



**PROFNIT**

Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual  
e Transferência de Tecnologia para a Inovação

Universidade Federal de Alagoas



LAVÍNIA CORREIA DAS NEVES GOMES DE MELO

**ESTUDO DA VIABILIDADE DO REGISTRO DA MARCA COLETIVA DA RENDA  
SINGELEZA DE ALAGOAS, E DO SEU POTENCIAL PARA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS**

**Instituto de Química e Biotecnologia**

**Campus A. C. Simões**

**Tabuleiro dos Martins**

**57072-970 - Maceió – AL**

[www.profnit.org.br](http://www.profnit.org.br)

LAVÍNIA CORREIA DAS NEVES GOMES DE MELO

**Estudo da Viabilidade do registro da Marca Coletiva da renda Singeleza de Alagoas,  
e do seu potencial para Indicação Geográfica**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação - PROFNIT- Ponto Focal UFAL.

Orientador (a): Prof<sup>ª</sup>. Dra. Tatiane Luciano Balliano

Co-orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dra. Silvia Beatriz Beger Uchoa.

Maceió  
2022

**Catálogo na Fonte  
Universidade Federal de Alagoas  
Biblioteca Central  
Divisão de Tratamento Técnico**

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

M528e Melo, Lavinia Correia das Neves Gomes de.  
Estudo da viabilidade do registro de marca coletiva da renda Singeleza de Alagoas, e do seu potencial para indicação geográfica / Lavinia Correia das Neves Gomes de Melo. – 2022.  
[69] f. : il.

Orientadora: Tatiane Luciano Balliano.

Co-orientadora: Ssilvia Beatriz Beger Uchoa.

Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação) – Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Química e Biotecnologia. Maceió, 2022.

Bibliografia: f. [67]-[68].

Anexos: f. [69]-[69].

1. Brasil. Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996. 2. Renda Singeleza (Marca registrada). 3. Marcas coletivas. I. Título.

CDU: 330.341.1:746.2



**FOLHA DE APROVAÇÃO**

LAVÍNIA CORREIA DAS NEVES GOMES DE MELO

**ESTUDO DA VIABILIDADE DO REGISTRO DA MARCA COLETIVA DA RENDA  
SINGELEZA DE ALAGOAS, E DO SEU POTENCIAL PARA INDICAÇÃO  
GEOGRÁFICA**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação.

Dissertação aprovada em 30 de novembro de 2022.

**COMISSÃO JULGADORA:** gov.br

Documento assinado digitalmente  
ALEXANDRE GUIMARÃES VASCONCELLOS  
Data: 15/02/2023 09:37:29-0300  
Verifique em <https://verificador.it.br>

**Dr. ALEXANDRE GUIMARÃES VASCOCELLOS, INPI**  
Examinador Externo à Instituição

**Dr. EDUARDO MEIRELES, UEMG**  
Examinador(a) Externo(a) à Instituição

Documento assinado digitalmente  
gov.br SILVIA BEATRIZ BEGER UCHOA  
Data: 15/02/2023 15:25:18-0300  
Verifique em <https://verificador.it.br>

Documento assinado digitalmente  
gov.br EDUARDO MEIRELES  
Data: 14/02/2023 15:43:54-0300  
Verifique em <https://verificador.it.br>

**Dra. SILVIA BEATRIZ BEGER UCHOA, UFAL**  
Examinador(a) Interno(a) (Coorientadora)

Documento assinado digitalmente  
gov.br TATIANE LUCIANO BALLIANO  
Data: 14/02/2023 11:46:40-0300  
Verifique em <https://verificador.it.br>

**Dra. TATIANE LUCIANO BALLIANO, (Orientadora) UFAL**  
Presidente (Orientadora)

## DEDICATÓRIA

*Dedico este trabalho “in memoriam” da Dona Marinita, artesã a qual escolho para ser representante de todas as rendeiras da Singeleza de Alagoas, e, também, à professora Josemay Ferrare, por toda seu trabalho para salvaguardar a história do artesanato.*

## **AGRADECIMENTOS**

À Deus, à Nossa Senhora Aparecida e ao meu querido Santo Antônio, aos quais eu entrego todos os passos da minha vida.

Aos meus pais, Paulo e Marília, pelo amor recíproco e incondicional de sempre, por estarem sempre presentes ao meu lado, sendo minha base, me incentivando, me apoiando e vibrando com todas as minhas conquistas; e por sempre terem me proporcionado as melhores oportunidades de estudo, sem nunca medir esforços.

Ao meu amado esposo, Arthur Toledo, por toda compreensão, abdicção junto comigo, parceria, orientação e apoio ao longo da minha vida acadêmica de Mestrado, por me contagiar com o seu jeito comprometido e focado com a vida profissional, trazendo inspiração, sempre, para os meus propósitos.

Ao meu irmão, Lucas Neves, por toda compreensão e cumplicidade, sendo presente com os nossos pais nos momentos que eu não pude estar.

À minha orientadora Tatiane Balliano, e à minha coorientadora Silvia Uchoa, por terem sido presentes em todo o meu trabalho; me orientando com maestria, compartilhando conhecimentos sobre Propriedade Intelectual e Inovação, e participando ativamente junto comigo nas pesquisas de campo e nas etapas para concretização.

Aos meus sócios, colegas de escritório e amigos por terem compreendido as minhas ausências ao longo deste tempo de Mestrado; em especial, aos grandes amigos Claudine Lacerda e Rodrigo Carvalho por servirem de inspiração à jornada PROFNIT, estando sempre presentes nos meus melhores e piores momentos de vida.

À minha grande amiga Cerize Ferrari por ter me apresentado e compartilhado comigo à riqueza da Singeleza através do seu trabalho de dissertação do Mestrado.

Aos professores do PROFNIT/UFAL, ao servidor Marcos da Secretaria, sempre muito solícito e gentil; aos amigos de turma, em especial aos amigos, Camila Lacerda e Paulo Cavalcanti, pelos aperseios e sorrisos compartilhados.

À querida professora Josemary Ferrare por sua dedicação, com amor, à preservação da história e do saber fazer da renda Singeleza, e por ter compartilhado comigo à sua caminhada junto com a professora Adriana Guimarães.

Aos professores Eduardo Meireles e Alexandre Guimarães, membros da minha banca examinadora, pelas valorosas opiniões sobre o meu trabalho.

E finalmente, às rendeiras do CREN/AL, Artecet, Casa da Singeleza “Dona Marinita” e Nossa Singeleza; no qual deixo meu carinho e imenso agradecimento pela parceria de sempre, representadas pelas queridas Maria Eugênia Brandão e Jeane Valentim.

**MELO, Lavinia Correia das Neves Gomes de. Estudo da Viabilidade do registro da Marca Coletiva da renda Singeleza de Alagoas, e do seu potencial para Indicação Geográfica. 2022. (Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Universidade Estadual de Alagoas, Alagoas, 2022.**

## **RESUMO**

A autoria e origem de qualquer produção ou serviço de determinada região deve ser devidamente identificada e reconhecida como sua Propriedade Intelectual. Para tal, tem-se as Indicações Geográficas (IG) como sendo meios que se destinam a proteger de maneira específica, os produtos de uma região em refutação às falsas indicações de procedência e fundamentação, tornando-o devidamente reconhecido. Assim, acerca de uma IG específica retratada, tem-se a renda Singeleza, a qual se trata de uma técnica de renda do artesanato brasileiro, realizada com uma agulha extremamente delicada, rede e malhas minúsculas que ao serem laçadas vão formando desenhos. Através da renda Singeleza, surgem diversas produções artesanais como peças de vestuário feminino e confecções domésticas, entretanto, esta técnica tão antiga no Brasil, encontra-se em declínio no estado de Alagoas, em razão da expansão de mercado das rendas industriais. Desse modo, o presente trabalho de conclusão de curso tem como objetivo versar quanto a viabilidade do registro da marca coletiva da renda em Alagoas, e preparar para um possível pedido futuro de indicação geográfica de procedência, tendo em vista as possibilidades decorrentes do risco de desaparecimento da técnica. Este fora elaborado com base na busca por materiais bibliográficos em bancos de dados virtuais, bem como com base no conhecimento vislumbrados em visitas à locais de produção da renda Singeleza.

Palavras-Chave: renda singeleza; marca coletiva; indicação geográfica; Alagoas.

**MELO, Lavinia Correia das Neves Gomes de. Estudo da Viabilidade do registro da Marca Coletiva da renda Singeleza de Alagoas, e do seu potencial para Indicação Geográfica. 2022. (Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Universidade Estadual de Alagoas, Alagoas, 2022.**

### **ABSTRACT**

The authorship and origin of any production or service from a given region must be duly identified and recognized as its Intellectual Property. To this end, Geographical Indications (GI) are means that are intended to protect, in a specific way, the products of a region in refutation of false indications of origin and justification, making it duly recognized. Thus, about a specific GI portrayed, there is the Singeleza lace, which is a lace technique of Brazilian craftsmanship, made with an extremely delicate needle, net and tiny meshes that, when laced, form designs. Through the Singeleza lace, several artisanal productions arise, such as women's clothing and domestic confections, however, this technique, which is so old in Brazil, is in decline in the state of Alagoas, due to the expansion of the industrial lace market. In this way, the present Course Conclusion Work aims to discuss the feasibility of registering the Collective Mark of income in Alagoas, and prepare for a possible future request for a Geographical Indication of origin, in view of the possibilities arising from the risk of disappearance of the technique. This was prepared based on the search for bibliographic materials in virtual, databases as well as based on the knowledge glimpsed in visits to places of production of Singeleza lace.

Keywords: Singeleza laces; collective mark; geographical indication; Alagoas.



## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	Renda Singeleza .....	28
FIGURA 2	Elaboração da Técnica .....	29
FIGURA 3	Formas de utilização da Renda Singeleza .....	30
FIGURA 4	Alguns dos palestrantes e organizadores .....	43
FIGURA 5	Rendeiras da Singeleza e organizadores.....	43
FIGURA 6	Organizadoras do evento .....	44
FIGURA 7	Maria Eugênia (CREN) – palestrante .....	44
FIGURA 8	Cerize Ferrari – Palestrante .....	45
FIGURA 9	;Exposição das rendeiras da Singeleza .....	45
FIGURA10	Josemary Ferrare e Adriana Guimarães – palestrantes.....	46
FIGURA11	Rodrigo Carvalho, Mila Passan ( palestrantes).....	46
FIGURA12	Auditório do IPHAN com as rendeiras.....	48
FIGURA13	Auditório do IPHAN com as rendeiras .....	48
FIGURA14	Maicon Marcante (IPHAN/AL), Lavínia e Maria Eugênia (CREN)...	49
FIGURA 15	Apresentação do Regulamento de Utilização por Lavínia.....	49
FIGURA16	Apresentação do Manual de Identidade da Marca por Maria Eugênia..	50.
FIGURA17	Apresentação do Manual de Identidade da Marca por Maria Eugênia..	50
FIGURA18	Frente dos cartões-postais da Singeleza entregue pelo IPHAN.....	51
FIGURA19	Verso dos cartões-postais da Singeleza entregue pelo IPHAN.....	51
FIGURA 20	Selfie com as rendeiras participantes do encontro e Maria Eugênia (CREN)..	52
FIGURA 21	Centro de Recuperação e Educação Nutricional (CREN) .....	54
FIGURA 22	Mulheres aprendendo a técnica da renda Singeleza .....	54
FIGURA 23	Grupo de rendeiras do CREN .....	55
FIGURA 24	Casa da Singeleza “Dona Marinita”.....	56
FIGURA 25	Visita a sede de Marechal, Casa da Singeleza “Dona Marinita”.....	57
FIGURA 26	Renda Singeleza feita pelas rendeiras.....	57
FIGURA 27	ARTECER.....	58

FIGURA 28	Parte interna ARTECER.....	59
FIGURA 29	Renda elaborada pelas artesãs.....	59
FIGURA 30	Comercialização dos produtos.....	60

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1	Resultados esperados.....	39
TABELA 2	Cronograma.....	55
TABELA 3	Apêndice A- Matrix Fofa (Swot).....	61
TABELA 4	Apêndice B- Modelo de negócios CANVAS.....	62

## **LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS**

<b>IG</b>	Indicação Geográfica
<b>IQB</b>	Instituto de Química e Biotecnologia
<b>PROFNIT</b>	Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação
<b>UFAL</b>	Universidade Federal de Alagoas

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>13</b>
<b>2</b>	<b>OBJETIVO</b> .....	<b>16</b>
2.1	OBJETIVO GERAL.....	16
2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	16
<b>3</b>	<b>REVISÃO DE LITERATURA</b> .....	<b>17</b>
3.1	HISTÓRICO DE IG NO MUNDO.....	17
3.2	HISTÓRICO DE IG NO BRASIL.....	21
3.3	MARCAS X MARCAS COLETIVAS X IG .....	23
3.4	MARKETING / DIVULGAÇÃO DA IG E DA MARCA COLETIVA (CASES) .....	26
3.5	RENDA SINGELEZA NO MUNDO.....	27
3.6	RENDA SINGELEZA NO BRASIL.....	30
3.7	RENDA SINGELEZA EM ALAGOAS.....	32
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	<b>35</b>
4.1	LISTA DAS ETAPAS METODOLÓGICAS .....	35
4.2	DESCRIÇÃO DETALHADA DE CADA ETAPA METODOLÓGICA.....	36
4.3	MATRIZ DE VALIDAÇÃO/AMARRAÇÃO.....	38
<b>5</b>	<b>RESULTADOS</b> .....	<b>39</b>
<b>6</b>	<b>DISCUSSÃO</b> .....	<b>46</b>
<b>7</b>	<b>IMPACTOS</b> .....	<b>53</b>
<b>8</b>	<b>ENTREGÁVEIS DE ACORDO COM OS PRODUTOS DO TCC</b> .....	<b>54</b>
<b>9</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>56</b>
<b>10</b>	<b>PERSPECTIVAS FUTURAS</b> .....	<b>58</b>

<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>59</b>
<b>APÊNDICE A – Matrix FOFA (SWOT).....</b>	<b>61</b>
<b>APÊNDICE B – Modelo de Negócio CANVAS.....</b>	<b>62</b>
<b>APÊNDICE C – Regulamento de Utilização da Marca Coletiva.....</b>	<b>63</b>
<b>APÊNDICE D – Modelo de Regulamento de Utilização de Marca Coletiva- anexo I da Instrução Normativa INPI nº 296/2012</b>	
<b>APÊNDICE E – Minuta do Caderno de especificações técnicas para pedido de registro de IG de procedência de renda da agulha “Singeleza” de Alagoas, anexo da dissertação de Mestrado da autora Cerize Maria Ramos Ferrari de Melo</b>	
<b>APÊNDICE F – Manual de Identidade Visual da Marca coletiva elaborado por Maria Eugênia Brandão (CREN)</b>	
<b>APÊNDICE G – Estatuto da Associação das Artesãs de Singeleza e bordados de Paripueira/AL- ARTECER</b>	

## 1. INTRODUÇÃO

Segundo Portaria nº 1.007- SEI, de 11 de junho de 2018, do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços/ Secretaria Especial da Micro e Pequena Empresa, que instituiu o programa do artesanato brasileiro, criando a Comissão Nacional do Artesanato e dispendo sobre a base conceitual do artesanato brasileiro, a renda Singeleza é:

“Técnica elaborada com linha e agulhas. Uma das agulhas usadas é a de tapeçaria e as agulhas de apoio do trabalho são feitas com muita improvisação, usando talos de coqueiro, palitos de churrasco e o que estiver à mão. Em alguns locais os artesãos usam a mesma navete que pescadores utilizam em suas redes. Os pontos são costurados com a agulha de tapeçaria enquanto ficam montadas na agulha de apoio. A cada trecho vão sendo retirados desse apoio e trabalhados com novos detalhes.”

É de suma importância mencionar, que o citado modo de fazer, recebeu registro de Patrimônio Cultural Imaterial de Alagoas, fato que reforça o valor atribuído ao saber fazer das rendas, bicos e bordados; costume que é repassado entre gerações, e que atualmente conta com ações de salvaguarda para que não se desconstitua com o tempo o hábito; resguardando, igualmente, desta forma, o estímulo à comercialização e valorização da renda.

Mencionada técnica é utilizada por mulheres rendeiras em 4 (quatro) sedes localizadas no estado de Alagoas, nos municípios de Maceió, Marechal Deodoro, Paripueira e Água Branca; locais esses que foram visitados durante a pesquisa deste trabalho.

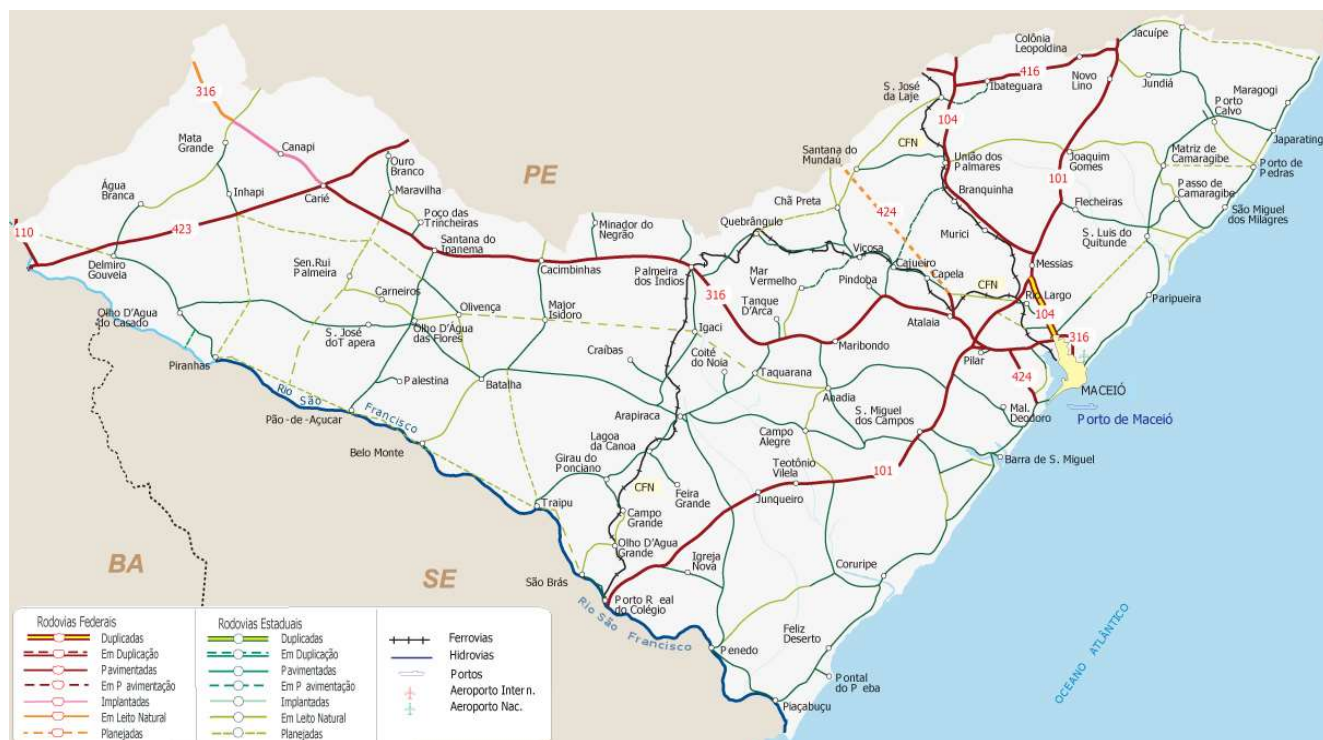
Ao buscar conhecer a técnica no campo prático, foram realizadas visitas nos municípios mencionados, e nessas idas ficou aparente a falta de estímulo entre as rendeiras para continuar com o labor. Referido desânimo é justificado pelas artesãs pela falta de acesso às noções de gestão administrativa, no tocante à precificação e à publicidade dos produtos como forma de atrair o público alvo, fator esse que contribui para a baixa procura do artesanato.

