

Coco e ouro: a reinvenção das joias dentro do mercado de alto padrão sob a perspectiva da joalheria contemporânea

*Ana Luisa Teodoro Freitas
Mara Lúcia de Paiva Guerra
Pedro Guimarães de Oliveira*

RESUMO

O estudo aborda a joalheria em coco e ouro, técnica desenvolvida em Diamantina que combina recursos locais e ouro na criação de peças únicas ao analisar sua evolução histórica. No mercado de luxo contemporâneo, essas joias unem design, sustentabilidade e identidade brasileira. A pesquisa explora metodologias artesanais e estratégias de mercado, propondo um reposicionamento pautando tradição e modernidade.

Palavras-chave: Coco e ouro; tradição; luxo.

COCONUT AND GOLD: THE REINVENTION OF JEWELRY IN THE HIGH-END MARKET FROM THE PERSPECTIVE OF CONTEMPORARY JEWELRY

Abstract

The study addresses jewelry made from coconut and gold, a technique from Diamantina that combines local resources and gold to create unique pieces while analyzing its historical evolu-

tion. In the contemporary luxury market, these jewels blend design, sustainability, and Brazilian identity. The research explores artisanal methodologies and market strategies, proposing a repositioning that balances tradition and modernity.

Keywords: Coconut and gold; luxury; tradition.

COCO Y ORO: LA REINVENCIÓN DE LAS JOYAS EN EL MERCADO DE ALTA GEMA DESDE LA PERSPECTIVA DE LA JOYERÍA CONTEMPORÁNEA

Resumen

El estudio aborda la joyería en coco y oro, una técnica de Diamantina que combina recursos locales y oro en la creación de piezas únicas, analizando su evolución histórica. En el mercado de lujo contemporáneo, estas joyas combinan diseño, sostenibilidad e identidad brasileña. La investigación explora metodologías artesanales y estrategias de mercado, proponiendo un reposicionamiento basado en la tradición y la modernidad.

Palabras-clave: Coco y oro; tradición; lujo.

1. INTRODUÇÃO

A joalheria em coco e ouro, desenvolvida artesanalmente em Diamantina, Minas Gerais, é uma técnica que carrega grande valor cultural e histórico. Suas origens remontam ao auge da atividade mineradora da região, quando o ouro moldava não apenas a economia local, mas também influenciava a cultura e os costumes. Nesse contexto, os artesãos combinaram a sofisticação do ouro, material nobre e tradicionalmente associado ao luxo, com a versatilidade do coco, um recurso abundante e acessível. Dessa união, surgiram peças únicas, que expressam a criatividade e habilidade manual de gerações de ourives.

A produção dessas joias segue métodos artesanais passados de geração em geração, muitas vezes dentro de estruturas familiares. O processo de fabricação envolve a seleção cuidadosa do coco, que é modelado, tingido e adornado com detalhes em ouro. O resultado são acessórios que não apenas representam a identidade cultural de Diamantina, mas também destacam o potencial da joalheria artesanal brasileira no cenário contemporâneo. No entanto, a joalheria em coco e ouro enfrenta desafios significativos para se consolidar no mercado de luxo. Apesar de sua estética sofisticada e de seu processo de produção artesanal, a presença do coco como material principal é percebida como um obstáculo para atingir os critérios convencionais de exclusividade e sofisticação que caracterizam o segmento de alto padrão. Essa dicotomia entre o luxo associado ao ouro e a acessibilidade do coco dificulta a inserção dessas peças no mercado de joias de alto valor agregado.

