice. The methodological procedures adopted were bibliographic research and case study. The results show that design can contribute to the identification of local products and to the construction of diagnoses with producing communities.

Keywords: Design for Territories; Geographical Indications; Gems and Jewelry.

1 Introdução

Design para os Territórios (PARENTE, LUPO E SEDINI, 2017) é um campo de atuação prático e teórico que lida com diferentes áreas de interesse e objetivos, valendo-se para isso de um conjunto de abordagens, métodos e ferramentas. Por se tratar de um campo amplo, comporta pesquisas e iniciativas de design realizadas em variados contextos territoriais para, por exemplo: dar nova ocupação ou uso aos espaços públicos de cidades (CRUICKSHANK, COUPE & HENNESSY, 2013); revitalizar comunidades rurais marginalizadas (HUANG & ANDERSON, 2019); apoiar pequenos empreendimentos locais sob o viés da economia solidária (SOUSA, BARBOSA & NORONHA, 2020); promover o turismo sustentável (CANNAN & OLIVEIRA, 2019); preservar a cultura e os saberes locais (CARVALHO, GRINER & PINTO, 2019); desenvolver arranjos produtivos locais ou polos produtivos (FRANDOLOSO *et al.*, 2018); valorizar especificidades locais, como artesanato (SANTOS & OLIVEIRA, 2019) e gastronomia (CAMPOS, CAMPOS & NORONHA, 2020); dentre outras finalidades. Portanto, observa-se que projetos de design sobre produtos locais e comunidades produtoras também estão situados neste campo.

O Brasil possui uma multiplicidade de produtos locais¹ que resultam das mais diversas tradições produtivas de comunidades em todo o país. Alguns desses produtos se destacam por já terem conquistado o registro de Indicação Geográfica (IG), como nos exemplos apresentados neste trabalho, que tem como recorte temático produtos locais do setor de gemas e joias: (i) Opala Preciosa e Joias Artesanais de Opalas de Pedro II, no Piauí e (ii) Joias Artesanais em Prata de Pirenópolis, em Goiás. Contudo, observa-se que há ainda muitos produtos que são passíveis de reconhecimento, se isso for um desejo das comunidades produtoras. Neste sentido, uma possibilidade de atuação do design é contribuir para a identificação de produtos locais que tenham forte relação com a história, cultura e tradição de seus territórios. Para isso, Krucken (2009) afirma que é necessário reconhecer as qualidades do produto e do território, o que significa compreender quais são as características singulares e os principais traços que marcam a identidade territorial, dentre outros aspectos. Sendo assim, é possível atuar sob a ótica do design junto a grupos e comunidades na construção de diagnósticos de produtos e territórios com potencial para Indicações Geográficas, como no terceiro caso apresentado neste trabalho – (iii) Topázio Imperial e Joias Artesanais de Ouro Preto, em Minas Gerais.

Este trabalho traz a temática da IG para o setor de gemas e joias, tendo como objetivos apresentar dois exemplos que já possuem IG e um caso com potencial de registro (investigado sob a ótica do design); e difundir este assunto como possibilidade de pesquisa e de atuação do design.

2 Metodologia

Os procedimentos metodológicos adotados foram a pesquisa bibliográfica e o estudo de caso (YIN, 2001). Para o estudo de caso do (iii) *Topázio Imperial e Joias Artesanais de Ouro Preto, em Minas Gerais*, foi realizada uma pesquisa de campo em Ouro Preto para coleta de dados. Essa etapa incluiu entrevistas abertas com os produtores de joias do território, visitas aos locais de produção joalheira e de venda dos produtos, além de registros em fotos, vídeos e notas.

¹ Para Krucken (2009) “produto local” é a expressão em português que traz a ideia de produto ligado ao território. Neste artigo, empregamos o termo “produto local” conforme essa definição da pesquisadora.

Foram entrevistados artesãos, comerciantes e clientes do setor de joias artesanais, como forma de compor um “pano de fundo” da produção de joias em Ouro Preto e a relevância das características locais para o design de joias. Na etapa seguinte foram feitas a análise e a interpretação dos dados coletados por meio do Muro de Síntese (*Synthesis Wall também conhecido por Insight Mapping, Affinity Mapping ou Clustering Map*), a fim de identificar temas, aspectos e agrupamentos relevantes para a pesquisa (SERVICE DESIGN TOOLS, 2021).