Em termo de distância entre as cidades onde são elaboradas a renda Singeleza, essas estão aproximadamente perto umas das outras, com exceção do município de Água Branca, que fica mais distante das demais, sendo uma das razões pela qual não foi realizada visita nesse município.

Utilizando como ponto central a capital do estado, Maceió, o município de

Marechal Deodoro fica aproximadamente à 28 km de Maceió, o de Paripueira à 33,4 km e o de Água Branca à 303 km.

Figura 01- mapa de Alagoas



Fonte: site Brasil Turismo

Nos locais apontados, verifica-se que apenas uma dessas sedes, consta como Associação devidamente formalizada e registrada, a qual seja, a do município de Paripueira. As demais, constata-se que ainda trabalham de forma precária e rasa, necessitando de um melhor direcionamento no sentido de trazer profissionalismo para o negócio local.

Com relação ao desenho das rendas, esses se diferenciam entre si em comparação aos locais visitados. Todavia, o modo de fazer permanece respeitando a tradição.

É possível perceber ainda, com base nas visitas realizadas, que há uma falta de estímulo entre as rendeiras para continuar com o labor. Referido desânimo é justificado pelas artesãs, pela falta de acesso às noções de gestão administrativa, no tocante à precificação e publicidade dos produtos como forma de atrair o público alvo, fator que contribui para a baixa procura do artesanato.



A presente temática apresentada visa dar continuidade aos estudos já realizados no trabalho de conclusão de curso da Mestra PROFNIT/UFAL, Cerize Ferrari, em sua obra: MELO, Cerize Maria Ramos Ferrari de. Viabilidade da renda singeleza como indicação geográfica: valorização e mercado na conexão entre Alagoas e Itália. 2020. 94 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação) – Instituto de Química e Biotecnologia, Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2019.

No mencionado estudo, concluiu-se que seria interessante o registro da Marca Coletiva das Associações existentes, naquela oportunidade, no estado de Alagoas, quais sejam: **Associações das Artesãs de Singeleza e Bordados de Paripueira /AL (Artecer) situado há 30,04 km de Maceió, de Marechal Deodoro (Casa de Singeleza Dona Marinita) situado há 28 km de Maceió, de Água Branca (Renda Singeleza de Nossa Senhora da Conceição) situado há 304.8 km de Maceió e de Maceió (Nossa Singeleza) situado no bairro do Tabuleiro dos Martins,** por ser a marca coletiva uma forma de proteção mais célere, barata e mais fácil de ser administrada, porém não descartando a preparação para uma indicação geográfica futuramente.

Nesta seara, o objetivo precípua deste trabalho é: estudar a viabilidade do registro da Marca Coletiva da renda em Alagoas, e preparar para um possível pedido futuro de Indicação Geográfica por procedência.

E o que seria registro de Marca Coletiva? Segundo a obra: “A criação de uma marca: uma introdução às marcas de produtos e serviços para as pequenas e médias empresas/ Instituto Nacional da Propriedade Industrial. – Rio de Janeiro: INPI, 2013.

Marca coletiva geralmente pertence a uma associação ou cooperativa cujos membros podem utilizar essa marca coletiva para comercializar os seus produtos. A associação, geralmente, estabelece uma série de critérios, direitos e obrigações para o uso da marca coletiva (por exemplo, padrões de qualidade) e autoriza cada empresa associada a utilizar a marca desde que respeite tais critérios. As marcas coletivas podem ser um meio eficaz para a comercialização conjunta dos produtos de um grupo de empresas para as quais seria mais difícil levar os consumidores a reconhecer as suas próprias marcas e/ou levar os principais distribuidores a aceitar a distribuição dos seus produtos.

Com relação a Indicação Geográfica, conforme disposto no art. 176 da LPI, constitui IG a Indicação de Procedência (IP) ou a Denominação de Origem (DO). Dessa forma, a IG é dividida em duas espécies, definidas nos arts. 177 e 178 da LPI:

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.

No que diz respeito à Singeleza, a Indicação Geográfica adequada, seria a de procedência, em virtude de que estamos falando de produção de artesanato, através de um modo de fazer, utilizando-se matéria prima.

Neste sentido, no decorrer do presente trabalho, será abordado sobre a renda Singeleza no mundo, no Brasil e em Alagoas; assim como sobre o histórico da indicação geográfica no mundo, no Brasil; sobre as vantagens das marcas, marcas coletivas e indicações geográficas, trazendo à baila cases de sucesso.

Neste será apresentado também, os objetivos em linha geral e específica. A metodologia adotada e utilizada para o procedimento do trabalho; os aspectos visualizados nas pesquisas de campo, os resultados da presente pesquisa, assim como os entregáveis fruto da análise aqui discutida.

Por fim, com base nas pesquisas realizadas, serão adotadas metodologias para o registro da marca coletiva e preparação para uma possível indicação geográfica do saber fazer.

## 2. OBJETIVOS

### a. OBJETIVO GERAL

"Estudar a viabilidade do registro da Marca Coletiva da renda em Alagoas, e preparar para um possível pedido futuro de Indicação Geográfica de procedência".

### b. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- i. **Ministrar oficina de Propriedade intelectual com abordagem em marketing e gestão de negócios;**
- ii. **Propor a criação de uma marca coletiva;**
- iii. **Preparar as rendeiras para um pedido de Indicação Geográfica - IG, bem como, conscientizá-las sobre as demandas do pós IG**

### 3. REVISÃO DE LITERATURA

A revisão de literatura do presente trabalho de conclusão de curso fora estruturada em sete tópicos, quais sejam: Histórico de Indicações Geográficas no Mundo, Histórico de Indicações Geográficas no Brasil, Marcas X Marcas Coletivas X Indicações Geográficas, Marketing / Divulgação da Indicações Geográficas e da Marca Coletiva (Cases), Renda Singeleza no Mundo, Renda Singeleza no Brasil e Renda Singeleza em Alagoas.

#### 3.1 HISTÓRICO DE IG NO MUNDO

A princípio, é de suma importância definir o conceito de Indicações Geográficas (IG) como sendo os meios, estratégias, ferramentas que se destinam a proteger de maneira específica, os produtos de uma região em refutação às falsas indicações de procedência e fundamentação.

Sob análise de texto normativo, o Código da Propriedade Industrial, isto é, a Lei da Propriedade Industrial (LPI) denominada como Lei nº 9.279 de 14 de maio de 1996, art. 176, dispõe que “Constitui indicação geográfica a indicação de procedência ou a denominação de origem”, bem como seu art. 177 elenca ainda que:

**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.

Segundo Silva (2019), entende-se as Indicações Geográficas como estratégias inovadoras que se constituem em formas especiais de proteção aos produtos, visando, principalmente, a distinção de origem de um produto por meio da identificação da sua área de produção.

A Indicação Geográfica (IG) é um direito de Propriedade Intelectual autônomo, reconhecido nacional e internacionalmente e de uso coletivo (MAUÉS, 2020, p. 08).

De acordo com Caldas (2011), a Indicação Geográfica (IG) é uma modalidade de Propriedade Intelectual usada para identificar a origem de produtos ou serviços quando o local tenha se tornado conhecido ou quando determinada característica ou qualidade do produto ou serviço se deva à sua origem. Ainda segundo o referente, as IGs são normatizadas por organismos internacionais como a Organização Mundial do Comércio (OMC) e a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI).

No atual mundo globalizado, com grande enfoque na economia, estas Indicações Geográficas propiciam então que seja assegurado e haja a conservação das características e peculiaridades dos produtos, tanto locais, como regionais. Através desta é possível valorizar e legitimar de fato, os níveis de qualidade dos produtos, da maneira devida, os quais em sua maioria trata-se de frutos e resultados advindos de fatores naturais de uma área específica, bem como até mesmo decorrente de meios advindos da intervenção humana dos indivíduos.

De acordo com Giesbrecht et al. (2016), as Indicações Geográficas (IG) são uma importante ferramenta na proteção de nomes geográficos vinculados a produtos típicos de territórios brasileiros.

Com base nas Indicações Geográficas, Krucken (2009) afirma que é recomendado aos indivíduos os lugares nos quais determinadas mercadorias são produzidas e comercializadas, tendo em vista as características que as tornam únicas, atributos nos quais se evidenciam dois elementos preponderantes: a notoriedade do saber-fazer ligado às técnicas repassadas entre diferentes gerações da produção de um determinado produto; bem como, as características físico-geográficas, que os franceses denominam de *terroir*, a qual abrange as particularidades físicas e ambientais que uma localidade, região ou território apresentam e que se encontram presentes nos produtos por meio dessas características ligadas a aspectos pedológicos (solo), clima, vegetação, entre outros.

Reis (2015) afirma que o funcionamento da IG opera como possibilidade de valorização do produto do território, elencando como vantagens de seu reconhecimento: diferenciação de produtos, que se tornam mais valorizados, lucrativos ou geradores de renda fundiária; demanda mais estável em virtude da confiança do consumidor; facilidade da colocação do produto no mercado, em relação à concorrência com outros produtores que praticam preço e qualidade inferiores; estímulo ao aperfeiçoamento do produto, à melhoria da qualidade, ao aumento de investimentos na própria zona de produção – melhorias tecnológicas resultantes de inovações de produtos e de processos, objeto de pesquisa e desenvolvimento (P&D); e consolidação de vantagens competitivas, inclusive no mercado internacional.

Desde tempos remotos, os produtos adquiriam status de importância e qualidade, e eram frequentemente associados ao lugar onde eram produzidos ou

comercializados, entretanto, Lima, Giesbrecht e Lima (2007) afirmam que sua valorização provocou a cobiça de algumas pessoas que passaram a falsificar tais produtos, fazendo com que os comerciantes adotassem selos para atestar a origem e qualidade desses bens. Assim, com a expansão do mercado pelo mundo, em razão das preocupações com os direitos de Propriedade Intelectual aumentaram, como afirmam Ilbert e Petit (2009), de modo que em 1883 um conjunto de normas internacionais foi desenvolvido no âmbito da Convenção de Paris, porém, não trazia uma definição acerca da Indicação Geográfica.

Maués (2020) afirma que o reconhecimento universal das IGs veio tão somente com a incorporação dos resultados da Rodada do Uruguai de Negociações Comerciais Multilaterais do GATT, assinada em Marraqueche em 12 de abril de 1994, com a instituição do Acordo sobre aspectos relativos aos direitos de Propriedade Intelectual concernentes ao comércio – ADPIC, ou *Agreement on Trade-Related Aspects of Property Rights* – TRIPs, o qual contém 73 artigos apresentando obrigações globais com o mínimo de padrões de proteção, direitos e resoluções de conflitos de Propriedade Intelectual, incluindo 3 artigos a respeito de Indicações Geográficas, a serem seguidos por todos os países membros.

De fato, o surgimento das Indicações Geográficas, para muitos doutrinadores, tem distintos locais e fatores atrelados a seu surgimento e origem. Alguns autores elencam diversos lugares considerados como marco histórico para o desenvolvimento das IGs.

De fato, Reis (2015) afirma que a Indicação Geográfica foi paulatinamente construída através da história, na medida em que produtores e comerciantes apresentavam produtos cujas qualidades particulares podiam ser atribuídas à sua origem, havendo então um processo de valorização de determinados produtos através da designação geográfica de procedência, pressupondo um vínculo de qualidade, reputação ou outras características do produto que poderiam ser atribuídas essencial ou exclusivamente à região produtora.

O registro das indicações geográficas (IG) tem sido estabelecido desde o fim do século XIX por acordos diversos entre países (MATOS; LA ROVERE, 2017, p. 5), de modo que como dispõe Gollo e Castro (2008), foi a França que agiu pioneiramente no desenvolvimento dos indicadores que caracterizam produtos de qualidade.

De modo que para Silva (2019), quando se trata de Indicações Geográficas, alguns autores discorrem que a França tem grande importância histórica por ter sido pioneira no desenvolvimento de indicadores que caracterizavam produtos de qualidade, tornando-os referência mundial, instituindo um dos primeiros selos certificadores da qualidade dos alimentos denominado de Apelação de Origem Controlada (AOC), criado para regulamentar e proteger o uso dos nomes geográficos que designam produtos alimentares e agrícolas, tornando-se o mais antigo selo oficial de qualidade naquele país. Ao passo, que outros autores como Soeiro (2005), dispõe que na verdade, o pioneiro na IG teria sido, Portugal, por estabelecer legalmente o sistema de proteção da Denominação de Origem com o Vinho do Porto, em 1756.

A Convenção da União de Paris (CUP), em 1883, o Acordo de Madri (1891), o Acordo de Lisboa (1958), bem como o acordo sobre os Aspectos dos Direitos da Propriedade Intelectual referente ao Comércio (ADPIC) de 1994 constituem a evolução da proteção jurídica internacional dos direitos da propriedade intelectual, inclusive as IGs (REIS, 2015, p. 37).

Dessarte, segundo Maués (2020), a literatura demonstra que a proteção da IG tem adquirido importância mundial e crescido nos países em desenvolvimento, de modo que para Lima, Giesbrecht e Lima (2007, p. 45):

Atualmente, na Europa existem milhares de produtos agropecuários com certificados de Indicações Geográficas, tais como o Espumante Champagne, os Vinhos Bordeaux e os Queijos Roquefort e Camembert, da França; o Vinho da região do Porto e o Queijo da Serra da Estrela, em Portugal; o Presunto de Parma e o Queijo Grana Padano, na Itália; o Azeite de Oliva dos Montes de Toledo e o Açafrão da Mancha, na Espanha. Já na América Latina encontra-se o Café da Colômbia, o Pisco do Peru, a Tequila e o Café de Vera Cruz, no México, e os famosos Charutos de Cuba. A África tem o Óleo de Oliva de Aragan e o Abacaxi da Guiné. Já na Ásia cita-se o Vinho Amarelo de Shaixing, da China, e o Chá do Sri Lanka (LIMA; GIESBRECHT; LIMA, 2007, p. 45).

No mercado mundial, a Indicação Geográfica (IG) é um tipo de propriedade intelectual [...] vem-se tornando uma tendência mundial na busca de competitividade, nos seus vários aspectos – qualidade, proteção, reputação, consumo consciente, dentre outros aspectos (REIS, 2015, p. 07).

Por fim, vale ressaltar então que desde tempos antigos notava-se a necessidade de haver um meio de assegurar e garantir quanto à originalidade de uma produção. De modo que as Indicações Geográficas surgiram desde os séculos passados, visto que desde muito tempo havia invenções e criações inéditas, as quais

deviam ter seus direitos de autoria devidamente resguardados, de modo que a proteção da IG foi crescendo e evoluindo com o decorrer do tempo, persistindo até a atualidade.

### **3.2 HISTÓRICO DE IG NO BRASIL**

No Brasil, são diversas produções diariamente elaboradas, as quais sucedem em diversas áreas e setores. Estas são em sua maioria frutos da criatividade e inovação de seus responsáveis, isto é, advêm de criações dos próprios autores que a elaboram, sendo então originárias e exclusivas destes, necessitando então de uma identificação, um meio de garantia que assegure a produção e autoria ao devido criador.

O Brasil é um país que apresenta grande diversidade de produtos agropecuários com qualidade diferenciada, que podem ter forte identidade com sua origem geográfica dada a influência de aspectos étnicos, culturais, geográficos e climáticos.

Esta decorre, segundo Giesbrecht et al. (2016) em razão de o Brasil ser um país de dimensões continentais, clima tropical e com um dos solos mais ricos e produtivos do mundo, com uma ampla diversidade territorial, ambiental e cultural, que contribui para estimular o empreendedorismo, de modo que este melhorou assiduamente na última década após mudanças na legislação e atualmente é uma alternativa real de ocupação para a população.

Assim, tendo em vista a vasta gama de produções realizadas no Brasil, há a necessidade de regulamentações que se destinem à proteção das produções realizadas. Assim como nos outros países, foi essencial que a IG chegasse ao Brasil e imperasse da maneira devida.

Segundo Vieira, Watanabe e Bruch (2012), este conceito que se trata da área do direito de propriedade intelectual, por muito tempo fora discutida e aplicada em regiões da Europa e dos Estados Unidos, de modo que passou a ser difundida no Brasil apenas na década de 2000 de modo que para Vieira, Zilli e Bruch (2016), no território nacional, esta proteção de IG até 1996 se dava de forma negativa, por reprimir a falsa indicação de procedência. Tahim e Araújo Júnior (2012) complementam ainda que no Brasil, esta noção acerca do IG surgiu gradativamente,



quando produtores e consumidores passaram a perceber que alguns produtos provenientes de determinadas localidades apresentavam sabores ou qualidades peculiares, nem melhores nem piores, mas típicas, diferenciadas, jamais encontradas em produtos equivalentes feitos em outro local.

Segundo Silva (2019), a primeira IG brasileira foi a Vale dos Vinhedos, que no ano de 2002 obteve do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) o registro de Indicação de Procedência (IP).

Apesar das diferenças de nomenclatura, os conceitos de IG no Brasil se assemelham às definições adotadas pela UE, porém ao contrário da legislação europeia, a legislação brasileira admite o reconhecimento da Indicação Geográfica relacionado a um serviço, ampliando ainda mais o âmbito de proteção (MAUÉS, 2020, p. 22). Assim, Gollo e Castro (2008) dispõe que pelo direito brasileiro a Indicação Geográfica constitui um instituto jurídico que visa reconhecer e proteger o nome geográfico de país, região ou localidade, que identifique algum produto ou serviço típico.

Este surgiu para colocar em prática a adesão aos acordos internacionais no que se refere à propriedade intelectual, segundo Vieira e Lourenzani (2019), de modo que o Brasil internaliza as normas e promulga em 1996 a nova Lei de Propriedade Industrial (Lei nº 9279, LPI) e, nos artigos 176 a 183, regulamenta as indicações geográficas no país.

Com a promulgação da supracitada lei, Gollo e Castro (2008) dispõem que a legislação brasileira conferiu então, o devido reconhecimento legal às regiões produtivas brasileiras através do registro de indicações geográficas, o qual certifica a procedência de produtos e serviços permitindo que àqueles com comprovada qualidade e oriundos de determinadas regiões pudessem receber registro. Segundo o referente, regem também a matéria o Ato Normativo nº 134, de 15 de abril de 1997, que dispõe sobre a instituição de formulários para apresentação de requerimentos de registro de indicações geográficas, e a Resolução nº 75/20002, o qual estabelece as condições para o registro das indicações geográficas no INPI.