Por outro lado, o mercado de luxo contemporâneo tem se transformado, acompanhando as novas demandas dos consumidores. Hoje, fatores como sustentabilidade, autenticidade e impacto social positivo ganham relevância, ampliando as possibilidades de inovação e reposicionamento. Nesse sentido, a joalheria em coco e ouro apresenta um grande potencial, pois incorpora práticas sustentáveis ao valorizar recursos locais e mantém viva uma tradição cultural significativa. Este estudo busca compreender os fatores que limitam o reconhecimento da joalheria em coco e ouro como um produto de luxo, ao mesmo tempo que analisa as oportunidades para seu reposicionamento estratégico. A proposta é investigar como essas peças podem atender às exigências do consumidor contemporâneo, equilibrando tradição, inovação e sustentabilidade. Dessa forma, pretende-se contribuir para a valorização dessa técnica artesanal, reforçando seu papel como representante autêntico da cultura brasileira no mercado global de luxo.

2. A TÉCNICA DA JOALHERIA EM COCO E OURO

A joalheria em coco e ouro tem seu berço na cidade de Diamantina, localizada no estado brasileiro de Minas Gerais, no qual sua cultura é marcada pelas atividades do extrativismo mineral. Historicamente, a mineração aurífera foi um dos pilares da economia mineira, especialmente durante o ciclo do ouro, que teve seu auge no século XVIII. A extração mineral não apenas moldou a paisagem econômica da região, mas também influenciou a cultura local, gerando um ambiente propício para o desenvolvimento de técnicas artesanais que utilizavam os recursos disponíveis. Sob este cenário, nasce a técnica da joalheria em coco e ouro iniciada no final do século XIX, quando os artesãos da região que dominavam a técnica da ourivesaria unificaram o uso do ouro extraído da cidade com os cocos endêmicos da região, além de outras espécies nas localidades vizinhas do estado. Neste período, graças às relações comerciais entre diferentes países, houve diversas trocas informacionais dos processos e técnicas da ourivesaria culminando no surgimento e no aperfeiçoamento de metodologias já vigentes nas joalherias do Brasil. Por consequência, é possível apontar algumas influências de costumes internacionais que podem ter impactado no surgimento da técnica da joalheria em coco e ouro, como as joias em carvão feitas na Inglaterra, o uso de fibras naturais nos processos de ourivesaria da China, e a técnica de filigrana desenvolvida em Portugal (Ozanan, 2013; Guerra, 2019).

A produção das joias em coco e ouro apropriou-se de algumas espécies de coco, como o Bahia, o Indaiá e o de Macaúba, utilizando endocarpo do fruto como matéria-prima para a produção de acessórios, dada a sua rigidez e resistência. O processo começa com a seleção visual do coco, seguido pelo corte e modelagem em formas desejadas, como flores, bolas e cabaças. Neste processo, utiliza-se de ferramentas usuais

das técnicas de ourivesaria, como serras e buris, adaptando-as às necessidades específicas do material. Após a modelagem, as peças de coco podem ser tingidas, geralmente na cor preta, e recebem adornos feitos em ouro, que são aplicados em filetes ou pontos. Além disso, o ouro também entra como suporte para as peças em coco, como é o caso de pingentes, camafeus e broches. As principais peças produzidas incluem colares de flores, terços, brincos, anéis e pulseiras, que refletem a tradição local e a habilidade dos ourives. A combinação do coco com o ouro não só resulta em joias esteticamente agradáveis, mas também mantém viva uma técnica artesanal que é parte importante do patrimônio cultural de Minas Gerais (Guerra, 2015).

A técnica da joalheria em coco e ouro representa hoje um patrimônio cultural de Diamantina, visto sua participação considerável na economia da cidade e nos aspectos culturais que tal prática representava em seu período de hegemonia de produção. Ao passo que as joias preservam técnicas tradicionais de confecção, elas também incorporam práticas sustentáveis ao utilizar matérias-primas locais, que possuem grande relevância histórica no contexto cultural local. Para além disso, a atividade joalheira na região cria oportunidades de emprego e renda para a comunidade, fortalecendo a cadeia produtiva e contribuindo para o desenvolvimento econômico. Por meio da valorização dos aspectos imateriais associados a essa produção, como a história e a identidade cultural, o design dos produtos facilita a diferenciação no mercado, favorecendo a inclusão social e a revitalização do comércio local, como afirma Lia Krucken (2009).