3 Indicação Geográfica

Conforme sintetizado por Mendonça (2019), a Propriedade Intelectual abrange o Direito Autoral, a Propriedade Industrial e a Proteção *Sui Generis*. Os instrumentos mais conhecidos de Propriedade Industrial são as marcas e as patentes, mas também faz parte dessa categoria a *Indicação Geográfica (IG)*, que é um instrumento de propriedade industrial que identifica a origem de um determinado produto ou serviço que (a) tem origem em um local conhecido por aquele produto ou serviço ou (b) tem certas qualidades graças à sua origem geográfica. O Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) é quem analisa os pedidos e concede o Certificado de Registro de IG para os produtos ou serviços aprovados (INPI, 2021a). As IGs são divididas em duas espécies definidas nos artigos 177 e 178 da Lei da Propriedade Industrial:

Art. 177. Considera-se indicação de procedência o nome geográfico 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 de prestação de determinado serviço.

Art. 178. Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos (BRASIL, 1996, grifo nosso).

A *Indicação de Procedência (IP)* se baseia na notoriedade e reconhece um local geográfico como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou serviço. Portanto, para requisitar a IP é preciso demonstrar que o local se tornou conhecido pelo produto ou serviço ali produzido ou prestado, considerando sua história e suas qualidades (HUNDERTMARCH, 2016), como nos exemplos tratados neste artigo: (i) Opala Preciosa e Joias Artesanais de Opalas de Pedro II, no Piauí e (ii) Joias Artesanais em Prata de Pirenópolis, em Goiás (INPI, 2021b). Já na *Denominação de Origem (DO)*, as características de determinado local (fatores naturais e humanos) agregam um diferencial ao produto, então, as peculiaridades daquele local devem afetar o resultado final do produto, de forma identificável e mensurável (GIESBRECHT *et al.*, 2014). Para solicitar a DO é necessário comprovar que o produto ou serviço tem relação com a origem geográfica, que é responsável pelas características únicas e não reproduzíveis em outros locais. Um exemplo é o Vale dos Vinhedos, região produtora de vinhos no Rio Grande do Sul, que foi a primeira DO de vinhos do Brasil (HUNDERTMARCH, 2016).

As duas espécies de IGs são ferramentas coletivas de valorização de produtos locais atrelados a determinados territórios, tendo como principais funções agregar valor ao produto e proteger a região produtora. As IGs contribuem para a preservação da biodiversidade, da herança histórico-cultural e do conhecimento regional, pois estimulam a continuidade de produções que muitas vezes não são em grande escala devido às tradições produtivas das comunidades (KAKUTA *et al.*, 2006). O registro das IGs é importante para o desenvolvimento socioeconômico local, uma vez que visibiliza os pequenos negócios, estimula a organização local e o aprimoramento de processos produtivos, incrementa o turismo e as atividades

culturais locais, contribuindo para o desenvolvimento do território e para a valorização dos produtores (GIESBRECHT *et al.*, 2014).

As IGs também contribuem para a conservação, salvaguarda e promoção do patrimônio cultural (HUNDERTMARCH, 2016; BELAS, 2012), especialmente o patrimônio cultural de natureza imaterial, pois promovem e perpetuam os saberes, as práticas e as tradições das comunidades produtoras registradas. Sobre o conceito de patrimônio cultural, é válido resgatar que a Constituição Federal de 1988 ampliou a noção de patrimônio definida pelo Decreto-lei nº 25, de 30 de novembro de 1937, substituindo o termo “patrimônio histórico e artístico” por “patrimônio cultural”. Esta alteração incluiu as contribuições dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira e reconheceu a natureza imaterial, o que significou uma ampliação importante dos bens passíveis de reconhecimento (IPHAN, 2021a). A Constituição da República Federal define em seu artigo 216 que o *patrimônio cultural brasileiro* é:

(...) constituído por bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem

I- as formas de expressão;

II- os modos de criar, fazer e viver;

III- as criações científicas, artísticas e tecnológicas;

IV- as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;

V- os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico (BRASIL, 1988, grifo nosso).

O *patrimônio cultural material* pode ser “imóvel” como as cidades históricas, sítios arqueológicos e paisagísticos e bens individuais; ou “móvel”, como coleções arqueológicas, acervos museológicos, documentais, bibliográficos, arquivísticos, videográficos, fotográficos e cinematográficos (IPHAN, 2021b). Já o *patrimônio cultural imaterial*, segundo a definição da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) ratificada pelo Brasil, são “as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas (...) que as comunidades, os grupos e, em alguns casos os indivíduos, reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural” (IPHAN, 2021c, *on-line*). O patrimônio imaterial tem como característica a transmissão de geração a geração, sendo também continuamente recriado pelas comunidades e grupos em função das suas interações, o que gera um sentimento de identidade e continuidade (IPHAN, 2021c).