Durante os 20 anos de vigência da Lei de Propriedade Industrial, que possibilitou o registro das IGs no Brasil, percebe-se um aprendizado constante por parte de produtores e técnicos nessa temática (GIESBRECHT, E et al., 2016, p. 14).

Apesar de sua importância Mascarenhas e Wilkinson (2014) elencam que são diversos os estudos, embora não diretamente, que têm demonstrado inúmeras dificuldades e entraves para a implantação de uma IG, refletindo as fragilidades do atual arranjo institucional e organizacional no Brasil.

De modo que para Fabris et al (2012, p. 394), no Brasil já existem várias IGs, mas o número ainda é pequeno diante do tamanho continental do país, que possui um grande potencial para o surgimento de novas IGs, ainda mais, levando em consideração que os produtos de uma IG têm penetração maior no mercado.

Dessarte, tendo em vista a alta produtividade disposta no território brasileiro, a IG torna-se imprescindível para gerir e regulamentar a devida proteção destas. De modo que é possível inferir que se trata de uma exime alternativa a propiciar o desenvolvimento dos locais e regiões do território nacional que dispõem de sua própria identidade decorrente da produção de produtos distintivos

### **3.3 MARCAS X MARCAS COLETIVAS X IG**

É de suma importância diferenciar os conceitos de Marcas, Marcas Coletiva e da supracitada Indicações Geográficas. De modo geral, com base nestes é possível que os clientes e consumidores possam identificar de fato quanto às características e peculiaridades dos produtos e serviços que têm interesse e desejam obter.

Analisando-os de maneira delineada, Barbosa e Valente (2020) dispõem que a marca é um sinal distintivo utilizado por uma pessoa física ou jurídica, cuja principal função é distinguir produtos ou serviços uns dos outros, ou seja, esta distingue os produtos ou serviços de quem a possui de seus concorrentes.

De fato, ao designar produtos ou serviços a marca permite que os consumidores identifiquem, de forma clara, aquele objeto ou serviço que pretendem adquirir ou contratar, de acordo com Cunha (2011), no entanto, e marca não indica a natureza, a composição ou os predicados do produto e/ou serviço por ela designados. Assim, o autor (2011, p. 58) afirma ainda que quanto a sua titularidade, a marca é de uso exclusivo de seu titular (fabricante, comerciante, prestador de serviço, pessoa coletiva, etc.), podendo então ser:

Ser considerada como um sinalizador da origem ao indicar, por exemplo, o produtor de determinado bem, esta característica não é absoluta, uma vez que se permite que o pedido de registro ou a titularidade da marca sejam transmitidos e passem a

designar outro produto ou serviço, com outra qualidade e outra proveniência. Dessa maneira, a marca não assegura que o objeto a ser adquirido ou o serviço a ser contratado pelo consumidor tenha sempre a mesma origem e as mesmas qualidades (CUNHA, 2011, p. 58).

Em suma, Aaker (1998) afirma que uma marca é um nome diferenciado e/ou símbolo (tal como um logotipo, marca registrada, ou desenho de embalagem) destinado a identificar os bens ou serviços de um vendedor ou de um grupo de vendedores e a diferenciar esses bens e serviços daqueles dos concorrentes, de modo que sinaliza então ao consumidor a origem do produto, tanto o consumidor quanto o fabricante, dos concorrentes que oferecem produtos que pareçam idênticos. Bem como, de acordo com Kotler e Keller (2012), as marcas são capazes de conquistar a fidelidade do consumidor

Por fim, Almeida (1999) elenca que a marca não garante que o produto tenha sempre as mesmas características nem a mesma qualidade, visto que não é um instrumento adequado a vincular o seu titular a garantir ao consumidor a constância qualitativa do produto, não podendo ser exigido desta uma função de garantia de qualidade.

Quanto à Marca Coletiva, esta pode ser entendida como sendo os meios que indicam que determinada empresa, produto ou serviço fazem parte, sendo membro de uma coletividade, como uma associação, um grupo, cooperativa, dentre outras.

Sob análise de texto normativo, tem-se com base no disposto no Art. 123, inciso III, da Lei da Propriedade Industrial (LPI), que a Marca Coletiva (MC) trata-se daquela “usada para identificar produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade”.

Segundo Barbosa e Valente (2020), a LPI determina também que uma MC somente pode ser solicitada por uma entidade que representar uma coletividade (associação, cooperativa, sindicato, federação, confederação, consórcio, entre outras), visto que a marca deve ser usada somente pelos membros associados/cooperados/consorciados. Desse modo, o autor afirma que a função da MC é identificar produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade coletiva, motivo este pelo qual a diferencia das demais marcas e das IGs.

Ângulo [s.d.] complementa ainda que a marca coletiva é um sinal distintivo que indica que um produto ou serviço provém ou é prestado por uma pessoa membro da Associação titular da marca, o que o distingue de outros produtos ou serviços da

mesma classe.

Para Aubouin (1951), os titulares de uma marca coletiva podem aplicá-la em diversos produtos de gêneros e utilidades completamente distintos, ao passo que os titulares de uma indicação geográfica apenas podem utilizá-la para designar um produto ou serviço específico produzido segundo critérios determinados.

No entanto as marcas não são o único sinal distintivo capaz de informar ao consumidor atributos que não podem ser percebidos pelos seus cinco sentidos físicos. As indicações geográficas, também amparadas pela propriedade industrial, encontram-se em condições de assumir esse papel informativo do mesmo modo (BARBOSA; CAMPOS, 2019, p. 02).

Assim, ao passo que a Indicação Geográfica, apesar de também ser um sinal distintivo, capaz de distinguir produtos e serviços, Barbosa e Valente (2020) afirmam que tem como função principal identificar a origem geográfica desses determinados produtos ou serviços.

Quanto à constituição de uma indicação geográfica, esta é formada pelo nome da região, território ou localidade de que provém o produto ou serviço (CUNHA, 2011, p. 61).

Como visto anteriormente de maneira delineada, é a Indicação Geográfica a responsável por proteger as produções de determinado local ou responsável.

Embora sua função jurídica seja a de proteger um nome geográfico, esse ativo pode informar ao consumidor características originais compreendidas no produto ou serviço que as possui (BARBOSA; CAMPOS, 2019, p. 02).

De acordo com Cunha (2011), quanto a titularidade da indicação geográfica, seu direito ao uso trata-se de um direito coletivo exercido por todos os produtores de uma localidade, região ou território.

Strasburg Júnior (2013) versa quanto a diferença de finalidade entre os dois institutos, enquanto a indicação geográfica tem por finalidade distinguir a origem geográfica de determinado produto ou serviço, a marca coletiva tem por finalidade distinguir os produtos, de outros idênticos, semelhantes ou afins, tendo por elemento diferenciador das demais marcas o fato de identificar os serviços provenientes de membros de uma associação, sindicato, cooperativa ou qualquer outra entidade.

Portanto, as funções da IG e da marca são diferentes. Como os requisitos de

registro de cada sinal também são bastante diferentes, não é possível comparar marcas e IG. Se tais sinais não podem ser comparados, não se pode dizer que um é mais importante que o outro (BARBOSA; VALENTE, 2020, p. 64).

Assim, entende-se então que apesar das semelhanças, os conceitos supracitados distinguem-se entre si, tendo cada um sua devida peculiaridades e características inerentes a forma de atuação em meios às produções e prestações de serviços no mercado de trabalho.

### **3.4 MARKETING / DIVULGAÇÃO DA IG E DA MARCA COLETIVA (CASES)**

Quanto às formas de marketing e divulgação, o mundo contemporâneo e globalizado dispõe de diversos meios que se destinam à promoção dos negócios e empreendimento. Os produtos e serviços requerem não apenas sua devida efetivação, produção e realização, mas sim, sobretudo, seus meios de propagação em meio à sociedade, visto que o mercado de trabalho se torna cada vez mais competitivo e dotado de concorrências entre as áreas de atuação.

Assim, para Vinhas (2022), o desenvolvimento de marcas é uma ferramenta eficaz para aumentar a competitividade das organizações, proporcionando à mesma maior notoriedade e diferenciação no mercado, de modo que, segundo Kotler e Keller (2012), requer um extenso trabalho de marketing, que envolve planejamento, comprometimento e criatividade.

De acordo com Hasckel e Del-Vechio [s.d.], de modo geral, o marketing lida com a identificação e o atendimento das necessidades humanas e sociais e, para isso, deve se utilizar das ferramentas de pesquisa, além da intuição, buscando desenvolver produtos cujo design e características signifiquem uma evolução, de modo a criar o produto certo, comunicá-lo ao cliente, levá-lo até o comprador ou usuário através de comunicação adequada e com o máximo de conveniência, sempre pensando em gerar o menor custo.

Cassiano (2008) afirma que há um aumento de benefícios advindo das diversas maneiras do marketing das marcas, como, por exemplo, através de uma matéria prima valorizada, através da origem do produto, ou atribuição de um valor emocional para a marca. Como exemplo clássico desse último, o autor cita a Coca-Cola, onde todas as suas campanhas publicitárias visam associar a marca à felicidade, amizade, liberdade

e família, criando a ideia de ao adquirir o produto, há expectativa não apenas em relação ao sabor, mas também ao momento agradável que irá vivenciar.

Atualmente, o marketing enfoca em potencializar objetivos, aumentar as possibilidades e ir além dos resultados esperados no relacionamento individual (HATCHUEL, 2018, p. 56).

Assim, tendo em vista o amplo poder e influência do marketing, sua devida realização pode impactar grandemente as Marcas Coletivas e Indicações Geográficas. Esta ferramenta pode ser considerada como porta de entrada para resultados que propiciam o crescimento e progresso empresarial.

Em razão desta, Hatchuel (2018) dispõe que são diversos os fatores que influenciam e interferem na atuação, estruturação e consolidação das IGs, entre eles fatores mercadológicos, os quais fazem com que a sua atuação em um mercado competitivo seja diferenciada, aperfeiçoando suas atividades desenvolvidas.

Assim, para o desenvolvimento de estratégias mercadológicas das marcas coletivas e IGs, é necessário que seja estudado e analisado quanto ao comportamento do consumidor. Sendo essencial então entregar a estes o que eles demandam e almejam.

Dentre os diversos meios de desenvolvimento de estratégias mercadológicas, Papadopoulos e Heslop (1993) elencam como um deles, a necessidade de dar ênfase ao país de origem, como referência-chave para essas estratégias, como exemplifica a literatura sobre marketing.

Desse modo, Vilas Boas (2005) afirma que, para tanto, é preciso estabelecer um elo entre o mercado e os aspectos cognitivos do ser humano, ou seja, é preciso entender o que motiva os consumidores, identificar seus valores, a forma como se processa sua aprendizagem e como se dá a sua percepção de mercado, tendo como propósito, portanto, de qualquer estratégia de marketing, criar satisfação aos consumidores, ofertando-lhes qualidade e comunicando-lhes valores.

Por fim, entende-se que é essencial para o devido progresso dos produtos e serviços das marcas coletivas e indicações geográficas, a devida disposição do marketing e meios de divulgação. Para tal, é de suma importância compreender os consumidores e o que estes almejam, utilizando-se das devidas ferramentas atrativas, as quais serão essenciais e responsáveis para alavancar o progresso e propiciar o

crescimento bem-sucedido.

### 3.5 RENDA SINGELEZA NO MUNDO

Dentre as diversas produções específicas advindas de determinadas regiões, tem-se a Renda Singeleza. Esta é considerada como um Patrimônio Histórico, o qual fora criado, transmitido entre gerações e preservado no meio social.

Entende-se a Renda Singeleza, segundo Benjamin e Cavalcanti (1985) como uma renda de agulha, considerada como um dos mais primitivos tipos de renda do artesanato brasileiro e talvez do mundo, a qual é também conhecida como bico Singeleza, tendo como base uma rede, tipo de pesca, com malhas minúsculas, onde laçadas delicadas vão formando desenhos.

Em poucas palavras, a Fundação Universitária de Desenvolvimento de Extensão e Pesquisa (FUNDEPES) (2009) define a Singeleza como uma renda de agulha extremamente delicada (Figura 01).

Figura 01 - Renda Singeleza



Fonte: Ricardo Lêdo (ALAGOAS, 2015).

Os materiais básicos para sua confecção são a linha de algodão, agulha e talo fino de coqueiro (ARTESOL, s.d., p. 01). Pela delicadeza da linha e dos pontos a renda faz jus ao nome, pois o resultado é mesmo uma singeleza (CAVALCANTI; DANTAS; BARROS, 2009, p. 33).

Brasil (2018) define a Renda Singeleza como uma técnica elaborada com linha

e agulhas, onde uma das agulhas usadas é a de tapeçaria e as agulhas de apoio do trabalho são feitas com muita improvisação, usando talos de coqueiro, palitos de churrasco e o que estiver à mão (Figura 02). O referente dispõe ainda que os pontos são costurados com a agulha de tapeçaria enquanto ficam montadas na agulha de apoio, e a cada trecho vão sendo retirados desse apoio e trabalhados com novos detalhes. Cavalcanti, Dantas e Barros (2009, p. 33) complementa ainda tal realização de maneira delineada, ao dispor que:

O bico singeleza é feito sobre uma trama bastante simples, numa minúscula rede de nós. É tradicionalmente confeccionado com agulha, linha e talos de coqueiro. Não precisa de risco, nem de moldes. A linha é a mais simples, de algodão, usada pelas costureiras. Com ela, a rendeira inicia o trabalho pontilhando em um pedacinho de pano que serve de base. Em seguida, coloca um talo bem fino de palha de coqueiro no sentido horizontal, junto à base do pano e faz a primeira ordem de asas, dando uma laçada no talo com a linha em agulha comum. O curioso é que a artesã puxa a agulha no sentido contrário, isto é, pelo fundo. As ordens de casas vão se repetindo, formando uma malha muito fina. De espaço em espaço, a rendeira preenche cinco dessas casas com uma leve decoração a que chama de rosinha. O ponto não varia. É sempre o mesmo para renda, bico e aplicação (CAVALCANTI; DANTAS; BARROS, 2009, p. 33).

Figura 02 - Elaboração da Técnica



Fonte: Turek (2011).

Fugindo dos riscos ou moldes, a singeleza é iniciada com pontos dados com a agulha em um pedaço de tecido que funciona de suporte. O talo do coqueiro é utilizado para segurar e regular as laçadas, que de outra forma seriam dadas soltas no ar (ARTESOL, s.d., p. 01).

Os ensinamentos acerca da renda singeleza, segundo Melo (2019) ocorreu como um processo natural de transmissão do saber-fazer renda de mãe para filha.

Rendas de agulha são assim categorizadas por se formarem a partir de “um fio enrolado sobre si mesmo, sem fio sobre tecido pré-existente de modo a criar uma retícula simples, ou um desenho mais ou menos complexo” (RAMOS; RAMOS, 1948, p.14).

Segundo Melo (2019), a produção da Singeleza é um trabalho manual que emprega técnicas de produção artesanal, cujo resultado é considerado artesanato por



haver transformação da matéria-prima manufaturada sintética (linha), expressando criatividade, identidade cultural, habilidade e qualidade, de modo que para o Programa do Artesanato Brasileiro, a Singeleza se enquadra na tipologia do Grupo 03, matéria-prima sintética, classificada no subgrupo Fio e Tecido.

A FUNDEPES (2009) dispõe que esta produção sucede sem seguir riscos ou moldes, sendo a única exigência, a habilidade com as mãos e a criatividade das rendeiras, partindo de um pequeno pedaço de pano retangular que serve como base, o talo da palha de coqueiro é posto no sentido horizontal e o trabalho delicado é iniciado com a primeira ordem de asas, laçadas no talo com linha e agulha de bordar.

A partir destas produções, o Artesol [s.d] elenca que surgem então bicos, mandalas, faixas, têxteis de uso cotidiano ou decorativo (Figura 03).

Figura 03 – Formas de utilização da Renda Singeleza



Fonte: Turek (2011)

Muito delicada, a renda empresta leveza a jogos americanos e portaguardanapos. Pode ser matéria-prima de saídas de praia, golas e palas de vestidos e blusas (DE DIVITIIS, 2021).

Ferrare (2013) complementa ainda que a Renda Singeleza já foi amplamente

comercializada e muito apreciada para compor peças de enxoval como lençóis, toalhas de banho, lenços de bolso, e também peças de vestuário íntimo feminino, sobretudo anágoas e saietas, quando estas ainda eram de confecção doméstica, e não industrializada, bem como para enfeitar vestidos, blusas e saias para uso infantil assim como adulto.

### **3.6 RENDA SINGELEZA NO BRASIL**

Em se tratando do território nacional, Turek (2011) afirma que a renda chegou ao Brasil no século XVIII e foi adaptada para um estilo local. De acordo com o autor, em Sabará/MG ela seguiu uma linha denominada Renda Turca de Bicos, mas em Alagoas e na Paraíba, levou o nome de Singeleza, de modo que todos esses estilos diferem um pouco entre si, mas baseiam-se num mesmo ensinamento que chegou com os estrangeiros.

A produção de rendas é uma das principais técnicas artesanais encontradas no Brasil (SILVA; PERRY, 2018, p. 127).

Quanto a seu crescimento, segundo Ferrare (2013), de trama bastante simples tecida em minúscula 'rede de nó', a renda conseguia manter uma boa frequência de produção nas mãos ágeis das artesãs que detinham o tradicional conhecimento do seu fazer. Segundo o autor, igualmente simples era o sistema de 'venda a bordo', ou seja, 'de porta em porta' que o comercializava e se mostrou bastante eficiente nas décadas de 1950 e 1960.

Analisando os dados quantitativos inerentes à produção de rendas no Brasil, segundo estudos do SEBRAE (2008), 7,5% dos municípios tem vínculo com a produção artesanal de rendas, ou seja, em 415 municípios há registros da presença de rendas, os quais estão assim distribuídos: região nordeste com 223 municípios, região sudeste com 91 municípios, região sul com 69 municípios, região centro-oeste com 20 municípios e região norte com 12 municípios.

A técnica é tão pouco difundida que onde sua prática se mantém, como em Sabará/MG e em Marechal Deodoro/AL, ela foi considerada patrimônio imaterial e tombada pela IPHAN (TUREK, 2011).

Segundo Pompeu (2016) menciona em seu estudo, a artesã Solange Oliveira aprendeu sobre a renda singeleza no ano de 2012, em uma viagem de 700 km para

conhecer uma artesã, D. Maria Perboni Marcelino, em Jaguapitã, município do Paraná, que fazia renda singeleza, ou renda Jaguapitã como está registrada na Base Conceitual do Artesanato Brasileiro. O autor afirma ainda que “ela teria constatado que pouquíssimas pessoas demonstravam interesse em aprender essa técnica naquela cidade”

Para Silva e Perry (2018), a produção de renda no Brasil tem grande importância histórica, cultural e social.

Entretanto, na atualidade, Girão (2013) afirma em seu estudo que a renda de já representou o melhor “ganha pão” para mulheres rendeiras, entretanto reforça que este artesanato se encontra em “completa decadência”, ocasionado principalmente pelos baixos valores pagos e, concorrencialmente, pela atrativa rentabilidade de outros afazeres, tal como dispõem rendeiras catarinenses.