3. O MERCADO DE LUXO E SUAS NOVAS SIGNIFICAÇÕES

Ao abordar temáticas relacionadas à esfera da joalheria e sua história, não é possível desvincular sua cronologia e simbolismos à construção do ideário de luxo desde os primórdios da sociedade humana até os tempos atuais. O mercado de luxo possui um rico legado que se entrelaça com a evolução cultural e social ao longo dos séculos. Desde os tempos antigos, onde vestimentas e adornos eram símbolos de status e poder, até a era moderna, a moda de luxo sempre foi um reflexo das aspirações e valores de uma sociedade. Segundo Lipovetsky (2009), o luxo não se deu através da concepção de produtos superfaturados e a criação de objetos de desejo, mas sim por meio do espírito de dispêndio característico do ser humano, negando a sua não-animalidade.

A moda, desde suas origens, reflete transformações sociais, culturais e econômicas, consolidando-se como uma expressão de distinção e poder. Segundo Lipovetsky (2009), embora frequentemente vista como intrínseca à existência humana, a moda, como um sistema de mudanças contínuas, emerge no final da Idade Média, quando as cidades começam a se desenvolver. Durante o Renascimento, essa dinâmica intensifica-se com a introdução de mudanças constantes nos padrões de vestimenta, marcando

a moda como um fenômeno socialmente estruturado, que promove a diferenciação entre classes por meio de leis suntuárias. A relação entre moda e luxo torna-se evidente na Europa renascentista, quando as elites consolidam o vestuário como símbolo de status social. Através de peças ornamentadas e exclusivas, as cortes europeias estabelecem padrões estéticos que influenciam não apenas a aparência, mas também os comportamentos e valores da sociedade. Maria Antonieta, por exemplo, destacou-se como uma figura central na corte francesa do século XVIII, utilizando a moda como uma extensão de sua persona e poder político (Grumbach, 2014). Seu controle sobre tendências demonstra como o luxo e o alto luxo ultrapassam o campo material, adquirindo um caráter simbólico e estratégico.

Ao analisar a lógica do mercado de nicho, o luxo ultrapassa o senso popular de ostentação, e atinge outras áreas sociais. O luxo é frequentemente associado à exclusividade, qualidade superior e excelência no trabalho manual, o que confere ao produto final maior valor agregado. Contudo, tal mercado carrega diversos atributos semióticos, que mostram a amplitude do impacto desses produtos na sociedade para além de algo caro. O luxo serve como um meio de autoexpressão, permitindo que os indivíduos se destaquem e afirmem sua identidade social através do consumo. Além disso, o mercado de alto padrão pode ser usado como ferramenta para medir a riqueza de uma classe social, desde um pequeno corpo social até mesmo uma nação, uma vez que dentro de uma lógica capitalista não haveria mercado se não houvesse demanda (Diniz, 2012).

Na contemporaneidade, o mercado de luxo perpassa por consideráveis modificações que afetam diretamente no modo em que é consumido e no seu valor para a sociedade atual. A produção em massa e o consumismo exacerbado levantam questões sobre a ética na moda, levando a uma demanda por práticas mais sustentáveis (Silva, 2020). Por consequência, o mercado de alto padrão precisou reinventar-se para adequar às exigências do consumidor atual, moldando um novo padrão para tal nicho de comércio. Sendo assim:

O luxo contemporâneo foi construído na era democrática, que convive com a democratização do luxo, a elevação do padrão de vida das classes médias e a globalização, onde diante dessa era, esse novo luxo deverá ser consumido com a finalidade de qualidade de vida, através do que há de mais belo e melhor, corporificado nos produtos e marcas de qualidade. Esse Novo Luxo representa uma ruptura com o antigo modelo, já que ele não está só vinculado ao enriquecimento material, mas também à aspiração generalizada à felicidade material e ao bem viver (Diniz, 2012, p. 157).