O citado artigo 216 determina ainda que o poder público, com a colaboração da comunidade, promoverá e protegerá o patrimônio cultural brasileiro, por meio de inventários, registros, vigilância, tombamento e desapropriação, e de outras formas de acautelamento e preservação (BRASIL, 1988). O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) – autarquia federal para a conservação, salvaguarda e promoção do patrimônio cultural brasileiro – tem como uma das suas atribuições o reconhecimento e registro de bens culturais materiais e imateriais (IPHAN, 2021a). Nas esferas estadual e municipal, há instituições que também possuem instrumentos em seus âmbitos para tal. Tendo como referência as duas instituições federais, o INPI e o IPHAN “analisam pedidos de registro e concedem titulação específica a uma prática, produto ou serviço que caracterizam determinado lugar, sob perspectivas distintas, mas que convergem para o patrimônio cultural” (IPHAN, 2016, *on-line*). Belas (2012) investigou a relação entre as IGs e a salvaguarda do patrimônio cultural e destacou que ao

longo dos anos vem aumento a quantidade de produtos e práticas que acumulam registros no INPI e no IPHAN. Um dos exemplos dessa dupla titulação citado pela pesquisadora, é o queijo artesanal do Serro que possui Indicação de Procedência do INPI e registro de patrimônio imaterial no Livro de Registro de Saberes do IPHAN.

4 Produtos com Indicação de Procedência no Setor de Gemas e Joias

O INPI (2021b) concedeu registro de Indicação de Procedência a diferentes tipos de produtos, dentre eles produtos do setor de gemas e joias. A seguir serão descritos dois exemplos, levantados a partir de revisão de literatura.

4.1 Exemplo (i): Opala Preciosa e Joias Artesanais de Opalas de Pedro II, Piauí

A descoberta da opala em Pedro II, no Piauí, está registrada apenas na história oral dos garimpeiros e, por isso, os acontecimentos se transformam à medida que são recontados de geração em geração. As versões existentes estão associadas a casos fortuitos e remetem ao final da década de 1930. Uma das versões diz que a primeira opala foi encontrada por um agricultor que estava preparando a roça e, ao arrancar o pé de macaxeira, encontrou a pedra brilhante. Algumas amostras foram levadas a Teresina para que engenheiros e técnicos fizessem a análise do material (VIDAL *et al.*, 2018; GIESBRECHT *et al.*, 2014).

A partir da identificação das amostras como opala, começaram a surgir as primeiras áreas de garimpo e mineração na região. O período entre os anos de 1960 e 1980 foi marcado pelo grande volume de extração de opalas, com empresas em atividade explorando os depósitos maiores, os primários, e garimpeiros trabalhando nos depósitos secundários. Em meados da década de 1980, começou um processo de esvaziamento, com empresas deixando de operar nas jazidas, possivelmente devido à maior dificuldade de se encontrar pedras de qualidade e à redução nos lucros. Na mesma década, houve também um primeiro movimento para tentar fortalecer a cadeia produtiva da opala em Pedro II envolvendo instituições públicas e privadas. A principal estratégia, nessa época, foi o treinamento e a formação de ourives, lapidários e joalheiros para que as pedras, que eram vendidas brutas, pudessem ser transformadas em joias (Figura 1), agregando assim maior valor à opala (MILANEZ & PUPPIM, 2009).

Figura 1 - Opala e joias artesanais com opala de Pedro II, no Piauí.



Fonte: GIESBRECHT *et al.* (2014).

Em 2005, foi necessário reorganizar a atividade de extração de opalas, que estava com diversos problemas relacionados à informalidade e aos impactos ambientais. Sob pressão das autoridades, foi preciso buscar soluções que permitissem a exploração de maneira sustentável. Uma das soluções foi a implantação do arranjo produtivo local, o APL-Opala, que reuniu e organizou os diversos atores do setor: a Associação dos Joalheiros e Lapidários de Pedro II, a Cooperativa dos Garimpeiros de Pedro II e a Associação dos Produtores de Opala do Piauí. Inicialmente foram feitas a formalização e a regularização das áreas para pesquisa mineral e tecnológica, além do fortalecimento e da formalização da cooperativa de garimpeiros. A partir disso, durante a execução do projeto foram realizados: diagnóstico do setor de joalheiro; caracterização mineralógica e gemológica dos resíduos da opala; oficinas de capacitação de ourivesaria, lapidação e design de joias com opala, dentre outras ações (VIDAL *et al.*, 2018).