Por fim, segundo Pompeu (2016), vale ressaltar ainda que é possível que ainda exista outras cidades brasileiras nas quais o artesanato da renda tenha sido difundido, visto que as pessoas se deslocam e levam consigo seus saberes que podem ser transmitidos fora de seu ambiente original. Entretanto, o autor afirma que sua presença na contemporaneidade foi detectada naquelas em que ainda se identifica a manifestação desse saber.

### **3.7 RENDA SINGELEZA EM ALAGOAS**

Em se tratando do estado de Alagoas, este é considerado como um local importante quando se trata da Renda Singeleza. A produção desta cresceu e se espalhou fortemente em algumas cidades do estado.

Em Alagoas, a Singeleza é produzida sobretudo, com linha de algodão, de acordo com a Fundação Universitária de Desenvolvimento de Extensão e Pesquisa (FUNDEPES) (2009), de modo que em algumas regiões do estado de Alagoas, como em Marechal Deodoro, utilizam-se como suporte, talos de palha de coqueiro, sendo usado em Água Branca o espinho de mandacaru ou mesmo pequenas hastes de ferro.

A renda singeleza é um tesouro alagoano e, claro, nacional (ARTESOL, s.d., p. 01).

A renda singeleza teve o auge de sua produção e venda nas décadas de 50 e 60, especialmente nas cidades do litoral norte do estado, como Marechal Deodoro,

Água Branca, Viçosa, Paulo Jacinto, Coqueiro Seco e Maceió (ARTESOL, s.d., p. 01).

Segundo Cavalcanti, Dantas e Barros (2009), confeccionado aos metros em Marechal Deodoro, a renda era comercializada em Maceió, de porta em porta ou “a bordo”, como se dizia antigamente, de modo que “Rendar singeleza”, isto é, fazer o bico, era uma prática comum entre as mulheres de Marechal Deodoro.

Entretanto, Ferrare (2002) dispõe que a Renda Singeleza estava ameaçada de extinção no município de Marechal Deodoro – AL, desde a década de 1990, como fruto da expansão de mercado das rendas industriais.

A Singeleza foi bastante comercializada em Alagoas nas décadas de 1950 e 1960, contudo, com a industrialização das roupas femininas, das lingerie e sobretudo das rendas, a produção da Singeleza entrou em queda gradativa e ameaçou a peculiar produção que ocorria entre pouco mais de seis artesãs na cidade de Marechal Deodoro, até então local onde ocorria a produção da renda (MELO, 2019, p. 17).

Cavalcanti, Dantas e Barros (2009) complementam que com o passar do tempo, a renda foi caindo em desuso e as rendeiras migraram para o trabalho com o filé, considerado uma renda mais vistosa e de elaboração mais rápida, que encantava e ainda encanta os compradores.

Acerca desta decorrência, Fonseca, Araújo e Duarte (2018) elenca que no início dos anos 1970, a renda Singeleza entrou em queda gradativa de produção, ameaçada pela demanda das rendas industrializadas que se expandiam desde o início do século XX. Assim, a confecção doméstica, largamente apreciada para o uso em peças de enxoval como lençóis, toalhas de banho, lenços de bolso e, sobretudo em peças do vestuário feminino como anáguas e saietas, enfeites de vestidos, blusas e saias, tanto para crianças como para adultos, foi sendo paulatinamente substituída.

Como via de consequência, a confecção da Singeleza passou a ser produzida para o uso restrito das artesãs ou para atender a encomendas esporádicas, deixando assim de contribuir economicamente com a renda familiar (FONSECA; ARAUJO, DUARTE, 2018, p. 278).

Com esta decorrência, Artesol [s.d.] dispõe que houve então um processo de declínio que quase ocasionou seu desaparecimento, sendo a prática, por sorte conservada na prática afetuosa de algumas guardiãs como Dona Marinita.

Segundo o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN)

(2009), na cidade, inicialmente havia apenas uma rendeira, conhecida como Dona Marinita, a qual fora considerada como a guardiã autêntica e absoluta do saber-fazer da Renda Singeleza. A qual, de acordo com Ferrare (2006), antes de falecer, no ano de 2006, ministrou um curso denominado “Oficina Dona Marinita”, onde transmitiu seu legado de conhecimento a nove artesãs da cidade, da própria sede urbana do município.

A autora afirma ainda que a partir de Marinita, Benedita Jatobá, sua vizinha, aprendeu também a tecer o bico e começou a multiplicar o conhecimento, liderando outras oficinas promovidas pelo Projeto (Re)bordando o Bico Singeleza, sob o patrocínio do Programa BNB CULTURAL 2007 e realizadas em parceria com a Secretaria Municipal de Cultura de Marechal Deodoro.

Estas serviram de inspiração para as pesquisadoras Josemary Ferrare e Adriana Guimarães realizarem então o registro e difusão dessa técnica a fim de mantê-la viva segundo Artesol [s.d.], de modo que houve então um processo de resgate e fortalecimento realizado a muitas mãos, proposto no início dos anos 2000, o qual propiciou o avanço no reconhecimento do Saber-Fazer como patrimônio imaterial pela Secretaria de Cultura do Estado de Alagoas, seguindo para o reconhecimento também pelo Iphan e Unesco. Pompeu (2016) complementa ainda que:

Ao pesquisar o trabalho artesanal, Ferrare identificou que o Bico Singeleza e o seu processo de fabricação estavam ameaçados de extinguir-se. Tendo identificado a que talvez fosse a última guardiã do saber relacionado ao Bico Singeleza, Maria do Carmo Nunes da Silva, D. Marinita que aprendera o bico com a mãe, Filomena Nunes da Silva, a Dona Filó, falecida na década de 80, a autora se empenhou em parceria com Adriana Guimarães num projeto para difusão cultural desse saber com o “Projeto (Re)bordando o BICO SINGELEZA” (POMPEU, 2016, p. 88).

Melo (2019) dispõe que a não possibilidade de deixar o legado a uma herdeira era o que preocupava a octogenária guardiã do saber-fazer Singeleza Marinita por não ter tido descendentes.

Assim, diante da ameaça de extinção da produção, Santoro (2018) afirma que o Projeto (Re)bordando o Bico Singeleza nasceu como uma forma de a transmissão emergencial do saber-fazer, com o objetivo de promover oficinas que ensinassem o saber-fazer da renda a futuras rendeiras em Marechal Deodoro.

Além do objetivo de resgatar o conhecimento do modo de fazer Singeleza, o Projeto intentava o registro de patrimônio cultural imaterial em Alagoas (MELO, 2019,

p. 18).

Pompeu (2016) elenca ainda quanto às proposições do “Projeto (Re)bordando o BICO SINGELEZA” idealizadas por Josemary Ferrare e Adriana Guimarães como: exemplificar perante a população local a importância da existência de guardiãs da memória coletiva em um grupo social, inscrevendo o Saber-Fazer do Bico Singeleza no Livro de Registro do Patrimônio Imaterial do IPHAN; estruturar cursos ministrados com a presença da D. Marinita, acompanhada de uma monitora que a ajudasse a transmitir o seu legado de conhecimento a artesãs locais e adolescentes da cidade da própria sede urbana e dos povoados ribeirinhos do município de Marechal Deodoro; apontar iniciativas que contribuam para inserir o Bico Singeleza no comércio das rendas já consagrado no âmbito turístico, através da dinamização de novas propostas de aplicação do mesmo; bem como buscar parcerias para viabilizar as proposições e desdobramentos que integralizam todo o Projeto.

Como resultado das oficinas propostas, artesãs de Alagoas aprenderam a técnica e mantém sua produção e difusão (POMPEU, 2016, p. 89).

A proponente a arquiteta, pesquisadora e professora Josemary Omena Passos Ferrare, coordenadora do projeto (Re)Bordando o Bico e Renda Singeleza realizado em 2009 com apoio da SECULT e da FUNDEPES, de acordo com Cavalcanti, Dantos e Barros (2009), realizou o pedido de Registro do Modo de Fazer do Bico e da Renda Singeleza em Alagoas, o qual foi encaminhado à Secretaria de Estado da Cultura em 25 de novembro de 2013. O autor complementa ainda que:

Registrar esse modo de fazer como patrimônio cultural de Alagoas significa valorizar a tradição de Alagoas na produção de bicos, rendas e bordados, o saber das artesãs e toda a tradição que aproxima esse universo de linhas, pontos, criatividade e imaterialidade das tradições da pesca e da confecção de redes. Registrar significa ainda reconhecer a importância de todas as ações de salvaguarda já realizadas junto ao bem, estimulando o repasse desse saber, sua comercialização e valorização (CAVALCANTI; DANTAS; BARROS, 2009, p. 33).

#### **4. METODOLOGIA**

##### **i. LISTA DAS ETAPAS METODOLÓGICAS**

Para a realização do presente Trabalho de Conclusão de Curso, a metodologia empregada foi a pesquisa ação, de modo que foram realizadas algumas fases procedimentais que propiciaram compreender acerca da temática de modo geral,

tanto na teoria como na prática, de maneira a completarem-se entre si. A pesquisa trata-se de um meio de estudo e investigação de cunho participativo e inclusivo dos autores, propiciando uma inclusão coletiva pelos participantes desta. Esta foi escolhida em razão de propiciar vivenciar na prática os estudos vislumbrados no âmbito teórico.

Em Alagoas, existem 4 localizações em que as rendeiras trabalham a técnica da Singeleza, nos quais foram visitados e observados, 3 deles, os quais passo a citar: Centro de Recuperação e Educação Nutricional (CREN) no bairro Tabuleiro dos Martins em Maceió, Casa da Singeleza “Dona Marinita” no município de Marechal Deodoro e a Associação das Artesãs de Singeleza e bordados de Paripueira localizada no município de Paripueira.

Nas visitas técnicas realizadas nesses locais foram pontificadas algumas anotações e observações.

#### Etapa metodológica 1: Pesquisa de campo

Atendendo a pesquisa de campo, como parte prática da metodologia escolhida para o trabalho, foram realizadas visitas às rendeiras localizadas no estado de Alagoas, distribuídas entre os municípios de Maceió, Marechal Deodoro e Paripueira.

#### Etapa metodológica 2: Pesquisa bibliográfica

Já no tocante à etapa de pesquisa bibliográfica, foram realizadas pesquisas bibliográficas acerca da temática, com o objetivo precípuo de estudar e obter embasamento teórico, fundamentando-se nos devidos respaldos de estudos acerca do tema aqui discutido.

#### ii. DESCRIÇÃO DETALHADA DE CADA ETAPA METODOLÓGICA

- Na pesquisa de campo foram utilizados materiais como blocos de anotações e materiais de papelaria e celular com gravador. Ao passo que na pesquisa bibliográfica foram utilizados materiais como livros, computadores e pen drive para realizar as buscas em bancos de dados virtuais.
- Quanto aos métodos utilizados, na pesquisa de campo houve a busca pelos locais destinados a realização da renda Singeleza e visitas conforme datas e horários

combinados com os responsáveis, onde nestas houve conversas a respeito da técnica e do projeto em si, sendo estas gravadas e realizadas as devidas anotações e observações, bem como vislumbrados os produtos elaborados pelas rendeiras. Enquanto na pesquisa bibliográfica, houve a busca por materiais bibliográficos que servissem para o embasamento teórico em bases de dados virtuais, tendo sido estes baixados e arquivados para o estudo e elaboração do trabalho.

- Quanto ao tipo de abordagem, os métodos são classificados em qualitativos, visto que propiciaram compreender acerca da temática em si, isto é, sua complexidade, características e detalhes.
- As pesquisas realizadas classificam-se quanto ao seu objetivo, em pesquisas participativas, visto que se fundamentam na busca e análise de levantamentos tanto de observações de vivências reais, bem como bibliográficos, para a compreensão da temática.

### iii. MATRIZ DE VALIDAÇÃO/AMARRAÇÃO

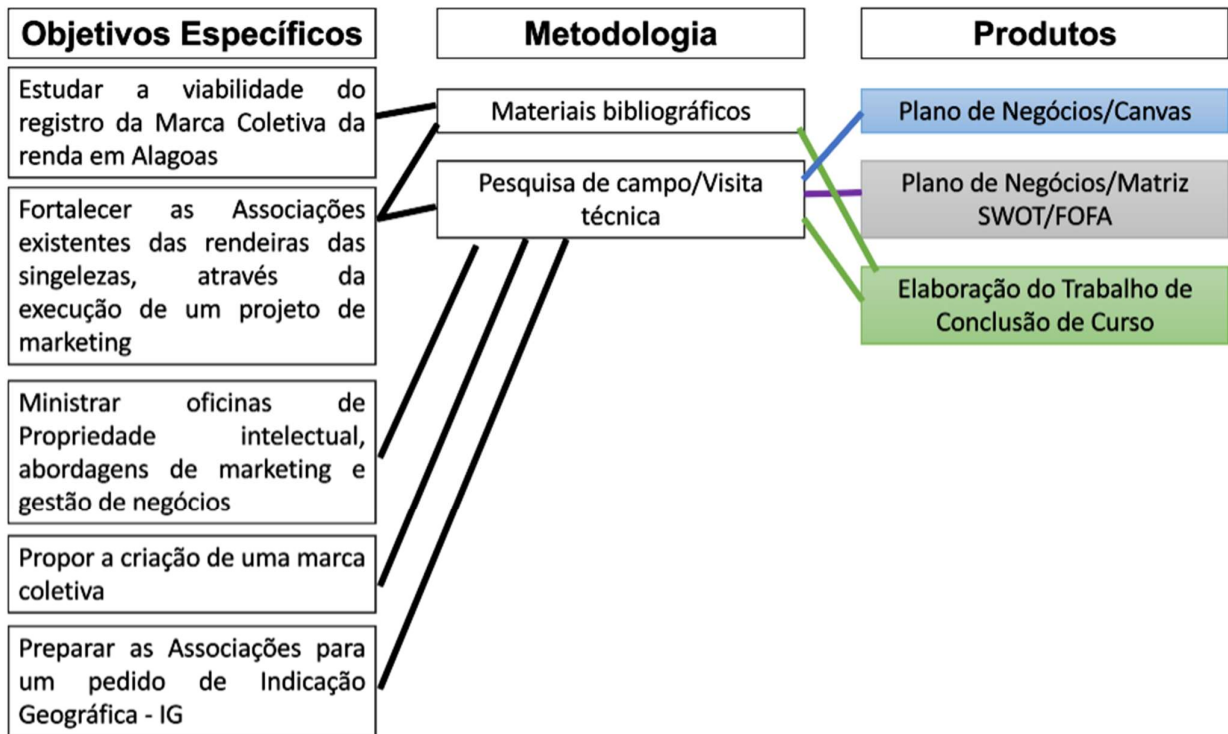
No decorrer da realização do presente trabalho de conclusão de curso, a fim de alcançar os objetivos inicialmente pretendidos, fora necessário realizar algumas etapas procedimentais para obter o devido conhecimento a respeito da temática abordada. Para tal, foi necessário então debruçar-se ao máximo acerca desta, de maneira a vislumbrá-la em todas as esferas, tanto de maneira teórica como no campo prático e real, os quais complementam-se entre si.

A princípio, após breves pesquisas que propiciaram a escolha e conhecimento ao menos objetivo da temática, foi realizada uma pesquisa de campo, onde houve a realização de uma visita às rendeiras localizadas no estado de Alagoas, nos municípios de Maceió, Marechal Deodoro e Paripueira. Este primeiro momento propiciou conhecer de maneira prática acerca da realidade decorrente quanto ao âmbito da renda Singeleza de Alagoas, desde sua parte histórica, procedimental, características, perspectiva de futuro, advindo de observações e conversas com as rendeiras que se encontram inseridas e envolvidas neste patrimônio cultural.

Após observar como sucede o âmbito da renda Singeleza de Alagoas, houve então o momento de relacionar com a teoria, tudo o que fora inicialmente visto de



maneira prática, isto é, a etapa de fundamentar acerca desta temática. Fora então realizada de maneira delineada uma pesquisa bibliográfica, com intuito de dispor de embasamento teórico e respaldos a seu respeito. Esta sucedeu por meio da busca por materiais bibliográficos como artigos científicos, teses, livros e monografias em bancos de dados virtuais, tais como Google Acadêmico e a plataforma SciELO.



## 5. RESULTADOS

Dentre os resultados, atingiu-se os objetivos específicos inicialmente idealizados, os quais serviram como finalidade do presente estudo. Tratando-se tanto de decorrências reais relacionadas à prática da renda Singeleza em Alagoas, como também resultados bibliográficos para a efetiva realização do presente trabalho de conclusão de curso.

Acerca destes resultados almejados, é possível dividi-los de acordo com suas características, podendo estes serem mensuráveis ou não mensuráveis. Como resultados mensuráveis, tem-se o fato de conseguir o fortalecimento das rendeiras da Singeleza de Alagoas, por meio da execução de oficina de Propriedade Intelectual, abordagens de marketing e gestão de negócios e criação de uma marca coletiva.

Espera-se ainda, não apenas o reconhecimento deste Saber-Fazer como uma Indicação Geográfica de procedência, mas também tornar as Associações destinadas a tal, como preparadas para este, de modo a se disporem devidamente conscientizadas sobre as demandas do pós IG. Bem como, que haja a devida disseminação acerca da renda Singeleza e a continuidade do legado do patrimônio histórico e cultural.

Ao passo que como resultados não mensuráveis, tem-se as decorrências quantitativas, isto é, dados numéricos específicos, os quais tratam da quantidade de mulheres que serão alcançadas pela renda Singeleza e irão se tornar rendeiras, a quantidade de itens a serem produzidos, renda a ser gerada, bem como os projetos a serem realizados e dispostos à população. Apesar de não ser possível mensurar tais resultados, almeja-se que estes sejam resultados crescentes e positivos, que de fato irão propiciar a disseminação da técnica, dando prosseguimento ao legado.

Tabela 1 – Resultados

<b>RESULTADOS MENSURÁVEIS</b>	<b>RESULTADOS NÃO MENSURÁVEIS</b>
Oficina de Propriedade intelectual, abordagem de marketing e gestão de negócios.	Quantidade de mulheres a serem alcançadas pela renda Singeleza e quantas irão se tornar rendeiras.
Criação de uma marca coletiva.	Quantidade de itens a serem produzidos.
Reconhecimento deste Saber-Fazer como uma Indicação Geográfica de procedência.	Renda a ser gerada.

Tornar as Associações preparadas para o reconhecimento, de modo a se disporem devidamente conscientizadas sobre as demandas do pós IG.	Projetos a serem realizados e dispostos à população.
Devida disseminação acerca da renda Singeleza e a continuidade do legado do patrimônio histórico e cultural.	

Ademais, dentro dos resultados mensuráveis, fora realizada oficina profissional com o título: **“Oficina de abordagem aos temas: Indicação Geográfica, Marcas Coletivas e economia criativa, com participação especial: rendeiras da Singeleza e do bordado Boa Noite.”**, cujo relatório segue abaixo:

Data do evento: 26 de outubro, Horário: 08:00 às 13:00 horas

Tempo de organização do evento: 13 de setembro à 26 de outubro

**Setor da organização:** Núcleo de Inovação Tecnológica – NIT/PROPEP/UFAL

**Setores da sociedade em que se insere a organização:**

X Setor Acadêmico; X Setor Governamental;

**Organizadoras da oficina:** Lavínia Correia das Neves Gomes de Melo, Camila Moura Lacerda, Professora Dra. Tatiane balliano e Professora Dra. Silvia Uchôa.