Dessa forma, o luxo na atualidade não contempla apenas o acúmulo de bens e posses materiais, mas dialoga com a vivência de momentos únicos e a construção de narrativas que comunicam diretamente com o consumidor. Isso é reverberado na

crescente aparição de marcas com forte posicionamento sustentável e identitário, a fim de suprir todas essas novas características de mercado.

4. A JOALHERIA E SEU CONTEXTO NA CONTEMPORANEIDADE

A joalheria, como parte do sistema de luxo, desempenha um papel fundamental na construção de símbolos de poder e exclusividade. Segundo Grumbach (2014), a joalheria sempre foi uma forma de comunicar status, especialmente em períodos em que o vestuário e os acessórios funcionavam como uma extensão visual da hierarquia social. No contexto europeu, o uso de pedras preciosas e metais nobres não era apenas decorativo, mas também uma demonstração de riqueza e uma ferramenta diplomática, frequentemente utilizada como presente entre nobres e monarcas. Lipovetsky (2009) destaca que, assim como a alta-costura, a joalheria de luxo é marcada por sua exclusividade e por um apelo ao tempo longo de produção, com foco na tradição artesanal. Esse processo valoriza a singularidade da peça, associando-a à arte e à história, o que a diferencia de produtos massificados. Para Lipovetsky, a joalheria não é apenas um acessório, mas um objeto carregado de significado, capaz de reforçar a identidade e a memória cultural de seus usuários.

Já Bourdieu (1979), ao analisar o consumo de bens simbólicos, observa que o uso de joias está relacionado à reprodução do capital cultural e social. Ele argumenta que a posse de joias exclusivas ou históricas não apenas demonstra poder econômico, mas também reforça o status cultural de quem as utiliza. As joias tornam-se marcadores visíveis de distinção, perpetuando a lógica de exclusividade característica do alto luxo. Além disso, McNeil e Riello (2016), ao explorarem a história do luxo, destacam o papel da joalheria como uma indústria que equilibra tradição e inovação.

Ao analisar a história da ourivesaria, percebe-se que até metade do século XIX a joalheria tradicional estava intimamente ligada ao valor intrínseco do material utilizado, ou seja, ao valor econômico, que frequentemente se sobrepunha aos aspectos simbólicos, emocionais e estéticos (Mercaldi, 2016). Entretanto, durante o movimento Arts and Crafts e as correntes Art Nouveau e Art Déco, que emergiram na mesma época, começaram a aparecer as primeiras críticas à importância excessiva do material precioso. Nesse contexto, joalheiros passaram a incorporar matérias-primas não valiosas, como vidro, cobre e madeira polida, ao lado de materiais preciosos, demonstrando assim a coexistência da joalheria tradicional com novas abordagens (Monteiro; Milam; Sobral, 2017).

A partir desse momento, nasce um novo modo de produzir joias. Quando o conceito de joalheria contemporânea entra em voga na sociedade vigente, é possível separá-la da perspectiva da joalheria tradicional. Ao passo que a joalheria tradicional valoriza os aspectos formais da ourivesaria, com foco em valor e preciosidade, a joalheria

contemporânea volta seu olhar para o processo criativo do designer, independentemente de quais materiais foram utilizados para a execução da peça. Sendo assim, nota-se que essa nova perspectiva na esfera da joalheria nasceu a partir da crítica à materialidade e preciosidade das joias convencionais, e agregou novas simbologias que engajam às novas demandas da sociedade moderna e pós-moderna na sua atribuição de valor (Monteiro; Milam; Sobral, 2017; Mercaldi; Moura, 2017). Logo, o conceito de luxo na joalheria não se limita mais à ostentação de metais preciosos e pedras raras, ele se expande para incluir a autenticidade, a sustentabilidade e a narrativa cultural. Essa transformação é impulsionada por uma nova geração de consumidores que busca não apenas produtos, mas experiências e significados que ressoem com suas identidades e valores pessoais.