Com esse projeto implementado, o município de Pedro II teve melhorias significativas na cadeia produtiva de opala e joias. A ideia de Indicação Geográfica partiu do APL- Opala que, para organizar o processo e fazer a requisição junto ao INPI, criou o Conselho da União das Associações e Cooperativas de Garimpeiros, Produtores, Lapidários e Joalheiros de Gemas de Opalas e de Joias Artesanais de Opalas do município de Pedro II - IGO. Em 2012, o INPI concedeu o registro de IG, com o selo de Indicação de Procedência da opala preciosa e das joias artesanais de opalas de Pedro II, tendo como delimitação geográfica todo o município. Tal reconhecimento incrementou os negócios locais, aqueceu o setor turístico e fortaleceu a vocação local de Pedro II para o setor de gemas e joias, que é conhecida como “a terra da opala” (SOUZA & SANTOS, 2021).

As opalas preciosas de Pedro II são opalas naturais, e apresentam um jogo de cores característico produzido pela difração da luz branca através de uma estrutura ordenada de micros esferas de sílica. (...) A tonalidade corpórea da opala preciosa varia de tons claros a escuros, de translúcidas a opacas. As joias artesanais de opala, por sua vez,

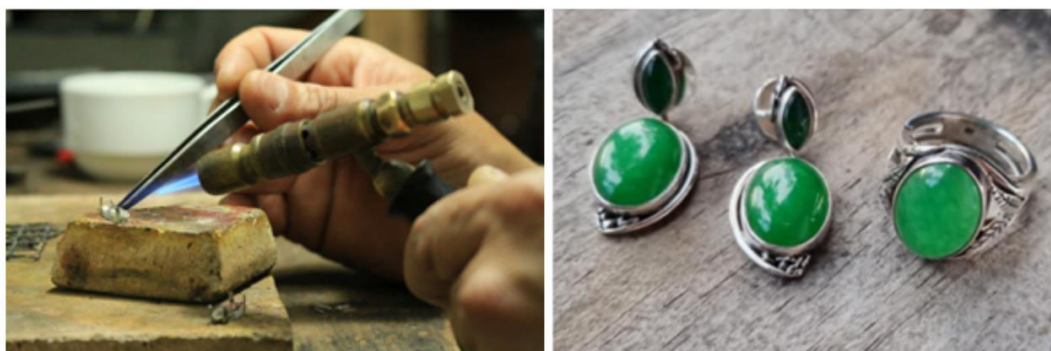
permitem a combinação das opalas preciosas com outros materiais, tais como ouro, prata e tucum. Os artesãos desenvolvem designs próprios, criando uma identidade artística e valorização das suas joias, em forma de colares, pingentes, brincos e anéis (GIESBRECHT *et al.*, 2014, p.121).

4.2 Exemplo (ii): Joias Artesanais em Prata de Pirenópolis, Goiás

A joia artesanal em prata de Pirenópolis, em Goiás, é um produto cultural de tradição originada com o movimento *hippie* por volta de 1978, quando um grupo de artesãos chegou à zona rural da cidade e criou a Cooperativa Agroartesanal Terra Nostra. Nas oficinas da comunidade, os artesãos produziam joias e também ensinavam aos jovens as técnicas de ourivesaria que dominavam (SEBRAE GO, 2021). Assim o conhecimento começou a ser difundido entre as pessoas da comunidade, passando de geração em geração, mesmo depois que a comunidade *hippie* se desfez. A joalheria em prata se tornou uma atividade importante que influenciou a cultura e a economia local. Ao longo dos anos, Pirenópolis passou a ter dezenas de oficinas dedicadas à produção artesanal de joias em prata, ficando conhecida como a “capital da prata”. Este reconhecimento se deu pela importância do trabalho artesanal em joias cuja matéria prima é a prata, e não pela extração do metal, uma vez que não existe mineração de prata na região (OLIVEIRA, 2020).

Em 2014, o SEBRAE de Goiás aplicou um diagnóstico de potenciais Indicações Geográficas no estado e concluiu que Pirenópolis tinha como diferencial a joia artesanal em prata (Figura 2). A partir de então, a instituição passou a apoiar os artesãos e a Associação Cultural e Ecológica dos Artesãos em Prata de Pirenópolis (ACEAPP) na estruturação do processo de reconhecimento da IG, realizando ações para capacitação das partes interessadas e para fortalecer a governança local (OLIVEIRA, 2020). Em 2019, o INPI aprovou a requisição da ACEAPP, concedendo o registro de Indicação de Procedência para as joias artesanais em prata, tendo como delimitação geográfica todo o município de Pirenópolis (INPI, 2021b).

Figura 2 - A produção de joias artesanais em prata de Pirenópolis, em Goiás.



Fonte: Página no Facebook da ACEAPP (2021).