**Supervisora:** Carolina Conde e Sá

**Atividade em que atuou:** Políticas de estímulo à proteção das criações

**Resumo das atividades realizadas:** Organização de evento sobre propriedade intelectual com foco em indicação geográfica, marcas coletivas e economia criativa. Ciclo de palestras com espaço aberto para interação entre os palestrantes e o público. Exposição de peças pelas artesãs da renda Singeleza e do bordado Boa noite.

**Atividades desenvolvidas:** Planejamento e organização de evento no formato Ciclo de Palestras. Contato com professores e atores sociais que pudessem contribuir para

o fortalecimento das mulheres que trabalham bordando, proporcionando oficina na qual os temas de propriedade intelectual estiveram em foco, Indicações Geográficas e Marcas Coletivas, além de outros temas relevantes como marketing na economia criativa. O evento ocorreu no auditório do Instituto de Física da Universidade Federal de Alagoas, no dia 26 de outubro, recebeu 51 inscrições online, através de formulário do Google Forms, e teve 31 pessoas presentes.

Foi também organizado espaço para exposição pelas artesãs com a consequente divulgação da renda e do bordado, desempenhados por elas.

**Temas abordados:** marcas; marcas coletivas; indicação geográfica; marketing na economia criativa; capacitação e o impacto de geração de renda na comunidade e os 3Ms como estratégia de posicionamento, O projeto (re)bordando o bico Singeleza: do resgate aos registros patrimoniais ao atual impulso à comercialização; a IG própolis vermelha e a sua importância na bioeconomia no Estado de Alagoas e a denominação de origem Manguezais de Alagoas.

**Público-alvo:**

- Gestores e profissionais dos setores empresarial, governamental e acadêmico de Instituições de Ciência e Tecnologia, públicas e privadas, vinculados à gestão da inovação e à transferência de tecnologia; Associados do FORTEC, membros dos NITs e dos Sistemas Locais de Inovação; Professores e estudantes de várias áreas; Estudantes do PROFNIT; Pessoas que tenham interesse em cursar o Mestrado profissional do PROFNIT; Artesãs e Rendeiras.

**Palestrantes:**

ADRIANA GUIMARÃES DUARTE, CERIZE MARIA RAMOS FERRARI DE MELO, DIEGO DOS ANJOS, JOSEMARY OMENA PASSOS FERRARE, MARIA EUGÊNIA BRANDÃO DE CASTRO CAVALCANTE, MÁRIO CALHEIROS, MILA PASSAN, RODRIGO CARVALHO e TICIANO NASCIMENTO.

Figura 04 – Alguns dos palestrantes e organizadores



Figura 05 – Uma parte das rendeiras da Singeleza e organizadores



Figura 06 – Organizadoras do evento



Figura 07 – Maria Eugênia (CREN) - palestrante





Figura 08 – Cerize Ferrari - Palestrante



Figura 09 – Exposição das rendeiras da Singeleza



Figura 10 – Josemary Ferrare e Adriana Guimarães - palestrantes



Figura 11 – Rodrigo Carvalho, Mila Passan (palestrantes)





Além das visitas nos polos de produção, e do Evento de Propriedade Intelectual, aconteceu outro encontro com as rendeiras da Singeleza no dia 18 de novembro de 2022, no auditório do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional/ Alagoas, situado no bairro de Jaraguá no município de Maceió.

O objetivo deste encontro foi apresentar a proposta do Regulamento de Utilização da Marca Coletiva “Singeleza de Alagoas”, elaborado pela autora desta dissertação, feito com base no Modelo de regulamentação de utilização de marca coletiva- anexo I da Instrução Normativa INPI/PR nº 296/2012; na Minuta do caderno de especificações técnicas para pedido de registro de IG de procedência de renda da agulha “Singeleza” de Alagoas, anexo da dissertação de Mestrado da autora Cerize Maria Ramos Ferrari de Melo, tendo como título do trabalho: “Viabilidade da renda singeleza como indicação geográfica: valorização e mercado na conexão entre Alagoas e Itália.”, encontrada no link: <http://www.repositorio.ufal.br/jspui/handle/riufal/6709> ; no Manual de Identidade Visual da marca coletiva “Singeleza de Alagoas” elaborado por Maria Eugênia Brandão coordenadora de curso da capacitação do CREN/AL e no Estatuto da **Associação das Artesãs de Singeleza e bordados de Paripueira /AL-ARTECER**.

Este encontro foi organizado com a colaboração da rendeira Jeane Valentim, presidente da Associação ARTECER; da coordenadora do CREN, Maria Eugênia Brandão que elaborou o Manual de identidade da Marca Coletiva, e, também, da Diretoria Técnica do IPHAN/ Alagoas, representado pelo Diretor Maicon Marcante, que gentilmente disponibilizou o auditório do IPHAN para o encontro.

Na ocasião, estiveram presentes apenas 9 rendeiras provenientes de Ma, mesmo o encontro tendo sido divulgado com os polos de fabricação.

A presidente da Associação ARTECER, associação esta que seria a requerente de registro da Marca Coletiva, Jeane Valentim, se mostrou bastante entusiasmada com o propósito, porém as artesãs preferiram refletir e amadurecer mais a ideia do registro, podendo ser decidido em um futuro próximo ou distante.

Figura 12 – Auditório do IPHAN com as rendeiras



Figura 13 – Auditório do IPHAN com as rendeiras



Figura 13 – Maicon Marcante (IPHAN/AL), Lavínia e Maria Eugênia CREN)



Figura 15 – Apresentação do Regulamento de Utilização da Marca por Lavínia

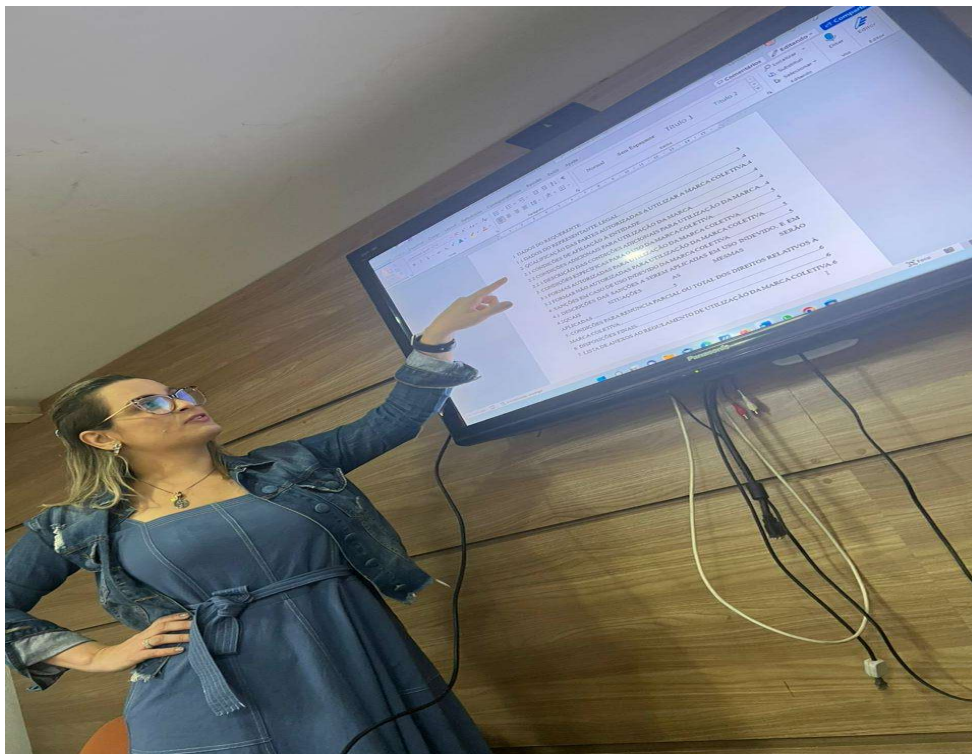


Figura 16 – Apresentação do Manual de Identidade por Maria Eugênia



Figura 17 – Apresentação do Manual de Identidade por Maria Eugênia



Figura 18 – Frente dos cartões-postais da Singeleza entregues pelo IPHAN

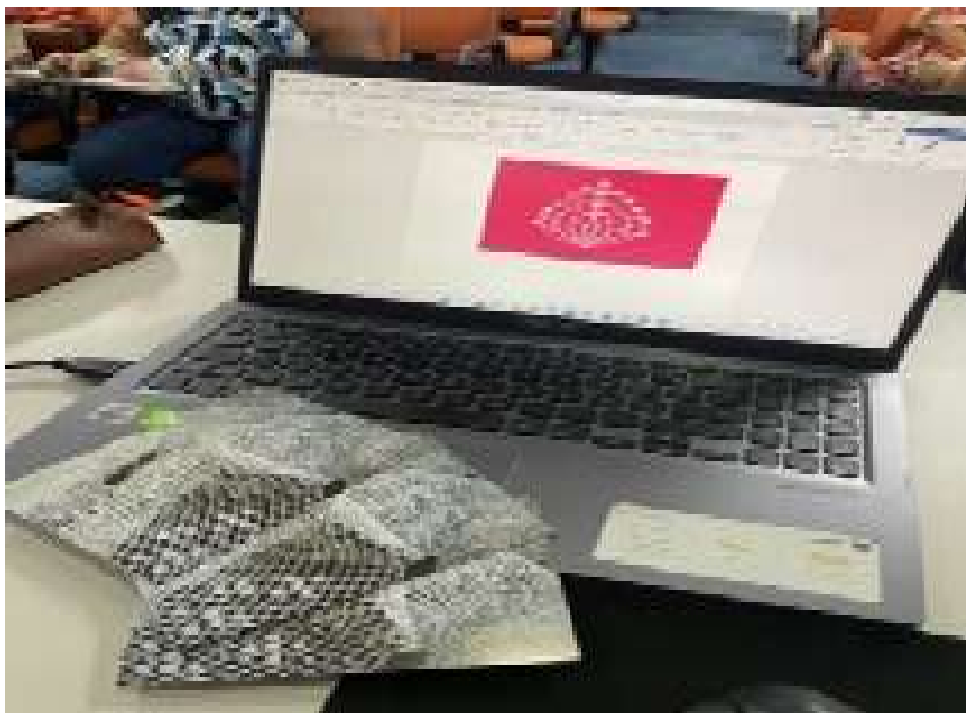


Figura 13 – Verso dos cartões-postais da Singeleza entregues pelo IPHAN



Figura 20 – Selfie com as rendeiras participantes do encontro com Maria Eugênia (CREN)



## 6. DISCUSSÃO

No dia 21 de fevereiro de 2022, às 14 horas houve a visita ao Centro de Recuperação e Educação Nutricional (CREN) (Figura 12) situado no bairro do Tabuleiro dos Martins, em Maceió, também conhecido como CREN Alagoas. OSC fundada há mais de 16 anos pela doutora Telma Toledo, a qual tem como enfoque principal receber crianças que vivem em desnutrição. Entretanto, este passou a desenvolver novas funções como realizar cursos e projetos destinados a capacitação da população da região, realizando meios destinados ao ensino do artesanato, manicure, dentre outros. Em seus projetos e idealizações, as organizadoras se interessaram pela renda Singeleza e por seu contexto histórico, e optaram por resgatar a técnica e ensiná-la as mulheres do bairro (Figura 13) que frequentam o CREN, visto também que nos bairros próximos e periféricos da cidade, não tinha saber artesanal, bem como não tinham meios destinados ao seu ensino. Neste, a coordenadora Maria Eugênia tem um grupo de renderias que frequentam o local alguns dias da semana (Figura 14), e que são em sua maioria, mães de crianças residentes na comunidade, as quais vão para OSC fazer o trabalho da renda Singeleza. O CREN também fornece o material, de modo que as mulheres bordam as peças, estas são vendidas, e uma parte dos valores arrecadados com as vendas são repassados para elas, até mesmo como forma de estimulá-las. Desde o início deste projeto envolvendo a renda Singeleza, já passaram pelo local mais de 50 mulheres, porém atualmente, o número médio de rendeiras que frequentam o local, gira em torno de 9.



Figura 21- Centro de Recuperação e Educação Nutricional (CREN)



Fonte: Autoral

Figura 22- Mulheres aprendendo a técnica da renda Singeleza





Fonte: Autoral

Figura 23 – Grupo de rendeiras do CREN



Fonte: Autoral

A segunda visita fora no ponto de Cultura em Marechal Deodoro, município situado há 28 km de distância de Maceió, no dia 04 de março de 2022, às 14 horas na Casa da Singeleza “Dona Marinita” (Figura 15), a qual a Coordenadora chama-se Wbiranilda, contanto com a orientação da professora Josemary Ferrare. Na visita (Figura 16) foi abordado acerca da Oficina Guardiãs do Saber, onde as rendeiras receberam incentivos não apenas para resguardarem e realizarem a técnica, mas também para transmitir este conhecimento, motivo este que visa a criação de um mecanismo para incentivar este ensino. A casa conta com a média de 20 rendeiras conhecedoras da técnica, porém apenas 8 aprendizes frequentam a casa atualmente, botando em prática o saber-fazer transmitido.

A oficina Guardiãs do Saber promovida pelo (Re)bordando em 2007, no ponto cultura em Marechal Deodoro, foi feita mediante recursos do Programa BNB Cultural, no qual a Professora Josemary Ferrare inscreveu o projeto (Re)bordando o bico

Singeleza e foi contemplado.

Em 2019, através de uma solicitação encaminhada à Prefeitura de Marechal Deodoro pela professora Josemay conjuntamente com a Superintendência de Patrimônio da Secretaria de Cultura de Marechal Deodoro, a prefeitura liberou recursos para a Oficina Atualizando o Saber Rendar a Singeleza na Casa da Singeleza " Dona Marinita". Ocasão, inclusive, em que foi instalada a ocupação da Casa no Centro histórico de Marechal Deodoro, com a finalidade de as rendeiras de Singeleza compartilhar com as rendeiras de Labirinto.

A realização do projeto (Re)bordando foi um instrumento feito para o resgate desse saber em Marechal Deodoro, que havia sido interrompido em seu processo de transmissão geracional passado de mãe para filha, e social, pois não motivava mais as gerações mais novas a aprendê-lo, nem o usar. Assim o projeto ocorreu com uma didática bem objetiva para o ensino desse tipo de rendas (Figura 17), e ao fim foram entregues certificados atestados para as artesãs, havendo, também, entrega de materiais para cada artesã através de um kit montado em caixinhas de MDF com agulhas, tesoura, fita métrica, linhas de pipa e camisetas.

Figura 24 - Casa da Singeleza "Dona Marinita"



Fonte: Autoral

Figura 25 – Visita a casa



Fonte: Autoral

Figura 26 - Renda Singeleza feita pelas rendeiras



Fonte: Autoral

Por fim, a última visita fora em Paripueira, município situado há 30,04 km de Maceió, no dia 18 de março de 2022, às 14 horas, na Artercer (Figura 18), uma Associação das Rendeiras de Singeleza e Bordados de Paripueira, a qual pode ser

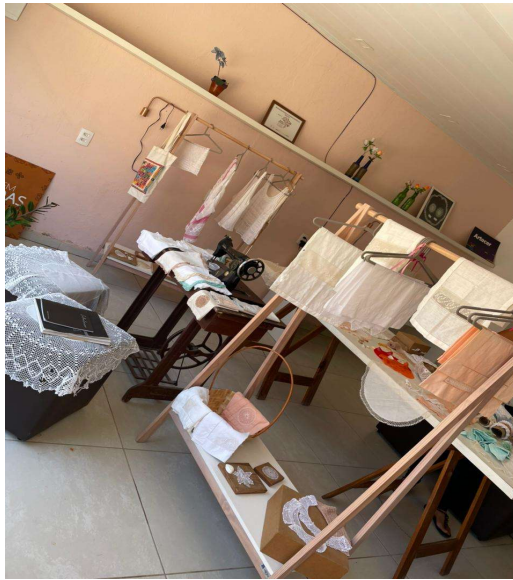
considerada como a mais organizada e com uma ótima gestão, dentre os locais visitados (Figura 19). Esta surgiu quando uma rendeira, Jeane, soube que a técnica aprendida há anos com sua avó, tratava-se de um patrimônio imaterial do estado e que encontrava-se em risco de extinção. A rendeira foi contatada pelas pesquisadoras Josemary e Adriana, quando estas realizaram mapeamentos no estado e propuseram a realização de um projeto destinado a resgatar este patrimônio cultural que se encontrava em declínio. Assim, o Artecer surgiu em 2018 em Paripueira e era comandado e organizado por nove rendeiras, as quais foram se especializando ainda mais na técnica com o decorrer do tempo. Neste, atualmente, tem em torno de 25 rendeiras, bem como, além das criações (Figura 20) e ensino, há também a comercialização dos produtos (Figura 21), e grande visitação de turistas para conhecer o local.

Figura 27 - Artecer



Fonte: Autoral

Figura 28 - Parte interna Artecer



Fonte: Autoral

Figura 29 - Renda elaborada pelas artesãs





Fonte: Autoral

Figura 30- Comercialização dos produtos



Fonte: Autoral

## 7. IMPACTOS

Com base nas análises obtidas de maneira prática e teórica acerca da renda Singeleza em Alagoas, foi possível perceber, de modo geral, acerca de sua maneira de disposição, comparando-a com a forma que decorria no passado, na atualidade e correlatando com as perspectivas futuras, sendo possível compreender que a renda Singeleza trata-se de produto considerado como patrimônio cultural, o qual dispõe de grande importância e potenciais impactos à sociedade.

Dentre os impactos resultantes da disposição da renda Singeleza, não apenas em Alagoas, mas também nas demais localidades em que se faça presente, tem-se diversos benefícios à sociedade e a própria região. Acerca destes, é possível elencar melhorias e impactos no âmbito econômico, em razão da geração de emprego, e conseqüentemente, geração de renda e fluxo de capital. É possível, também, visualizar impactos sociais, tendo em vista haver a transmissão de conhecimento acerca da forma de produção e elaboração, e até mesmo entretenimento à população que se interesse por esta, melhorando então, a saúde mental e bem-estar destes indivíduos, propiciando ainda sua tradição cultural.

Vale ressaltar ainda que este patrimônio cultural influencia também no crescimento da região em que se faz localizado, como exemplo, no crescimento de um município em que há sua assídua e conhecida produção. Visto que por muitas vezes atrairá turistas a conhecer e adquirir as produções realizadas, bem como atrair pessoas de outros locais para se interessarem em aprenderem as formas de sua elaboração e produção, aumentando então o conhecimento a respeito da renda Singeleza.

## **8. ENTREGÁVEIS DE ACORDO COM OS PRODUTOS DO TCC**

Para uma melhor elucidação do presente Trabalho de Conclusão de Curso foram desenvolvidos alguns produtos como:

1. Matriz de SWOT (FOFA) sendo um Anexo do texto dissertativo do TCC;
2. Figura Diagrama do Modelo de Negócio CANVAS como um Anexo do texto dissertativo do TCC;
3. Artigo submetido a revista qualis B3 ou superior.