As revoluções industriais contribuíram fortemente para as crescentes experimentações dentro da joalheria, visto as trocas de saberes decorrentes das relações internacionais e o surgimento de novas tecnologias para a criação de um produto. Ferramentas como impressão 3D, corte a laser e técnicas de modelagem digital possibilitam a criação de designs complexos e inovadores que antes exigiam um alto primor na prática da ourivesaria manual. Além disso, graças ao fenômeno da globalização no mundo contemporâneo, diversas interações entre comunidades e culturas distintas facilitaram a troca de produtos e a difusão de comportamentos. Por consequência, houve uma crescente necessidade de reconhecer e valorizar os aspectos das identidades culturais, fazendo com que fosse atribuído à cultura material uma importante fonte desses elementos identitários. Tais técnicas e tecnologias emergentes na sociedade não apenas ampliaram as possibilidades criativas dos designers, mas também facilitaram a integração de materiais alternativos (Mol, 2013).

4.1 Biojoias: a conexão entre sustentabilidade e estética na joalheria

Como fruto das experimentações que surgiram decorrente das novas práticas dentro do universo da joalheria, as biojoias emergem como uma expressão inovadora dentro da joalheria contemporânea, refletindo uma crescente conscientização sobre a sustentabilidade e a valorização dos recursos naturais. Diferentemente das joias tradicionais, as biojoias são confeccionadas a partir de materiais orgânicos, como sementes, cascas, fibras e outros elementos da natureza. Essa abordagem não apenas minimiza o impacto ambiental da produção de joias, mas também promove a preservação de saberes ancestrais e técnicas artesanais que são passadas de geração em geração. A estética das biojoias é marcada pela singularidade e pela autenticidade, uma vez que cada peça carrega características únicas dos materiais utilizados. Essa individualidade ressoa com os valores dos consumidores contemporâneos, que buscam produtos que não apenas embelezam, mas que também contém histórias e representam um compromisso

com a ética e a sustentabilidade. Além disso, as biojoias frequentemente incorporam elementos culturais, refletindo a identidade das comunidades que as produzem e estabelecendo uma conexão emocional com os usuários (Benatti, 2013).

5. O REPOSICIONAMENTO DA JOALHERIA EM COCO E OURO NO MERCADO DE LUXO

Como visto anteriormente, o mercado de luxo está passando por uma transformação significativa, impulsionada por um público cada vez mais exigente e informado. Consumidores contemporâneos, especialmente das gerações mais jovens, priorizam experiências, histórias e valores associados aos produtos que consomem, em detrimento de uma abordagem puramente material. Nesse cenário, a joalheria em coco e ouro surge como um exemplo de ressignificação, capaz de atender a essas novas expectativas e se destacar em um mercado global competitivo, ao mesmo tempo em que preserva uma técnica histórica e tradicional. A combinação do ouro, associado ao luxo e ao prestígio, com a casca de coco, apresenta uma oportunidade única de redefinir o conceito de luxo. Essa integração harmoniosa entre o artesanal, o sofisticado e o sustentável reflete a crescente valorização da autenticidade e da conexão com raízes culturais.

Para que essa potencialidade seja plenamente explorada, é necessário reposicionar essas peças no mercado de luxo de maneira estratégica, indo além da simples apresentação estética e funcional. O design desempenha um papel central nesse processo de reposicionamento, sendo a chave para a criação de objetos de desejo que dialoguem com os valores contemporâneos do consumidor de luxo. A capacidade de um design de gerar desejo e de comunicar uma história única, atrelada a um simbolismo cultural e sustentável, é fundamental para que a joalheria em coco e ouro seja reconhecida como um verdadeiro luxo. Como nas palavras de Lia Krucken:

O design vem sendo reconhecido, cada vez mais, como ferramenta estratégica para a valorização produtos locais, por promover o reconhecimento e a preservação de identidades e culturas regionais. Produtos locais são manifestações culturais, fortemente relacionadas ao território e à comunidade que os produziu. Estes produtos representam os resultados de uma trama, tecida ao longo do tempo, que envolve recursos da biodiversidade, modos de fazer tradicionais, costumes e também hábitos de consumo (2009, p. 3).