As joias protegidas pela IP são aquelas que se enquadram no regulamento elaborado pela ACEAPP e pelo Conselho Regulador. São brincos, anéis, pingentes, pulseiras, colares, dentre outras peças em prata, com ou sem gemas, produzidas exclusivamente pelos artesãos da área geográfica delimitada, utilizando os processos produtivos artesanais. Em relação ao design, o regulamento diz que o estilo é livre, podendo usar referências em diversas fontes, inclusive, com inspiração em aspectos regionais, tais como fauna e flora. As joias devem buscar a consolidação do estilo próprio de cada artesão e fortalecer a Indicação de Procedência, garantindo a valorização artística e mercadológica (INPI, 2019).

Como a Indicação de Procedência de Pirenópolis é recente, não é possível saber ainda quais os benefícios da IG a médio prazo, inclusive porque poucos meses após a conquista do selo a pandemia se instalou no país impactando as atividades de forma geral. Contudo, o SEBRAE GO (2021) afirma que o selo de IG deu aos artesãos maior visibilidade, o que fez crescer a autoestima e o desejo de melhorar ainda mais sua produção. Além disso, o selo valoriza a importância da preservação da tradição da joia em prata como parte da cultura local.

5 Produtos com Potencial de Indicação Geográfica no Setor de Gemas e Joias

A seguir são apresentados os resultados do diagnóstico elaborado a partir de uma pesquisa que tem como estudo de caso a joia artesanal de Ouro Preto, em Minas Gerais. São apresentados os principais aspectos que caracterizam o produto e a sua produção e comercialização, partindo de uma breve contextualização histórica, a fim de demonstrar que o ofício dos ourives em Ouro Preto está fortemente atrelado à história e cultura do território.

5.1 Estudo de caso (iii): Topázio Imperial e Joias Artesanais de Ouro Preto

A cidade de Ouro Preto está localizada no estado de Minas Gerais, a cerca de cem quilômetros da capital Belo Horizonte. A produção de joias artesanais se concentra em Ouro Preto (sede) e no distrito de Santo Antônio do Leite, que estão separados por uma distância de aproximadamente trinta quilômetros.

O ofício dos ourives em Ouro Preto carrega uma longa história que teve início há mais de três séculos, quando os primeiros ourives chegaram na região, possivelmente motivados pela descoberta das minas de ouro. Russel - Wood (2004) recorda que Ouro Preto nasceu a partir dos aglomerados populacionais e garimpos estabelecidos na região em função da descoberta de importantes jazidas de ouro no final do século XVII. A presença dos ourives em Minas Gerais e, especificamente, em Ouro Preto pode ser observada na investigação de Trindade (1955) que reuniu cerca de cem nomes de ourives de Minas Gerais nos séculos XVIII e XIX. Nos registros é possível constatar que muitos vieram do Rio de Janeiro, da Bahia, de Pernambuco e também de Portugal se fixando, principalmente, em Ouro Preto e na cidade vizinha Mariana. O ofício dos ourives se perpetuou ao longo dos séculos, passando por diferentes momentos e se adequando às mudanças sociais, políticas, econômicas e culturais. Atualmente, a produção e a comercialização de joias são importantes para a região, pois além de gerarem trabalho e renda, configuram uma característica marcante da identidade do território.

A produção das joias ocorre em pequenas oficinas que funcionam em pontos comerciais ou nas residências dos ourives. A quantidade de ourives trabalhando em cada oficina é variável, mas prevalece de um a três ourives por oficina. O processo produtivo predominante é a produção na banca/bancada que tem como característica principal o trabalho manual, o que confere o caráter artesanal à peça. Cada produto é feito individualmente e tem as suas especificidades, como dimensões, formas, materiais, cravação e acabamento. O ourives conhece as etapas necessárias para produzir as diferentes joias, portanto, há uma singularidade no processo de produção de cada joia. É possível produzir uma infinidade de modelos de joias, sendo que o tipo de peça (de maior ou menor complexidade construtiva) e a sua qualidade dependem da habilidade do ourives em executar as técnicas necessárias para produzi-la, desde o preparo da liga até o acabamento da peça.

Em relação aos materiais que são utilizados na produção local, predominam a prata, o ouro e as gemas de cor (exemplos: ametista, topázio, citrino, turmalina, água-marinha etc.). É oportuno lembrar que o Brasil é uma das mais importantes regiões gemológicas do mundo, sendo o estado de Minas Gerais um grande produtor. Dentre a gama de pedras utilizadas nas

joias artesanais de Ouro Preto, o topázio imperial² (Figura 3) se destaca por sua beleza, raridade e principalmente por ser produzido no município, ou seja, a gema por si só é um produto do território. O topázio imperial de Ouro Preto tem características que o torna único, por isso é uma pedra de reconhecimento mundial.