## 9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por fim, com base nos levantamentos supracitados foi possível compreender acerca da temática abordada de maneira geral, compreendendo-a de maneira prática, ao vislumbrá-la na realidade, bem como de maneira teórica, com base nas fundamentações a seu respeito. Este propiciou então realizar o estudo da viabilidade do registro da Marca Coletiva da renda em Alagoas, dispondo quanto a sua relação e reconhecimento como Indicação Geográfica.

Os objetivos inicialmente almejados puderam ser devidamente atingidos, visto que a execução de uma oficina de Propriedade intelectual, com abordagens de marketing e gestão de negócios propiciou fortalecer as Associações existentes das rendeiras das singelezas, e ainda sendo possível propor a criação de uma marca coletiva, bem como preparar as Associações para um pedido de Indicação Geográfica, com ênfase na conscientização sobre as demandas do pós IG.

Assim, entende-se que as Indicações Geográficas tratam de meios e ferramentas destinadas a proteção específica de produtos de uma determinada região, a qual, surgiu frente a necessidade de assegurar quanto à originalidade das produções. Vale ressaltar que as IGs se destinam a resguardar devidamente a autoria das criações, surgindo em razão da grande diversidade de produções decorrentes no Brasil.

Apesar de sua disposição, as Indicações Geográficas são por muitas vezes confundidas com as Marcas e Marcas Coletivas. Mas, ainda com as semelhanças decorrentes, estes conceitos são distintos entre si, tendo cada um suas próprias peculiaridades e características inerentes a forma de atuação em meios às produções e prestações de serviços no mercado de trabalho.

Quanto ao mercado de trabalho de modo geral, é sabido que são diversas as vertentes atreladas, as quais vão além de apenas produções e elaborações, mas têm relação também com a necessidade de marketing e divulgação para a promoção dos negócios e empreendimento. Sendo então neste ponto essencial compreender acerca dos consumidores e suas necessidades, utilizando-se das devidas ferramentas atrativas, as quais serão essenciais para o progresso e crescimento bem-sucedido.

Por fim, acerca de uma IG específica retratada, a renda Singeleza trata-se de produção de um tipo de renda do artesanato brasileiro, realizada com uma agulha extremamente delicada, a qual, apesar de sua importância e característica cultural,

fora sendo deixada de lado no estado de Alagoas e demais regiões, caindo em desuso com o decorrer do tempo, sendo substituída por outras produções. Fato este que motivou em projetos como o Projeto (Re)bordando o bico singeleza, que visa a difusão cultural desse saber.

Assim, faz-se mister que no intuito de resguardar as produções culturais, haja a decorrência de projetos, meios para o reconhecimento bem como de meios atrativos para manter a disposição e o caráter cultural e patrimonial de Indicações Geográficas como o da renda Singeleza.

Ainda, em sede de considerações finais, ressalta-se que apesar do Regulamento de Utilização da Marca Coletiva ter sido preparado e apresentado para as rendeiras, até o presente não houve uma adesão considerável a ideia, reforçando a ideia de que é necessário haver projetos, oficinas e afins, como forma de provocar um entusiasmo maior nas artesãs.

## **11.PERSPECTIVAS FUTURAS**

Acerca de perspectivas futuras, considerando quanto a relevância da temática, é de suma importância que haja a continuação de seu estudo, isto é, que constantemente se volte a atenção a esta, a fim de que sejam desenvolvidos novos trabalhos que se destinem a sua abordagem. Tendo em vista quanto à extensão da temática de modo geral e das diversas vertentes que estão atreladas e desencadeiam novos pontos a serem elucidados, são diversas as novas possibilidades de estudos a serem decorrentes.

Dentre estas, é imprescindível elencar sugestões de trabalhos que se destinem a abordar acerca da temática de modo geral, isto é, quanto a Indicação Geográfica, seus conceitos, características e demais pontos de vista atrelados. Bem como, quando de maneira mais específica, são essenciais a realização de estudos destinados a abordagem de demais produtos considerados como patrimônio cultural de outras regiões.

Vale ressaltar ainda, como sugestões de trabalhos a serem desenvolvidos, que se tratando de maneira mais específica, sobre a renda Singeleza, é de suma importância que continuem os estudos a seu respeito, tanto em busca da realização de novos trabalhos acadêmicos como estudos destinados ao crescimento e progresso desta produção. A fim de continuar as disposições elencadas no presente trabalho, é essencial que os estudos futuros se destinem a uma maior abordagem acerca da renda Singeleza de modo geral, no Brasil e no mundo, indo além das delimitações deste que enfocaram mais em sua decorrência no estado de Alagoas. Versando estes a respeito da maneira que se encontra disposta esta produção na atualidade em demais locais, se existem projetos destinados a seu crescimento, ensino e produção, como o abordado no presente estudo, bem como as formas de continuar o transmitindo e dissipando culturalmente.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, A. F. R. Denominação de origem e marca: Studia Iuridica 39. **Boletim da Faculdade de Direito**. Coimbra: Coimbra Editora, 1999.

ÂNGULO, Astrid Uzcátegui. **Marcas Coletivas e Marcas de Certificação**. [s.d.].

BARROS, Regina Cohen. **A interação rural-urbana e sustentabilidade na geografia agrária: o contexto das indicações geográficas**. Rev. do Programa de Pós-Graduação em Geografia. v. 1, n. 1, 2011.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, p. 8353, 15 maio 1996.

GIESBRECHT, Hulda Oliveira; et al. **Indicações geográficas brasileiras**. Brasília: SEBRAE, INPI, 2016.

GOLLO, Silvana Saionara; CASTRO, Alberto William Viana. **Indicações geográficas no Brasil: as indicações de procedências já outorgadas e as áreas e produtos com potencial de certificação**. Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Rio Branco – Acre, 20 a 23 de julho de 2008.

ILBERT, H.; PETIT, M. Are geographical indications a valid property right? Global trends and challenges. **Development Policy Review**, v. 27, n. 5, p. 503-528, 2009.

KRUCKEN, L. **Design e Território: valorização de identidades e produtos locais**. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

LIMA, F. D.; GIESBRECHT, H. O.; LIMA, S. U. de. Indicação geográfica: agregação de valor aos produtos amazônicos. **T&C Amazônia**, v. 5, n. 11, p. 42-48, jun. 2007.

MASCARENHAS, G.; WILKINSON, J. Indicações geográficas em países em desenvolvimento: potencialidades e desafios. **Revista de Política Agrícola**, v. 23, n. 2, p. 103-115, abr./maio/jun. 2014.

MATOS, Ligia Aparecida Inhan; LA ROVERE, Renata Lèbre. As diferentes interpretações dos conceitos de indicações geográficas por instituições brasileiras. **Desenvolvimento Regional em debate**, v. 7, n. 1, p. 4-24, maio 2017.

MAUÉS, Adriana Araújo. **Ostra de Florianópolis: vantagens e desafios para obtenção de uma Indicação Geográfica**. Florianópolis: 2020.

PAPADOPOULOS, N.; HESLOP, L. **Product-Country images**. Nova Iorque: International Business Press, 1993. 445 p.

REIS, L. L. M. **Indicação Geográfica no Brasil: determinantes, limites e possibilidades**. 2015. 270 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015.

SILVA, Maria Do Socorro Ribeiro. **Entraves E Desafios Para A Implantação De Indicação Geográfica: Estudo De Caso Do Queijo Coalho De Jaguaribe-CE**. Fortaleza: 2019.

STRASBURG JÚNIOR, Carlos Edson. **Da importância das indicações geográficas no atual contexto da empresa agrária.** São Paulo: 2013.

VIEIRA, A. C. P.; ZILLI, J. C.; BRUCH, K. L. Políticas públicas como instrumento de desenvolvimento de indicações geográficas. **Revista Foco**, v. 9, n. 2, p. 138-155, ago./dez. 2016.

VILAS BOAS, L. H. B. **Comportamento do consumidor de produtos orgânicos: uma análise na perspectiva da teoria da cadeia de meios e fins.** 2005. 222 f. Tese (Doutorado em Administração) – DAE, Universidade Federal de Lavras, Lavras.

## APÊNDICE A – Matrix FOFA (SWOT)

	<b>AJUDA</b>	<b>ATRAPALHA</b>
<b>INTERNA (Organização)</b>	<p><b>FORÇAS:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Interesse advindo de pesquisadores para dar continuidade na produção e ensino da técnica;</li> <li>2. Tornar a renda Singeleza uma Indicação Geográfica de procedência;</li> <li>3. Valorização da tradição de Alagoas na produção de bicos, rendas e bordados</li> </ol>	<p><b>FRAQUEZAS:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Processo de declínio que ocasionou seu desaparecimento;</li> <li>2. Poucas rendeiras com conhecimento na técnica;</li> <li>3. Pouca transmissão do saber.</li> <li>4. Desestímulo entre as rendeiras</li> </ol>
<b>EXTERNA (Ambiente)</b>	<p><b>OPORTUNIDADES:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Criação de projetos para disseminar a renda Singeleza;</li> <li>2. Aprendizagem da técnica e continuação de sua produção e difusão;</li> <li>3. Continuidade do legado do patrimônio histórico e cultural</li> </ol>	<p><b>AMEAÇAS:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Risco de desaparecimento da técnica;</li> <li>2. Baixa procura e interesse de pessoas em aprender a técnica.</li> </ol>

## APÊNDICE B – Modelo de Negócio CANVAS

<b>Parcerias Chave:</b> 1. Organizações não Governamentais; 2. Associações.	<b>Atividades Chave:</b> 1. Projetos; 2. Cursos de capacitação; 3. Oficinas de capacitação.	<b>Propostas de Valor:</b> 1. Continuidade do legado do patrimônio histórico e cultural; 2. Criação de projetos para disseminar a renda Singeleza; 3. Registro da renda Singeleza como uma Indicação Geográfica de procedência; 4. Aprendizagem da técnica e continuação de sua produção e difusão;	<b>Relacionamento:</b> 1. Rodas de conversas; 2. Grupos; 3. Contato entre as artesãs.	<b>Segmentos de Clientes:</b> 1. Artesãs; 2. Pessoas interessadas em aprender a técnica.
	<b>Recursos Chave:</b> 1. Materiais para a técnica; 2. Kit com materiais; 3. Ambiente adequado e acolhedor;		<b>Canais:</b> 1. Oficinas; 2. Cursos profissionalizantes.	
<b>Estrutura de Custos:</b> 1. Compra dos materiais; 2. Custos dos locais.			<b>Fontes de Renda:</b> 1. Responsáveis pelo mantimento das oficinas.	

**APÊNDICE C – Regulamento de Utilização da Marca Coletiva**



**REGULAMENTO DE UTILIZAÇÃO DA MARCA COLETIVA:**  
**“PONTOS SINGELOS”.**

**Paripueira - Alagoas**

**novembro de 2022**



## SUMÁRIO

1. DADOS DO REQUERENTE.....	3
1.1 DADOS DO REPRESENTANTE LEGAL.....	4
2. QUALIFICAÇÃO DAS PARTES AUTORIZADAS A UTILIZAR A MARCA COLETIVA.	4
2.1 CONDIÇÕES DE AFILIAÇÃO À ENTIDADE.....	4
2.2 CONDIÇÕES ADICIONAIS PARA UTILIZAÇÃO DA MARCA.....	4
2.2.1 DESCRIÇÃO DAS CONDIÇÕES ADICIONAIS PARA UTILIZAÇÃO DA MARCA...	4
3. CONDIÇÕES ESPECÍFICAS PARA O USO DA MARCA COLETIVA.....	5
3.1 FORMAS AUTORIZADAS PARA UTILIZAÇÃO DA MARCA COLETIVA.....	5
3.2 FORMAS NÃO AUTORIZADAS PARA UTILIZAÇÃO DA MARCA COLETIVA.....	5
4. SANÇÕES EM CASO DE USO INDEVIDO DA MARCA COLETIVA.....	5
4.1 DESCRIÇÕES DAS SANÇÕES A SEREM APLICADAS EM USO INDEVIDO, E EM	
4.2QUAIS SITUAÇÕES AS MESMAS SERÃO	
APLICADAS.....	5
5. CONDIÇÕES PARA RENÚNCIA PARCIAL OU TOTAL DOS DIREITOS RELATIVOS À	
MARCA COLETIVA.....	6
6. DISPOSIÇÕES FINAIS.....	6
7. LISTA DE ANEXOS AO REGULAMENTO DE UTILIZAÇÃO DA MARCA COLETIVA.	6

## **1. DADOS DO REQUERENTE**

**Nome:** Associação das Artesãs de Singeleza e bordados de Paripueira /AL– ARTECER

**Tipo de entidade:** Associação Privada

**Endereço da sede:** Rua Santo Antônio, nº 58, Centro, Paripueira, CEP: 57.935-000

**CNPJ:** 32.771.228/0001-71

### **Objeto social:**

Estimular, apoiar, incentivar, coordenar, manter e executar atividades de natureza assistencial, técnica, filantrópica, social, cultural e educacional, por meio de desenvolvimento institucional nos campos do conhecimento que remetam aos objetivos de seus associados, para promover a cidadania através das seguintes ações:

- ▶ Promover o desenvolvimento da cadeia produtiva da renda Singeleza;
- ▶ Promover a integração de seus associados;
- ▶ Promover a oportunidade de ocupação e renda para os seus associados;
- ▶ Estabelecer parcerias com agendas, associações, cooperativas, consórcios, entidades, instituições de ensino e empresas, públicas e privadas, nacionais e internacionais, através da celebração de Convênios, Acordos, Termos de Parceria, Termos de Participação, ou por intermédio de outro instrumento que julgar adequado, visando as suas finalidades e sustentabilidade; da qualidade dos “Bordados e da renda Singeleza”;
- ▶ Promover a infraestrutura física e tecnológica, os recursos humanos e materiais fundamentais para a sua gestão, através das parcerias e das contribuições dos associados;
- ▶ Organizar e incentivar a criação de eventos da educação e preservação do patrimônio artesanal cultural;
- ▶ Promover e estimular cursos, seminários e eventos de interesse dos associados, visando o desenvolvimento econômico e a inclusão social;
- ▶ Criar, organizar e operar instrumentos de controle e fiscalização;
- ▶ Estimular a cooperação entre as pequenas artesãs;
- ▶ Estimular o desenvolvimento e a defesa de suas atividades econômicas e sociais de caráter comum;
- ▶ Assessorar e, dentro do possível, coordenar o planejamento, organização e controle da produção;
- ▶ Propor linhas de produção aos associados;
- ▶ Incentivar a comercialização direta e promover feiras de produtos dos associados;
- ▶ Participar e promover campanhas de incentivo ao saber-fazer da renda;
- ▶ Promover a intercooperação, especialmente com outras artesãs de outros estados;
- ▶ Celebrar convênios e/ou firmar contratos com instituições financeiras, entidades e órgãos públicos municipais, estaduais, federais que se destinem a atender seus objetivos;
- ▶ Constituir fundos garantidores de aval para garantir acesso a crédito e seus associados, bem como intermediar, conveniar ou contratar junto a instituições financeiras, fundos públicos ou outras entidades creditícias, visando o acesso ou o repasse de créditos e financiamento na consecução dos objetivos da associação.

**Local do registro:** Paripueira-AL

**Data do registro:**

### **1.1 Dados do representante legal**

**Nome:** Jeane Valentim dos Santos

**Qualificação:** Presidente

**Identidade:** 98001399030 SSP/AL

**CPF:** 841.555.664.00

## **2. QUALIFICAÇÃO DAS PARTES AUTORIZADAS A UTILIZAR A MARCA COLETIVA**

### **2.1. Condições de afiliação à entidade**

Poderão associar-se pessoas físicas interessadas em participar dos objetivos da ASSOCIAÇÃO, seguindo os seguintes critérios estabelecidos:

- ▶ O interessado em associar-se ao registro da marca coletiva, deverá ser apresentado por um associado, ser aprovado em reunião ordinária da associação e ter a aprovação da maioria absoluta dos associados presentes;
- ▶ Zelar pelo bom funcionamento da associação;
- ▶ Cumprir com as disposições da lei, do estatuto, do regimento interno e demais resoluções tomadas pela assembleia geral;

### **2.2. Condições adicionais para utilização da marca**

Sim, há condições adicionais para um afiliado estar habilitado a utilizar a marca.

#### **2.2.1. Descrição das condições adicionais para utilização da marca**

O uso da marca “Pontos Singelos” estará autorizado nas condições que se seguem.

#### **Associados**

- ▶ A todos os associados registrados;
- ▶ Que tenham cumprido com as disposições da lei, do Estatuto, do regimento interno e demais resoluções tomadas pela Assembleia Geral;

## **3. CONDIÇÕES ESPECÍFICAS PARA O USO DA MARCA COLETIVA**

Sim, existem condições específicas para o uso da marca coletiva, detalhadas nos campos abaixo.

### **3.1. Formas autorizadas para utilização da marca coletiva**

- ▶ Uso da marca deverá ser realizada conforme critérios registrados no INPI e de acordo com a legislação competente;
- ▶ Os parâmetros estabelecidos no manual de identidade visual devem ser respeitados em todas as aplicações no uso da marca;
- ▶ A logomarca é a forma gráfica própria e exclusiva para veicular os materiais gráficos e digitais. O desenho original não pode, sob nenhuma hipótese, ser alterado, observando-se, para tanto, o uso dos originais digitais autorizados;
- ▶ As versões monocromáticas, em preto e branco, devem ser usadas em meios onde houver limitações técnicas e/ou de visibilidade;
- ▶ Quando não for possível aplicar o selo colorido por limitação de tecnologia de impressão, como em impressos a laser, jornais, fax, etc., deve-se usar preferencialmente a versão em escala cinza;

► Os produtos da marca coletiva “Pontos Singelos” deverão ser identificados no próprio produto, na embalagem, através de tags, etiqueta e certificados, e na documentação correspondente ao produto, conforme normas do Caderno de especificações e manual de identidade da marca (anexos).

### **3.2. Formas não autorizadas para utilização da marca coletiva**

- Uso em desconformidade com os critérios registrado no INPI e/ou em desacordo com a legislação competente;
- Que não atenda aos parâmetros estabelecidos no Manual de Identidade Visual;
- É vedada qualquer vinculação da marca, para fins de promoção pessoal, vinculação político-partidários e/ou religiosos;
- O uso por pessoas físicas ou jurídicas que não se enquadre como associados;
- Sem a devida autorização expressa da associação.

## **4. SANÇÕES EM CASO DE USO INDEVIDO DA MARCA COLETIVA**

Sim, serão aplicadas sanções nos casos de uso indevido da marca coletiva, detalhadas no item a seguir.

### **4.1. Descrições das sanções a serem aplicadas em uso indevido, e em quais situações as mesmas serão aplicadas.**

#### **Associados**

O associado ficará impedido do uso da marca coletiva por seis meses, e em caso de reincidência, poderá ser eliminado ou excluído, devendo os motivos constar em ata, que deverá ser aplicada e aprovada pela Assembleia Geral.

Caberá recurso a Assembleia Geral da penalidade, no prazo de 8 (oito) dias, devendo a Assembleia decidir em 20 (vinte) dias sobre a matéria.

#### **Pessoas físicas ou jurídicas que não se enquadre como associados**

Serão notificadas a fazer a correção ou retirada da mesma, e em caso de reincidência ou persistência, responderá pela infração conforme Art. 189 e 190 da Lei nº 9.279/96, e demais legislações que protegem a propriedade intelectual e industrial.