Sendo assim, a construção de um novo valor para a joalheria em coco e ouro passa, inicialmente, pela adoção de práticas que reforcem sua exclusividade. Nesse contexto, obter certificações de procedência ética das matérias-primas e práticas sustentáveis agrega credibilidade e apelo ao consumidor, que hoje busca não apenas a beleza, mas também a responsabilidade social e ambiental nas suas escolhas. Além disso, a nar-

rativa que envolve as joias deve ser expandida para destacar o impacto positivo gerado em comunidades locais, a preservação ambiental e a valorização da cultura brasileira. Essa narrativa, sustentada por um design autêntico, torna-se um diferencial competitivo e um elemento indispensável para criar um vínculo emocional com o público-alvo, proporcionando uma experiência de compra que vai além do produto em si (Vieira, 2024).

Outro aspecto crucial no reposicionamento é a experiência de consumo. No mercado de luxo, a aquisição de um produto transcende o simples ato de compra, tornando-se uma experiência sensorial e emocional. O design da joalheria em coco e ouro deve ser projetado para engajar os sentidos e comunicar uma história única. No aspecto econômico, o valor agregado do design pode elevar significativamente o preço das joias, permitindo a entrada em mercados mais restritos e rentáveis. Culturalmente, o design aliado à identidade brasileira contribui para a disseminação global de uma visão contemporânea do luxo nacional, fundamentada na criatividade, sustentabilidade e diversidade. A inserção no mercado de luxo, com peças de design único e inovador, fortalece o reconhecimento internacional da joalheria brasileira, posicionando-a como protagonista em um setor que valoriza inovação e exclusividade (Pereira; Schneider, 2017; Diniz, 2012).

Portanto, a joalheria em coco e ouro possui um enorme potencial para se consolidar como um símbolo do luxo contemporâneo. Ao aliar sustentabilidade, identidade cultural e design inovador, essas joias oferecem uma nova perspectiva para o mercado, que combina tradição e modernidade de forma única. O reposicionamento estratégico, sustentado pelo design, não só eleva o status do produto, mas também reflete os valores de uma era em que o luxo está intimamente ligado a impacto positivo, autenticidade e conexão com histórias únicas. Assim, as peças em coco e ouro podem se consolidar como emblemas do luxo brasileiro, atraindo um público sofisticado e consciente, enquanto fortalecem o papel do design nacional no cenário global.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Portanto, a joalheria em coco e ouro possui um enorme potencial para se consolidar como símbolo do luxo contemporâneo, ao combinar sustentabilidade, identidade cultural e design inovador. Para além da valorização do patrimônio cultural e da técnica artesanal, o reposicionamento estratégico dessas peças deve explorar novas dinâmicas de comunicação em massa, aproveitando plataformas digitais e redes sociais para ampliar sua visibilidade e atrair um público global. Além disso, o mercado de luxo contemporâneo, cada vez mais influenciado por demandas éticas e pela busca por experiências autênticas, abre espaço para pesquisas que integrem práticas sustentáveis e narrativas identitárias. Estudos futuros podem aprofundar a análise sobre o impacto

da transformação digital e das estratégias de marketing emocional no reposicionamento de produtos de luxo, como a joalheria em coco e ouro, consolidando sua relevância em mercados globais cada vez mais diversificados e exigentes. Dessa forma, o setor se alinha às mudanças sociais e às novas expectativas de consumo, ao mesmo tempo em que fortalece a presença do design nacional no cenário internacional.