Figura 3 – Joias artesanais com topázio imperial de Ouro Preto, em Minas Gerais.



Fonte: Autora (2021).

Ouro Preto tem título de Patrimônio Mundial da UNESCO (IPHAN, 2021d), o que contribui para promover o território e atrair visitantes do Brasil e do exterior. É uma das principais cidades turísticas do país no segmento histórico-cultural (BRASIL, 2010) e recebe milhares de visitantes durante o ano. No centro histórico de Ouro Preto sede se concentram os pontos de produção

² O nome “topázio imperial” foi atribuído em 1881, quando o Imperador do Brasil, Dom Pedro II, e a Imperatriz, Dona Tereza Cristina, foram presenteados com uma amostra desta gema pelo mineralogista francês Claude Henri Gorceix, fundador da Escola de Minas de Ouro Preto (IBRAM, 2017).

(oficinas de joias) e os pontos de venda (joalherias, lojas de artesanato/*souvenir*, barracas na Feira de Pedra-Sabão etc.), o que dá visibilidade aos produtos “joias” e “gemas” (de forma geral) e contribui para que esses sejam associados ao território. O distrito de Santo Antônio do Leite é reconhecido pela produção e comercialização de joias artesanais e também recebe visitantes. Então, uma parcela dos consumidores dos produtos é formada por turistas brasileiros e estrangeiros que visitam o território e outra parcela é local e regional, sendo formada pelos moradores de Ouro Preto e de municípios vizinhos.

O diagnóstico do setor de joias Ouro Preto sinaliza que as joias artesanais de Ouro Preto têm potencial de Indicação Geográfica, uma vez que a notoriedade desses produtos pode ser percebida a partir: (a) da longa tradição histórica do ofício dos ourives no território; (b) do processo produtivo artesanal predominante nas oficinas de joias; (c) do saber-fazer passado de geração em geração; (d) da qualidade do produto; (e) dos materiais empregados majoritariamente (prata, ouro e gemas de cor, com destaque para o topázio imperial) e (f) do reconhecimento, pela comunidade interna e externa, do produto atrelado ao território. O topázio imperial também se mostra com produto potencial de Indicação Geográfica pois, conforme já mencionado, é produzido no território, tem características próprias e é reconhecido mundialmente devido, principalmente, à sua raridade e beleza.

É importante ressaltar que estas características são relacionadas a aspectos de design e podem ser estruturadas a partir de uma abordagem do design centrada no território. Parece claro que no processo de IG, o design servirá para ressaltar aspectos locais ligados às características da produção joalheira, evitando o risco de soluções “genéricas” que acabem por fugir à tradição local, prejudicando o aspecto de maior valor da produção, ou seja, seu caráter local.

6 Considerações Finais

O design pode contribuir para a valorização de produtos locais e identidades territoriais atuando em diversas frentes de trabalho. Uma delas, mencionada neste artigo, é a identificação de produtos locais e a construção de diagnósticos com a participação das comunidades produtoras, como vem sendo feito no estudo de caso (iii) da joia artesanal de Ouro Preto. Os diagnósticos devem trazer o máximo possível de informações sobre o território e o produto local em questão, explorando as singularidades e mostrando os aspectos sociais, históricos, culturais, produtivos, dentre outros. Os diagnósticos reúnem de forma sistematizada informações que, muitas vezes, nunca foram levantadas ou se encontravam de forma desconexa. As informações contidas em um diagnóstico podem ser usadas pela comunidade produtora (inclusive com outros atores locais interessados) para traçar estratégias de valorização de produtos locais visando o desenvolvimento sustentável do território. E se for de interesse da comunidade produtora, uma dessas estratégias pode culminar no pedido de registro de uma IG, por exemplo. Foi observado durante a pesquisa de campo como o design é relevante para a identificação de características que demonstrem a singularidade do produto e da produção local, ou seja, como atributos de design podem servir como parâmetro para processos de IG.

Como descrito neste trabalho, as IGs são ferramentas coletivas de valorização de produtos locais vinculados a determinados territórios, tendo como principais funções agregar valor ao produto e proteger as comunidades produtoras. Portanto, as IGs também contribuem para a conservação, salvaguarda e promoção do patrimônio cultural e da biodiversidade. Considerando que o Brasil possui uma multiplicidade de produtos locais que resultam das mais diversas tradições produtivas de comunidades em todo o país, são poucos os produtos que integram as listas de IGs do INPI. Há de se difundir mais esse tema e ampliar o diálogo com as comunidades produtoras para que elas possam compreender os benefícios de uma IG, refletir

e decidir com base em seus contextos territoriais. O setor de gemas e joias, recorte temático deste trabalho, tem potencial para que mais produtos tenham seus registros de IG, sendo que o design pode atuar com as comunidades e contribuir neste processo de identificação dos produtos locais e construção de diagnósticos.