#### **Serão consideradas infrações:**

- O não cumprimento das normas de produção, elaboração e rotulagem dos produtos da “Pontos Singelos”, conforme descritos no Caderno de Especificações (anexo);
- O descumprimento dos princípios da “Pontos Singelos”;
- Comercializar produtos fora dos padrões estabelecidos na legislação vigente.

## **5. CONDIÇÕES PARA RENÚNCIA PARCIAL OU TOTAL DOS DIREITOS RELATIVOS À MARCA COLETIVA**

Não serão estabelecidas neste regulamento condições para a renúncia parcial ou total dos direitos relativos à marca coletiva.

## **6. DISPOSIÇÕES FINAIS**

Este regulamento faz parte do processo de depósito de marca coletiva, e tem o objetivo de estabelecer parâmetros para a correta utilização da logomarca “Pontos Singelos”.

As questões não previstas neste regulamento serão decididas pela Assembleia Geral, de acordo com a Lei, Estatuto Social da Associação das Artesãs de Singeleza e Bordados Paripueira-AL (anexo) e os princípios doutrinários do associativismo.

## **7. LISTA DE ANEXOS AO REGULAMENTO DE UTILIZAÇÃO DA MARCA COLETIVA**

- ▶ Modelo de regulamentação de utilização de marca coletiva- anexo I da Instrução Normativa INPI/PR nº 296/2012;
- ▶ Minuta do caderno de especificações técnicas para pedido de registro de IG de procedência de renda da agulha “Singeleza” de Alagoas, anexo da dissertação de Mestrado da autora Cerize Maria Ramos Ferrari de Melo, tendo como título do trabalho: “Viabilidade da renda singeleza como indicação geográfica: valorização e mercado na conexão entre Alagoas e Itália.”, encontrada no link: <http://www.repositorio.ufal.br/jspui/handle/riufal/6709> ;
- ▶ Manual de Identidade Visual da marca coletiva “Pontos Singelos” elaborado por Maria Eugênia Brandão coordenadora de curso da capacitação do CREN/AL;
- ▶ Estatuto da **Associação das Artesãs de Singeleza e bordados de Paripueira /AL– ARTECER.**

Paripueira, 11 de novembro de 2022.

**Jeane Valentim dos Santos**  
**Presidente**

**APÊNDICE D – Modelo de Regulamento de Utilização de Marca Coletiva- anexo I da Instrução Normativa INPI nº 296/2012**



Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

Instituto Nacional da Propriedade Industrial

Diretoria de Marcas

Anexo 1

Modelo de Regulamento de Utilização de Marca Coletiva

---

**1. Dados do requerente**

Nome

Tipo de entidade

Endereço da sede

CNPJ

**Estatuto social ou alteração do estatuto**

Objeto social

Local do registro

Data do registro

## 1. Dados do representante legal

Nome

Qualificação

Identidade

CPF

---

## 2. Qualificação das partes autorizadas a utilizar a marca coletiva

### 2.1 Condições de afiliação à entidade

### 2.2 Condições adicionais para utilização da marca

Sim, há condições adicionais para um afiliado estar habilitado a utilizar a marca.  Não há condições adicionais para um afiliado estar habilitado a utilizar a marca.

### Descrição das condições adicionais para utilização da marca

---

## 3. Condições específicas para o uso da marca coletiva

Sim, existem condições específicas para o uso da marca coletiva, detalhadas nos campos abaixo.

Não existem condições específicas para o uso da marca coletiva, devendo a marca ser utilizada conforme registrada no INPI e de acordo com a legislação competente.

### 3.1 Formas autorizadas para utilização da marca coletiva

### 3.2. Formas não autorizadas para utilização da marca coletiva

---

## 4. Sanções em Caso de Uso Indevido da Marca Coletiva

Sim, serão aplicadas sanções nos casos de uso indevido da marca coletiva, detalhadas no item a seguir.

Não serão aplicadas quaisquer sanções em caso de uso indevido da marca coletiva.

**4.1 Descrições das sanções a serem aplicadas em uso indevido, e em quais situações as mesmas serão aplicadas**

---

**5. Condições para renúncia parcial ou total dos direitos relativos à marca coletiva**

Não serão estabelecidas neste regulamento condições para a renúncia parcial ou total dos direitos relativos à marca coletiva.

**6. Disposições finais**

---

**7. Lista de anexos ao regulamento de utilização da marca coletiva**

Data	Assinatura



## **APÊNDICE E – Minuta do Caderno de especificações técnicas para pedido de registro de IG de procedência de renda da agulha “Singeleza” de Alagoas, anexo da dissertação de Mestrado da autora Cerize Maria Ramos Ferrari de Melo**

76

### **APÊNDICE C – MINUTA DO CADERNO DE ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS PARA PEDIDO DE REGISTRO DE IG**

#### **REGULAMENTO DA INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA DA RENDA DE AGULHA “SINGELEZA” DE ALAGOAS.**

Conforme Artigo \_\_ do estatuto da Associação \_\_\_\_\_, o Conselho Regulador da Indicação Geográfica é um órgão social da entidade.

O referido conselho regulador, visando o enquadramento da Indicação de Procedência SINGELEZA DE ALAGOAS ou SINGELEZA ALAGOANA (I.P. Singeleza de Alagoas ou Singeleza Alagoana), segundo a lei nº 9.279 de 14 de maio de 1996 – Art. 177 institui o presente regulamento, conforme segue:

#### **CAPÍTULO I – DA PRODUÇÃO**

Art. 1º - Delimitação da Área de Produção – estado de Alagoas

Art. 2º - Instrumentos de Trabalho:

Os instrumentos básicos de trabalho para a produção da renda Singeleza são:

- agulha número 3;
- linha de algodão egípcio 100% número 8 ou mais fina (número maior);
- linha de pipa número 10;
- instrumento suporte que pode ser: talo da palha do coqueiro, espinho de mandacaru, tubo de tinta da caneta esferográfica ou instrumento de metal (tipo agulhas) com diâmetro de 1,0 mm à 1,5 mm;
- tecido base para o início do processo;
- tesourinha;
- fita métrica;
- agulha de tricô 7mm adaptado como bastão (para o miolo das mandalas ou pétalas menores)
- agulha de tricô 12mm adaptada como bastão (para o miolo das mandalas ou pétalas maiores)

Parágrafo Único: A máquina de costura não será utilizada em nenhum momento do processo de produção da renda, bicos ou mandalas em Singeleza. Mas poderá ser utilizada apenas na finalização das peças ao aplicar bicos, entremeios ou mandalas nas peças como toalhas de lavabo, toalhas de mesa, vestidos etc.

Art. 3º - Fases do Processo de Produção:

A renda Singeleza obedece a uma sequência de fases que deve ser seguida na sua elaboração:

Formato bicos ou entremeios:

- Determinar previamente o desenho a ser seguido
- Determinar a largura da peça
- Determinar a margem de reserva livre de desenho para costura de 1cm de apenas um lado se for bico e 1cm de cada lado se entremeio.
- É dado início à produção com agulha, linha e o instrumento suporte com a produção das casas ou laçadas.
- Os desenhos são formados com laçadas ou laços triplos também chamadas de “cocadinhas” ou “pipoquinhas”.
- Os bicos ou entremeios são produzidos no tamanho do comprimento da peça.
- A produção é finalizada com a retirada do tecido base.

Formato mandalas ou pétalas:

- Determinar o diâmetro da peça
- Usa-se agulha de tricô 7mm como bastão para o miolo das mandalas ou pétalas menores: 30 a 32 casas.
- agulha de tricô 12mm adaptada como bastão para o miolo das mandalas ou pétalas maiores: 36 a 45 casas.
- É dado início à produção com agulha, linha e o instrumento suporte com a produção das casas ou laçadas.
- Os desenhos são formados com laçadas ou laços triplos também chamadas de “cocadinhas” ou “pipoquinhas” que deverão se concentrar mais às bordas das peças circulares.

## CAPÍTULO II – MATÉRIA-PRIMA

### Art. 4º - Matéria-prima

A qualidade e a espessura da linha, bem como a espessura do instrumento suporte é o que caracteriza a peculiaridade da Singeleza produzida em Alagoas: uma renda delicada. Os pontos mais justos e com espaços vazados minúsculos distinguem a renda alagoana de outras rendas de agulha produzidas no Brasil. O uso de linha de pipa também é uma característica das peças pois garantem a rigidez dos pontos. Portanto, as matérias-primas para a produção de Singeleza são:

- Linha Coats Corrente Esterlina número 10 ou mais fina (número maior);
- Linha Coats Corrente Mercer Crochet número 10 ou mais fina (número maior);
- Linha Círculo Queen número 8
- Linha Pipa Coast Corrente número 10

## CAPÍTULO III – TIPOLOGIA

Art. 5º - Como renda de agulha, a Singeleza tradicionalmente é produzida como bico, porém os formatos circulares são encontrados em todas as comunidades produtoras, com as denominações de mandalas e pétalas.

Assim, os formatos das peças em Singeleza são classificados com a seguinte tipologia:

### a) LINEARES:



**BICO MEIO CACHEADO**



**ENTREMEIO**



**BICO RETO**

b) CIRCULARES (pontagudos)



**PÉTALAS OU MANDALA “ESTRELA”**



### **MANDALAS**

#### **CAPÍTULO IV – PRODUTOS AUTORIZADOS**

Os produtos autorizados para a I.P. Singeleza de Alagoas são:

##### **MESA:**

- Porta guardanapo
- Toalha de mesa (tecido linho ou algodão com apliques em mandalas e bicos/ entremeios)
- Guardanapo (tecido linho ou algodão com apliques em mandalas e bico/ entremeios)
- Jogo/unitário americano (tecido linho ou algodão com apliques em mandalas e bicos)
- Trilho (tecido linho ou algodão com apliques em mandalas e bicos)
- Pano de bandeja (tecido linho com apliques em mandalas, bicos ou entremeios)

##### **DECORAÇÃO, CAMA E BANHO:**

- Capa de almofada (tecido linho ou algodão com apliques em mandalas e bicos)
- Centro de mesa redondo (tecido linho ou algodão com apliques em mandalas e bicos)
- Porta-travesseiro
- Lençol (tecido linho ou algodão com apliques em mandalas e bicos/ entremeios)
- Colcha (tecido linho ou algodão com apliques em mandalas e bicos/ entremeios)
- Cobre toalha de lavabo (tecido linho com apliques em mandalas e bicos/ entremeios)

##### **MODA:**

- Golas
- Coletes (tecido linho ou algodão com apliques em mandalas e bicos/ entremeios)
- Bolsos
- Bustos
- Punhos e mangas
- Vestidos (tecidos nobres com apliques em mandalas e bicos/ entremeios)
- Blusas, camisas e croped (tecidos nobres com apliques em mandalas e bicos/ entremeios)

- Saias (tecidos nobres com apliques em mandalas e bicos/ entremeios)
- Bolsas festa (carteira)
- Maxi-colar

#### BEBÊ:

- Kit calcinha “bunda-rica” com bico e faixinha com laços ou flores em mandalas estrelas
- Roupa batismo (sempre na cor branca, tecidos nobres com apliques em mandalas e bicos/ entremeios)
- Saída Maternidade – lençol, lençol de xixi, vestido com manga longa ou macacão manga longa e sapatinhos (tecidos nobres com apliques em mandalas e bicos/ entremeios)

**Obs: Não será permitido o uso de tecidos sintéticos. Será permitido associar as peças com outras rendas e bordados também artesanais apenas nos tecidos: rendê, bordado ponto cheio, labirinto. Nunca aplicar sobre a Singeleza.**

#### CAPÍTULO V – DA ETIQUETAGEM

##### Art. 6º - Normas de Etiquetagem:

O conselho regulador estabelecerá normas de etiquetagem dos produtos de acordo com a legislação vigente.

Os produtos da “Indicação de Procedência Singeleza de Alagoas” deverão ser identificados no próprio produto, na embalagem, através de tags, etiqueta e certificados, e na documentação correspondente ao produto conforme segue:

- a) Norma de rotulagem para a identificação da Indicação de Procedência no próprio produto: identificação do nome geográfico, seguido da expressão “Indicação de Procedência”, conforme segue:



O modelo referido será objeto de proteção junto ao INPI, conforme facultado pelo Art. 179 da Lei número 9.279.

- b) Norma de rotulagem para o selo de controle nas embalagens, tags e documentação correspondente: o selo de controle será colocado na embalagem dos produtos, sejam caixas, sacolas ou outros modelos; através de tags, etiquetas, ficados no produto, bem como na documentação referente ao produto como notas fiscais e fichas técnicas. O referido selo contará com as seguintes expressões: “Singeleza de Alagoas Indicação de Procedência”, bem como o número de controle conforme segue: **01000000**

O selo de controle será colocado na tag numerado e anexado às peças em Singeleza.

O conselho regulador poderá definir outras formas de inserção de selos de controle, garantido os princípios da rastreabilidade de controle.

O selo será utilizado pela Associação para o desenvolvimento da renda e bico Singeleza, de acordo com o Manual de Utilização, mediante as condições definidas pelo Conselho Técnico-Regulador.

O selo de controle será fornecido pelo Conselho Regulador, mediante um pagamento de um valor a ser definido pelos seus membros. A quantidade de selos deverá obedecer a produção correspondente de cada associado inscrito da I.P. Singeleza de Alagoas. Os produtos não protegidos pela I.P. Singeleza de Alagoas não poderão utilizar as identificações especificadas nos itens “a” e “b” deste Artigo. Quando procedentes de Singeleza de Alagoas, tais produtos poderão apenas ter o endereço no rótulo, conforme normas fixadas pela Legislação Brasileira, sem ressaltar o apelo geográfico.

## CAPÍTULO VI – DOS DIREITOS E OBRIGAÇÕES

Art. 7º - Direitos e Obrigações dos inscritos na I.P. Singeleza de Alagoas:

São Direitos:

- a) Fazer uso da I.P. Singeleza de Alagoas para a renda de agulha Singeleza dos produtos protegidos pela mesma;
- b) Acompanhar os procedimentos de avaliação dos produtos;
- c) Acompanhar os procedimentos de admissão de novos produtores.

São Obrigações:

- a) Zelar pela imagem da I.P. Singeleza de Alagoas;
- b) Adotar as medidas normativas necessárias ao controle da produção por parte do Conselho Regulador.

#### CAPÍTULO VII – DAS INFRAÇÕES, PENALIDADES E PROCEDIMENTOS

Art. 8º - São consideradas infrações à I.P. Singeleza de Alagoas:

- a) O não cumprimento das normas de produção, a elaboração e rotulagem, dos produtos da I.P. Singeleza de Alagoas;
- b) O descumprimento dos princípios da I.P. Singeleza de Alagoas;
- c) Comercializar produtos fora dos padrões estabelecidos na legislação vigente.

Art. 9º - Penalidades para as infrações à I.P. Singeleza de Alagoas:

- a) Advertência por escrito;
- b) Multa com valor a ser estipulado pelo Conselho Regulador;
- c) Suspensão temporária como participante da I.P. Singeleza de Alagoas;

Após a votação, sendo a proposta aprovada por unanimidade dos votos, a Diretoria da \_\_\_\_\_ ficou mandada para registrar em cartório o Regulamento da Indicação Geográfica de Procedência para a Singeleza de Alagoas.

Alagoas, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_



**APÊNDICE F – Manual de Identidade Visual da Marca coletiva elaborado por Maria Eugênia Brandão (CREN)**

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

# PONTOS SINGELOS

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL



O logotipo da marca Pontos Singelos foi inspirada no formato de uma pétala de flor feita da própria renda. A cor rosa transmite sensibilidade, delicadeza e doçura.

## A REFERÊNCIA



Ícone para a Marca Coletiva:  
Pontos Singelos



Pétala de flor em  
Renda Singeleza









































































































































## TIPOGRAFIA



A tipografia escolhida foi a Candara Light, uma fonte delicada e elegante, assim como a renda Singeleza.



**APÊNDICE G – Estatuto da Associação das Artesãs de Singeleza e bordados de Paripueira/AL- ARTECER**

                                                                                                                                     		 <p><b>1º OFÍCIO DE NOTAS, REGISTROS DE IMÓVEIS E DETÍTULOS E DOCUMENTOS DE SÃO LUIZ DO QUITUNDE- ALAGOAS</b> TITULAR : IRACEMA A . MONTEIRO DEOLIVEIRA SUBSTITUTA: IZABEL CRISTINA MONTEIRO SHIMABUKU CNPJ: 12.427.852/0001-49</p> 	
<b>R P J-LIVRO A</b>		<b>FICHA</b>	
NUMERO E ORDEM	1158	PROTOCOLO 3886	
<b>Em, 27 de abril de 2018.</b>			
<p><b>R-01-1158. PROTOCOLO Nº 3886. (Em, 27/04/2018). – PROCEDE-SE AO REGISTRO DO ESTATUTO SOCIAL DA ASSOCIAÇÃO DAS ARTESÃS DE SINGELEZA E BORDADOS DE PARIPUEIRA-AL, e todo teor seguinte: CAPITULO I. DA DENOMINAÇÃO. Art. 1º. Sob a denominação de ASSOCIAÇÃO DAS ARTESAS DE SINGELEZA E BORDADOS DE PARIPUEIRA-AL, com nome de fantasia "ARTECER", constitui-se uma associação civil regida por este ESTATUTO SOCIAL, sediado na, situada na Rodovia Al 101 Norte, S/N, Município de Paripueira, Estado de Alagoas. CAPITULO II. NATUREZA JURIDICA, SEDE E DURAÇÃO. Art. 2º. A ASSOCIAÇÃO é uma organização não governamental, constituída em Assembleia Geral, como pessoa jurídica de direito privado, sem fins econômicos e objetivo de lucro. <b>Parágrafo Primeiro</b> - A ASSOCIAÇÃO, por sua natureza não lucrativa, tem vedada a distribuição de dividendos, lucros ou resultados, sendo obrigada a reaplicar ou reinvestir, no território nacional, seus eventuais excedentes financeiros, em desenvolvimento de atividades previstas no presente Estatuto, reforço do seu patrimônio ou reservas. <b>Parágrafo Segundo</b> - A ASSOCIAÇÃO tem autonomia administrativa, financeira, jurídica e patrimonial, com relação aos seus associados e parceiros. <b>Art.3º.</b> No desenvolvimento de suas atividades, a ASSOCIAÇÃO observará os princípios constitucionais, proibida qualquer discriminação de raça, cor, gênero ou religião. <b>Art. 4º.</b> A ASSOCIAÇÃO terá um Regimento interno que, aprovado pela Assembléia Geral, disciplinará o seu funcionamento. <b>Art. 5º.</b> A ASSOCIAÇÃO tem sede provisória, na Rua Santo Antônio Nº 58, centro, na cidade de Paripueira, Estado de Alagoas. <b>Art. 6º.</b> A ASSOCIAÇÃO terá sua duração por tempo indeterminado. <b>CAPITULO III. DA FINALIDADE E OBJETIVOS. Art. 7º.</b> A ASSOCIAÇÃO tem por finalidade estimular, apoiar, incentivar, coordenar, manter e executar atividades de natureza assistencial, técnica, filantrópica, social, cultural e educacional, por meio de desenvolvimento institucional nos campos do conhecimento que remetam aos objetivos dos seus associados, para promover a cidadania. <b>Art. 8º.</b> São objetivos da ASSOCIAÇÃO: - Promover o desenvolvimento da cadeia produtiva dos bordados, em especial a Renda Singeleza, a produção artesanal em geral e áreas afins, visando a melhoria da qualidade de vida dos seus associados; II - Promover a integração de seus associados; III - Promover oportunidade de ocupação e renda para os associados; IV - Estabelecer parceria com agendas, associações, cooperativas, consórcios, entidades, instituições de ensino e empresas, públicas e privadas, nacionais e internacionais, através da celebração de Convênios, Acordos, Termos de Parceria, Termos de Participação, ou por intermédio de outro instrumento que julgar adequado, visando as suas finalidades e sustentabilidade; V - Promover a infraestrutura física e tecnológica, os recursos humanos e materiais fundamentais para a sua gestão, através das parcerias e das contribuições dos associados; VI- Organizar e incentivar a criação de eventos de educação e preservação do patrimônio artesanal cultural; VII - Promover e estimular cursos, seminários e eventos de interesse dos associados, visando o desenvolvimento de seu ofício; VIII - Estimular a exploração sustentável dos recursos turísticos existentes, o desenvolvimento econômico e a inclusão social; IX — Criar, organizar e operar instrumentos de controle e fiscalização da qualidade dos "<b>BORDADOS E DA RENDA SINGELEZA</b>". <b>Art. 9º.</b> Para consecução de seus objetivos, a ASSOCIAÇÃO poderá: I - Ceder, doar e fornecer recursos de qualquer natureza desde que observadas as disposições legais e regulamentares aplicáveis a espécie; II - Gerenciar, operacionalizar, receber e utilizar, recursos de qualquer natureza, inclusive instalações e equipamentos pertencentes a terceiros, observado as disposições legais; III - Desenvolver campanhas de sensibilização e arrecadação de recursos na forma da lei; IV - Firmar convênios com institui96es governamentais e não governamentais nacionais e internacionais e contratar profissionais especializados. <b>CAPITULO IV. DOS ASSOCIADOS. Art. 10</b> Poderão associar-se pessoas físicas, interessadas em participar dos objetivos da ASSOCIAÇÃO, seguindo os critérios estabelecidos neste</b></p>			