REFERÊNCIAS

- BENATTI, L. P. Biojoia. In: BENATTI, L. P. *Biojoia: design e inovação aplicados às sementes brasileiras*. Belo Horizonte: UEMG, 2013, p. 32-39.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. Tradução de Daniela Kern e Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007. 560 p. Tradução de: *La distinction: critique sociale du jugement*.
- DINIZ, C. *O mercado do luxo no Brasil: tendências e oportunidades*. São Paulo: Seoman, 2012.
- EPSTEIN, Edward Jay. *The diamond invention*. New York: Simon & Schuster, 2021.
- GUERRA, M. L. P. *Joalheria coco e ouro: registros da tradição do design de joias no município de Diamantina/MG*. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015.
- GUERRA, M. L. P. Estudo e registro da técnica de joalheria coco e ouro, patrimônio da ourivesaria brasileira. In: Anais do 11º mestres e conselheiros: educação para o patrimônio. *Anais [...]*. Belo Horizonte: UFMG, 2019. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/11mestreseconselheiros/164553-ESTUDO-E-REGISTRO-DA-TECNICA-DE-JOALHERIA-COCO-E-OURO-PATRIMONIO-DA-OURIVESARIA-BRASILEIRA>. Acesso em: 20 set. 2024.
- GRUMBACH, D. *History of International Fashion*. Massachusetts: Interlink publishing, 2014.
- KRUCKEN, L. Design e território: uma abordagem integrada para valorizar identidade e produtos. In: Simpósio Brasileiro de Design Sustentável, 2. 2009, São Paulo. *Anais [...]*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2009.
- LIPOVETSKY, G.; ROUX, E. *O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- LIPOVETSKY, G. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- MCNEIL, Peter; RIELLO, Giorgio. *Luxury: a rich history*. Oxford: Oxford University Press, 2016.
- MERCALDI, M. A. *Joia contemporânea: relações entre o adorno e o corpo*. 150f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita”. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2016.
- MERCALDI, M. A.; MOURA, M. Definições da joia contemporânea. *ModaPalavra*, v. 10, n. 19, p. 54-67, 2016.

- MOL, A. Manufatura criativa e a moda. In: BENATTI, L. P. *Biojoia: design e inovação aplicados às sementes brasileiras*. Belo Horizonte: UEMG, 2013, p. 20-23.
- MONTEIRO, G.; MILAM, B.; SOBRAL, C. A joalheria contemporânea e a moda. In: Colóquio de moda, 13. 2017, Bauru. *Anais [...]*. Bauru: UNESP, 2017. p. 1-9.
- OZANAN, L. H. *A joia mais preciosa do Brasil: joalheria em Minas Gerais – 1735-1815*. 2013. Tese (Doutorado em História) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013.
- PAGEL, U. R.; CAROLINO, J.; CARVALHO, S. M. P. Economia criativa: o mercado de biojoias e o uso de novos materiais na joalheria contemporânea. *Peer Review*, [S. l.], v. 6, n. 12, p. 117-131, 2024. Disponível em: <https://editora.uemg.br/component/k2/item/228-normalizacao-uemg>. Acesso em: 20 set. 2024.
- PEREIRA, L. P.; SCHNEIDER, T. A influência da comunicação das marcas de moda de luxo nas redes sociais no valor percebido pelo consumidor. *Dobras*, [S. l.], v. 10, n. 22, p. 94-113, 2017.
- SILVA, M. Práticas de sustentabilidade no mundo da moda e do vestuário. In: ARAÚJO, E.; SILVA, M.; RIBEIRO, R. *Sustentabilidade e descarbonização: desafios práticos*. Braga: CECS, 2020, p. 117-126.
- VIEIRA, G. R. R. Entre o real e o irreal: o novo luxo e a persistência valorativa das joias. In: Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 20. 2024, Salvador. *Anais [...]*. Salvador: UFBA, 2024.