Agradecimentos

Instituto Federal de Minas Gerais - Campus Ouro Preto; Universidade do Estado de Minas Gerais; Universidade Federal de Minas Gerais.

7 Referências

BELAS, C. A. **Indicações Geográficas e Salvaguarda do Patrimônio Cultural: artesanato de capim dourado Jalapão-Brasil**. 2012. 266p. Tese (doutorado em Ciências Humanas e Sociais) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, 2012.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em: 5 mar. 2021.

BRASIL. **Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm. Acesso em: 10 abr. 2021.

BRASIL. **Turismo Cultural: orientações básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

CAMPOS, D. R. S.; CAMPOS, L. F. A.; NORONHA, R. G. Design Sistêmico para Valorização da Cultura Gastronômica: a Construção do Relevo Holístico. **Educação Gráfica**, Bauru, v.24, n.2, p.164-179, 2020. Disponível em: <http://www.educacaografica.inf.br/revistas/vol-24-numero-02-2020>. Acesso em: 7 jun. 2021.

CANAAN, R. P.; OLIVEIRA, A. J. O Potencial do Design combinado ao Setor do Turismo como alternativa para a valorização dos recursos locais. In: 7º Simpósio Design Sustentável, Recife. **Anais eletrônicos [...]** Blucher Design Proceedings, v.6, 2019. p.653-663. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/33577>. Acesso em: 7 jun. 2021.

CARVALHO, L. S. C.; GRINER, D. R.; PINTO, M. S. Design e preservação do patrimônio imaterial. In: 7º Simpósio Design Sustentável, Recife. **Anais eletrônicos [...]** Blucher Design Proceedings, v.6, 2019. p.719-729. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/33583>. Acesso em: 7 jun. 2021.

CRUICKSHANK, L.; COUPE, G.; HENNESSY, D. Co-Design - fundamental issues and guidelines for designers: beyond the castle case study. **Swedish Design Research Journal**, Estocolmo, v.2, n.13, p.48-57, 2013. Disponível em: <https://svid.ep.liu.se/article/view/514>. Acesso em: 10 jul. 2020.

FRANDOLOSO, M. A. L. et al. Inovação pelo design na indústria moveleira: o polo moveleiro de Lagoa Vermelha/RS. **e-Revista LOGO**, Florianópolis, v.7, n.2, p.76-91, 2018. Disponível em: <http://stat.saudeetransformacao.incubadora.ufsc.br/index.php/eRevistaLOGO/article/view/5220>. Acesso em: 13 mar. 2021.

GIESBRECHT, H. O.; MINAS, R. B. A.; GONÇALVES, M. F. W.; SCHWANKE, F. H. **Indicações geográficas brasileiras**. Brasília: SEBRAE e INPI, 2014. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/catalogo-indicacoes-geograficas-brasileiras,c1e390411e9e9410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 5 ago. 2020.

HUANG, T.; ANDERSON, E. Designing for Revitalization of Communities through New Business

Models for Traditional Arts and Crafts. **Art and Design Review**, China, v.7, n.4, p.225-236, 2019. Disponível em: <https://www.scirp.org/journal/paperinformation.aspx?paperid=96180> Acesso em: 15 nov. 2021.

HUNDERTMARCH, B. **As Indicações Geográficas como um mecanismo a resguardar o patrimônio cultural imaterial: um olhar à luz da experiência da região do Vale dos Vinhedos**. 117f. (mestrado em Direito) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2016.

IBRAM – INSTITUTO BRASILEIRO DE MINERAÇÃO. **Topázio Imperial**. 2017. Disponível em: <https://ibram.org.br/noticia/topazio-imperial/> Acesso em: 3 jun. 2021.

INPI – INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. Indicações geográficas – seção IV. **Revista da Propriedade Industrial**, n.2531, 2019. Disponível em: <http://revistas.inpi.gov.br/rpi/> Acesso em: 20 abr. 2021.

INPI – INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Manual de indicações geográficas**. 2021a. Disponível em: <https://manualdeig.inpi.gov.br/projects/manual-de-indicacoes-geograficas/wiki> Acesso em: 17 abr. 2021.

INPI – INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Lista das indicações de procedência concedidas**. 2021b. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil> Acesso em: 17 abr. 2021.