AAA - Nº 695184





**1º OFÍCIO DE NOTAS, REGISTROS DE IMÓVEIS E  
DETÍTULOS E DOCUMENTOS DE  
SÃO LUIZ DO QUITUNDE- ALAGOAS**  
TITULAR : IRACEMA A. MONTEIRO DEOLIVEIRA  
SUBSTITUTA: IZABEL CRISTINA MONTEIRO SHIMABUKU  
CNPJ: 12.427.852/0001-49



2

**R P J-LIVRO A**

**FICHA**

NUMERO E ORDEM 1158

PROTOCOLO 3886

Estatuto e no Regimento Interno. **Parágrafo Único** — A participação do associado perante A ASSOCIAÇÃO far-se-á na forma prevista no seu ato constitutivo. **Art. 11** O interessado em ingressar na ASSOCIAÇÃO deveser apresentado por um associado, ser aprovado em reunião ordinária da associação e ter a aprovação da maioria absoluta dos associados. **Art. 12** Os associados não respondem, nem solidariamente nem subsidiariamente pelas obrigações da entidade. **CAPITULO V. DOS DIREITOS E DEVERES DOS ASSOCIADOS. Art. 13** São direitos exclusivos dos associados: **a)** Votar e ser votado, desde que esteja em dia com A ASSOCIAÇÃO e em gozo dos seus direitos estatutários; **b)** Tomar parte nas Assembléias Gerais, discutindo e votando assuntos nelas tratadas; **c)** Apresentar a Diretoria ou a Assembléia, propostas de interesse da ASSOCIAÇÃO; **d)** Desligar-se da ASSOCIAÇÃO quando lhe convier; **e)** Propor a admissão de novos associados, com a aprovação em Assembléia Geral dos Associados; **f)** Participar dos trabalhos, cursos, conferências, congressos, simpósios e outras atividades promovidas pela Associação; **g)** Utilizar-se, de todos os serviços da ASSOCIAÇÃO; **h)** Solicitar por escrito, informações sobre as atividades da ASSOCIAÇÃO e a partir da data de publicação do edital de convocação das Assembléias Gerais, consultar na sede da ASSOCIAÇÃO, atas, livros contábeis e documentos que devem estar a disposição dos associados nos dias e horários designados. **Art. 14** são deveres dos associados: **a)** Observar as disposições estatutárias e as deliberações dos órgãos sociais; **b)** Comparecer as reuniões ordinárias e as Assembléias Gerais; **c)** Desempenhar com dedicação, os cargos para os quais forem eleitos ou nomeados; **d)** Pagar a mensalidade no prazo de vencimento; **e)** Fornecer sempre que solicitado, as informações requeridas pela Associação, visando a consecução dos objetivos estatutários, desde que não impliquem em quebra de sigilo empresarial; **f)** Os associados respondem pelos compromissos assumidos pela Associação desde que estes tenham sido submetidos a aprovação em Assembléia Geral e sejam objeto do interesse da sua atividade de artesã na Associação. **CAPITULO VI. DA SUSPENSÃO E ELIMINAÇÃO DOS ASSOCIADOS. Art. 15** O associado poderá ter suspensos os seus direitos, quando descumprir obrigações junto a ASSOCIAÇÃO. Caberá recurso a Assembléia Geral da penalidade, no prazo de 8 (oito) dias, devendo a Assembléia decidir em 20 (vinte) dias sobre a matéria. **Art. 16** O associado que descumprir o presente Estatuto, o Regimento Interno e Resoluções dos órgãos de administração poderá sofrer pena de eliminação, devendo as motivos constar em Ata, que será aplicada e aprovada pela Assembléia Geral, assegurado o direito de defesa. **Parágrafo Único** — Além de outros motivos, a Assembléia Geral poderá eliminar o associado que: **a)** Vier a exercer qualquer atividade considerada prejudicial a ASSOCIAÇÃO ou que colida com as seus objetivos; **b)** Faltar ao pagamento das contribuições durante 03 (três) meses consecutivos; **c)** Lever a ASSOCIAÇÃO a pratica de atos judiciais para obter o cumprimento de obrigações par ela contra ides; **d)** Par infrações, cometidas que contrariem as normas deste Estatuto, do Regimento Interno; **e)** Voltar a infringir disposições da Lei, deste Estatuto, do Regimento Interno, das resoluções ou deliberações da Assembléia geral, depois de notificada; **f)** Faltar a 03 (três) reuniões sucessivas ou 06 (seis) alternadas sem a devida justificativa no periodo de um ano; **Art. 17** Em qualquer caso de exclusão, as associados não tem direito a restituição de colaborações financeiras de qualquer espécie, bem coma dos fundos existentes; **Art. 18** A pena de exclusão do associado será aplicada par deliberação da Assembléia Geral. **CAPITULO VII. DAS MENSALIDADES. Art. 19** A contribuição mensal será determinada pela Assembléia Geral. **Art. 20** A mensalidade deveser paga ate o décimo quinto dia do mês subsequente, mensalmente, na tesouraria da ASSOCIAÇÃO, ou par outra forma determinada. **Art. 21** A Assembléia Geral poderá autorizar a Diretoria a instituir, em caráter excepcional e par tempo determinado o aumento da contribuição social para atender despesas extraordinárias decorrentes do trabalho do artesanato. **CAPITULO VIII. DA ASSEMBLEIA GERAL ORDINÁRIA OU EXTRAORDINÁRIA. Art. 22** São órgãos da Associação: **a)** Assembléia Geral; **b)** Diretoria; **c)** Conselho fiscal. **Art. 23** A Assembléia Geral dos Associados é o órgão supremo da ASSOCIAÇÃO com poderes dentro dos limites deste Estatuto, formada par todos os associados em pleno gozo de seus direitos sociais. Toda e qualquer decisão de interesse social, e suas deliberações vinculam a





**1º OFÍCIO DE NOTAS, REGISTROS DE IMÓVEIS E  
DETÍTULOS E DOCUMENTOS DE  
SÃO LUIZ DO QUITUNDE- ALAGOAS**  
TITULAR : IRACEMA A . MONTEIRO DEOLIVEIRA  
SUBSTITUTA: IZABEL CRISTINA MONTEIRO SHIMABUKU  
CNPJ: 12.427.852/0001-49



3

**R P J-LIVRO A**

**FICHA**

NUMERO E ORDEM 1158

PROTOCOLO 3886

todos, ainda que ausentes ou discordantes. **Art. 24** As Assembléias Gerais decidirão por maioria dos votos presentes. Funcionará em primeira convocação com a maioria absoluta de seus associados e, em segunda convocação, meia hora após a primeira, com qualquer número. **Art. 25** A Assembléia Geral Ordinária reunir-se-á até o mês de abril de cada ano civil, competindo-lhe: I - Appreciar e votar o relatório das atividades do exercício anterior; II - Appreciar e votar o programa de atividades e orçamento para exercício seguinte; III - Appreciar e votar o parecer do Conselho Fiscal; IV - Appreciar e votar, após o parecer do Conselho Fiscal os balanços do exercício; V - Eleger os membros do Conselho Fiscal, na forma estatutária e de acordo com o Regimento Interno; VI - Eleger a Diretoria na forma estatutária e de acordo com o Regimento Interno; **Art. 26** A Assembléia Geral Extraordinária compete, privativamente, deliberar sobre: I - Reforma estatutária e do Regimento Interno; II - Dissolução da entidade, na forma estatutária, o destino do patrimônio; III - Destituição de dirigentes e de quaisquer dos membros dos Conselhos da entidade; IV - Deliberar sobre outros assuntos de interesse da entidade; V - Appreciar e aprovar proposta de compra venda, permutação de bens imóveis da Associação; VI - Deliberar sobre exclusão de associado quando for convocado exclusivamente para tal. **Parágrafo Único** - A aprovação de que trata o caput do artigo e seus incisos far-se-á por 2/3 (dois terços) dos votos dos associados, com quórum mínimo de 60% (sessenta por cento) do total de associados. **Art. 27** A Assembléia Geral Ordinária ou Extraordinária será convocada, pelo Presidente ou pelos associados, mediante edital publicado em sua sede social ou através de convocação por escrito, com o mínimo de 7 (sete) dias de antecedência, devendo o edital especificar: I - o responsável pela convocação; II - data, hora e local; III - pauta da Assembleia. **Parágrafo Primeiro** - A convocação pelos associados deverá reunir um mínimo de assinaturas de 20% (vinte por cento) dos associados. **Parágrafo Segundo** - E permitido estabelecer no mesmo edital a convocação para duas assembléias, a ordinária e a Extraordinária. **CAPITULO X. DA DIRETORIA. Art. 28** A Diretoria da ASSOCIAÇÃO será composta de 06 (seis) membros, todos Associados sendo um Presidente, um Vice-Presidente, uma Secretária, um Vice-Secretário, um Tesoureiro e um Vice Tesoureiro, eleitos pela Assembléla Geral, para um mandado de 02 anos, sendo permitida 01 (uma) reeleição. Compete a diretoria: - Dirigir a ASSOCAÇÃO de acordo com o presente Estatuto e Regimento Interno, administrar o patrimônio social, promovendo o bem geral da entidade e dos associados. II - Cumprir e fazer cumprir o presente Estatuto e o Regimento Interno, e as demais decisões da Assembléia Geral; III - Promover e incentivar a criação de comissões com a função de desenvolver cursos profissionalizantes e atividades culturais; IV - Representar e defender os interesses de seus associados; V - Elaborar o orçamento anual; VI - Apresentar a Assembléia Geral na reunião anual o relatório de sua gestão, e prestar contas referentes ao exercício anterior; **Parágrafo Único** - As decisões da diretoria deverão ser tornadas por maioria dos votos, com participação garantida da maioria simples dos seus membros, cabendo ao Presidente em caso de empate o voto de desempate. **Art. 29** A Administração caberá a diretoria, representada a Associação em juízo ou fora dele, ativa e passivamente pelo presidente, podendo nomear procuradores com poderes específicos e mandato com prazo determinado, o qual não poderá ultrapassar a data de extinção de mandato do Presidente que o outorgou, salvo quando se tratar de mandato "ad-juditia", o qual poderá ser outorgado com prazo indeterminado. **Art. 30** Compete ao Presidente: **a)** dirigir e supervisionar as atividades da Associação; **b)** administrar o seu patrimônio; **c)** Assinar cheques bancários juntamente com o tesoureiro; **d)** Assinar contratos e demais documentos constitutivos de obrigações; **e)** Convocar as reuniões de Diretoria e as Assembleias Gerais; **Art. 31** Compete ao Vice-Presidente **a)** Substituir o Presente em suas faltas e impedimentos; **b)** Participar das decisões de competência da Diretoria. **Art. 32** Compete ao Secretário: **a)** Secretariar e lavrar as Atas das reuniões da Diretoria e das Assembléias Gerais, responsabilizando-se pelos livros, documentos e arquivos referentes as suas atribuições. **b)** Substituir o Tesoureiro em suas faltas ou impedimentos. **Art. 33** Compete ao Tesoureiro: **a)** Fazer o acompanhamento dos livros contábeis; **b)** Assinar conjuntamente com o Presidente a documentação referente ao movimento financeiro, inclusive cheques; **c)** Promover a arrecadação das contribuições mensais em favor da

AAA - Nº 695185

ASSOCIAÇÃO DOS UNICÓRNEOS  
REGISTRANTES DO BRASIL  
ANTONIO CARLOS  
MONTENEGRO





**1º OFÍCIO DE NOTAS, REGISTROS DE IMÓVEIS E  
DETÍTULOS E DOCUMENTOS DE  
SÃO LUIZ DO QUITUNDE- ALAGOAS**  
**TITULAR : IRACEMA A. MONTEIRO DEOLIVEIRA**  
**SUBSTITUTA: IZABEL CRISTINA MONTEIRO SHIMABUKU**  
**CNPJ: 12.427.852/0001-49**



4

**R P J-LIVRO A**

**FICHA**

NUMERO E ORDEM 1158

PROTOCOLO 3886

ASSOCIAÇÃO; **d)** Efetuar ou determinar as pagamentos e recebimentos, responsabilizando-se pelo saldo em caixa, dentro dos limites estabelecidos pela Diretoria; **e)** Escriturar ou fazer escriturar o movimento financeiro. **f)** Substituir o Secretário em suas faltas ou impedimentos. **Art. 34** A Diretoria, visando imprimir maior operacionalidade as ações da Associação, deverá assumir as seguintes atribuições: **a)** Representar a ASSOCIAÇÃO em eventos, campanhas, reuniões e demais atividades; **b)** Encaminhar anualmente aos Associados relatórios das atividades e de projetos, bem como o parecer do Conselho Fiscal; **d)** Elaborar e submeter aos Associados o Orçamento e Plano de Trabalho anual; **e)** Propor aos associados reformas ou alterações do presente Estatuto, bem como a fusão, a incorporação ou a extinção da associação, observando as normas estatutárias quanto ao destino do seu patrimônio; **f)** Elaborar o regimento interno e submetê-lo a apreciação dos Associados. **CAPÍTULO XI. DO CONSELHO FISCAL. Art. 35** O Conselho Fiscal será constituído de 03 (três) membros efetivos e 03 suplentes, eleitos em Assembléia Geral Ordinária, coincidindo com o mesmo mandato da Diretoria, que se reunira a fim de verificar as contas da Associação e dar parecer sobre o balanço a ser submetido a Assembléia Geral. **Art.36** O associado não pode exercer, cumulativamente, cargos na Diretoria e no Conselho Fiscal. **Art. 37** O Conselho Fiscal reunir-se-á, ordinariamente, uma vez a cada trimestre e, extraordinariamente, sempre que necessário. **Parágrafo Único** — Em sua primeira reunião, escolherá o seu Presidente, incumbido de convocar reuniões e dirigir os trabalhos. **Art.38** Ocorrendo vaga no Conselho Fiscal, a Diretoria convocara a Assembléia Geral, para o devido preenchimento, durante o restante do mandato. **Art.39** Compete ao Conselho Fiscal exercer assídua fiscalização sobre as operações, atividades e serviços do Instituto cabendo-lhe, entre outras, as seguintes atribuições: **a)** Examinar e verificar as livros, contas e documentos necessários ao cumprimento de suas obrigações; **b)** Conferir mensalmente o saldo de caixa, verificando também, se o mesmo esta dentro dos limites estabelecidos pela Diretoria; **c)** Verificar se as extratos de contas bancarias conferem com a escrituração da ASSOCIAÇÃO; **d)** Verificar se as montantes das despesas e inversões realizadas estão de conformidade com as pianos e decisões da Diretoria; **e)** Dar parecer a Assembléia Geral sobre o relatório e contas da Diretoria; **f)** Estudar as balancetes e outros demonstrativos mensais e as balanços, emitindo parecer sobre estes para a Assembléia Geral; **CAPÍTULO XII. Art. 40** As eleições para os cargos da Diretoria e do Conselho Fiscal processar-se-ão em Assembléia Geral Ordinária, observando-se as seguintes disposições: **a)** As eleições serão convocadas até 30 (trinta) dias antes do término do mandato, pelo Presidente, através de editais ou cartas circulares a todos os associados, os quais deverão conter: local, data, horário e pauta da Assembleia; **b)** As chapas poderão ser formadas sem limites ate 24 horas antes da eleição, em dia útil desde que por Associados em dia com suas mensalidades, respeitando-se o Regimento Interno da ASSOCIAÇÃO; **c)** Em caso de empate, será eleita a que for encabeçada pelo associado mais antigo e persistindo o empate será eleito o que tiver a idade maior; **d)** A posse será imediatamente apos a proclamação do resultado oficial da eleição da chapa. **CAPÍTULO XIII. DO PATRIMÔNIO. Art. 41** O patrimônio da ASSOCIAÇÃO será constituído pelos bens móveis e imóveis, fundos que vierem a constituir, doações, contribuições, subvenções e outros direitos que formarão a garantia dos compromissos financeiros assumidos. **Art. 42** A receita da ASSOCIAÇÃO pode ser proveniente de fontes de natureza filantrópica, patrimonial, mobiliária, financeira e operacional, destinadas por pessoas físicas ou jurídicas, públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras, por meio de mensalidades de seus associados, taxas, permutas, investimentos, aplicações, doações, reembolsos de despesas, ressarcimentos, usufruto, concessões, rendas eventuais ou permanentes, instituídos por terceiros e assemelhados, proporcionados por convênios, contratos ou termos de parceria, desde que não impliquem em subordinação a compromissos ou interesses conflitantes com seus objetivos. **Art.43** O patrimônio e a receita da ASSOCIAÇÃO só poderão ser utilizados na consecução de seus objetivos e na sua manutenção. **Art. 44** O exercício financeiro terá início em 10 de janeiro e término em 31 de dezembro de cada ano, para todos os fins de direito. **Art. 45** No fim de cada exercício social, em Assembléia Geral Ordinária, a Diretoria apresentará, com base na escrituração contábil da Associação, o balanço patrimonial e a demonstração do resultado do

4