IPHAN – INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Iphan e INPI articulam integração entre Patrimônio Cultural e áreas de Indicação Geográfica**. 2016. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/3802> Acesso em: 20 abr. 2021.

IPHAN – INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Patrimônio Cultural**. 2021a. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/218>. Acesso em: 13 abr. 2021

IPHAN – INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Patrimônio Material**. 2021b. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/276>. Acesso em: 13 abr. 2021

IPHAN – INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Patrimônio Imaterial**. 2021c. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/234>. Acesso em: 13 abr. 2021.

IPHAN – INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL Ouro Preto (MG). 2021d. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/373/> Acesso em: 13 abr. 2021.

KAKUTA, S. M.; SOUZA, A.I.L.; SCHWANKE, F. H.; GIESBRECHT, H. O. **Indicações geográficas: guia de respostas**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/7B4FAF1836BF6DBE832575CF0072CEC7/\\$File/NT00040FE2.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/7B4FAF1836BF6DBE832575CF0072CEC7/$File/NT00040FE2.pdf) Acesso em: 20 abr. 2021.

KRUCKEN, L. **Design e território: valorizando identidades e produtos locais**. São Paulo: Nobel, 2009.

MENDONÇA, R. M. L. O. A Propriedade Intelectual e recomendações para Empreendimentos Integrals. In: MENDONÇA, R. M. L. O.; FIGUEIREDO, M. C. B. DE (Eds.). **Economia Criativa: Práticas para Inovação e Desenvolvimento**. Belo Horizonte: Editora UEMG, 2019. p. 16–30.

MILANEZ, B.; PUPPIM, J. A. Ambiente, pessoas e labor: APLs além do desenvolvimento econômico na mineração de opalas em Pedro II, Piauí. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v.7, n.4, dez.2009. Acesso em: 12 abr. 2021.

OLIVEIRA, A. C. G. S. **Propriedade intelectual**: indicação geográfica de artesanato no Brasil na perspectiva da portaria SEI Nº 1.007/2018. 2020. 160 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2020.

PARENTE, M.; LUPO, E.; SEDINI, C. **Teoria/Prática**: Dialoghi sul design per i territori. Milão: Dipartimento di Design, Politecnico di Milano, 2017. Disponível em: <http://www.d4t.polimi.it/dissemination-and-networking/> Acesso em: 9 set. 2020.

RUSSEL-WOOD, A. J. R. O Brasil colonial: o ciclo do ouro. In: BETHELL, L. (org.). **História da América Latina**: América Latina Colonial. v.2. São Paulo: EdUSP, 2004. p. 471- 526.

SANTOS, L. F.; OLIVEIRA, L. G. T. Design e Antropologia na valorização da produção artesanal ceramista da Comunidade Quilombola Negros do Riacho – RN. In: 13º Congresso Pesquisa e Desenvolvimento em Design, Joinville. **Anais eletrônicos** [...] Blucher Design Proceedings, v.6, 2019. p.16-30. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-list/ped2018-314/list#articles> Acesso em: 28 jan. 2021.

SEBRAE GO – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS/ GOIÁS. **Jóias artesanais em prata**. 2021. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/origens/joias-artesanais-emprata,6d57f97a9a739710VgnVCM_100000d701210aRCRD. Acesso em: 5 jun. 2021.

SERVICE DESIGN TOOLS. **Tools**. 2021. Disponível em: <https://servicedesigntools.org/tools>. Acesso em: 10 abr. 2021.

SOUSA, F. S.; BARBOSA, S. L. P.; NORONHA, R. G. Codesign e Economia Solidária: construindo identidades com grupos produtivos no Maranhão. In: Colóquio Internacional de Design, online. **Anais eletrônicos** [...] Blucher Design Proceedings, v.8, 2020. p.380-395. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/35855> Acesso em:

SOUSA, L. M.; SANTOS, M. J. C. Indicação geográfica e desenvolvimento territorial: um estudo sobre o caso da gema opala em Pedro II no Piauí. **Revista INGI**, v. 5, n. 1, p.1162-1178, mar. 2021. Disponível em: <http://www.ingi.api.org.br/index.php/INGI/article/view/148/135>. Acesso em: 14 abr. 2021.

VIDAL, F. W. H.; OLIVEIRA, M. G. N. M.; FREIRE, L. C.; SANTOS, C. A. M. **As opalas de Pedro II no Piauí e o arranjo produtivo local**. (Série Rochas e Minerais Industriais, 23). Rio de Janeiro: CETEM/MCTI, 2018.

YIN, R. K. **Estudo de Caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2001.