



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DO PARÁ  
MESTRADO PROFISSIONAL EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E  
TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA A INOVAÇÃO - PROFNIT**

**DIÓGENES MORAES DA COSTA**

**MARCA COLETIVA E DESENVOLVIMENTO LOCAL NA AMAZÔNIA: O CASO DO  
SINAL DISTINTIVO AÍRA – CUIAS DE SANTARÉM (PA)**

**SANTARÉM- PARÁ  
2021**

**DIÓGENES MORAES DA COSTA**

**MARCA COLETIVA E DESENVOLVIMENTO LOCAL NA AMAZÔNIA: O CASO DO  
SINAL DISTINTIVO AÍRA – CUIAS DE SANTARÉM (PA)**

Dissertação apresentada como um produto requisito para obtenção do grau de Mestre em Programa de Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação.

**Orientadora:** Prof. Dr<sup>a</sup> Izaura Cristina Pereira Nunes Costa.

**SANTARÉM- PARÁ  
2021**



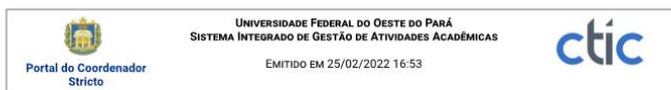
**UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DO PARÁ**  
**MESTRADO PROFISSIONAL EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E**  
**TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA A INOVAÇÃO - PROFNIT**

**DIÓGENES MORAES DA COSTA**

**MARCA COLETIVA E DESENVOLVIMENTO LOCAL NA AMAZÔNIA: O CASO DO**  
**SINAL DISTINTIVO AÍRA – CUIAS DE SANTARÉM (PA)**

Dissertação apresentada como um produto requisito para obtenção do grau de Mestre em Programa de Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação

**DATA DE APROVAÇÃO: 20 de setembro de 2021**



**D E C L A R A Ç Ã O**

Declaramos, para os devidos fins, que o aluno **DIÓGENES MORAES DA COSTA** foi aprovado(a) na DEFESA de DISSERTAÇÃO em MESTRADO PROFISSIONAL, EM REDE NACIONAL, EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA A INOVAÇÃO/PROFNIT - Santarém do Curso de MESTRADO, no dia 20 de Setembro de 2021 às 15:00, no(a) Plataforma Google Meet, UFOPA, cuja banca examinadora fora constituída pelos professores:

Doutora (a) IZAURA CRISTINA NUNES PEREIRA COSTA  
(Presidente)

Doutora (a) LUCIANA GONCALVES DE CARVALHO  
(Externa ao Programa)

Doutora (a) SHANA SABBADO FLORES  
(Externa à Instituição)

Mestre (a) RUBIA GORETH ALMEIDA MADURO  
(Externa à Instituição)

A sua DISSERTAÇÃO intitulou-se:

**MARCA COLETIVA E DESENVOLVIMENTO LOCAL NA AMAZÔNIA: O CASO DO SINAL DISTINTIVO AÍRA – CUIAS DE SANTARÉM (PA)**

*Esta declaração não exclui o aluno de efetuar as mudanças sugeridas pela banca nem vale como outorga de grau de MESTRADO, de acordo com o definido na Resolução 175/2016-CONSEPE.*

Santarém, 25 de Fevereiro de 2022.

ROSINEI DE SOUSA OLIVEIRA  
COORDENADOR(A) MESTRADO PROFISSIONAL EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA A INOVAÇÃO

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus pais, alicerces de minha formação como pessoa.

A Professora Dr<sup>a</sup>. Izaura Cristina, que me orientou na organização das ideias e durante todo o processo de desenvolvimento deste trabalho.

A todos os amigos e amigas que de alguma maneira contribuíram para a conclusão deste projeto. Obrigado!

Dedico este trabalho ao Criador do universo, o maior orientador de nossas vidas e especialmente aos meus anjos Raimunda Maria do Carmo Moreira da Costa, Rayssa Moreira da Costa, Déborah Moreira da Costa e Bianca Moreira da Costa (*in memoriam*) que mesmo em outro plano estão sempre comigo.

## RESUMO

As marcas coletivas ou sinais distintivos podem ser compreendidas como a representação simbólica de um grupo, que produz algo ou um processo de forma diferenciada dos demais. Tem grande potencial enquanto indutor ao desenvolvimento local, pois é utilizada por membros de uma coletividade que, conjuntamente, desenvolvem determinada atividade econômica e que se organizam em torno da gestão de um bem comum (FARIA, 2009; PORTO, 2010; BARBOSA, 2011; REGALADO *et al.*, 2012). O desenvolvimento local é um processo de transformação centrado numa comunidade; parte da existência de necessidades não satisfeitas; segue uma lógica integrada; está focado no trabalho em parceria; causa impacto na comunidade como um todo; e atua em conformidade com uma variedade de possíveis caminhos e respostas às pessoas que vivem naquele território (AMARO, 1993), porém no contexto regional amazônico ainda há poucas iniciativas que utilizem a marca coletiva como estratégia de comercialização de produtos regionais, sejam eles florestais ou artesanatos em geral. Nesse contexto, o presente trabalho tem por objetivo analisar os impactos da obtenção da Marca Coletiva Aíra – Cuias de Santarém, no desenvolvimento econômico e social das comunidades que integram a região do Aritapera, no município de Santarém, oeste do Pará, onde a produção artesanal de cuias é reconhecida por tradicionalidade. Para tanto, realizou-se levantamento bibliográfico, documental e quantitativo, coleta de dados no local e na cidade de Santarém, especificamente no Centro de Artesanato Cristo Rei e no Mercado Municipal, além de entrevistas informais e aplicação de questionários de forma remota. Por meio dos resultados, pode-se compreender o saber-fazer das práticas socioculturais desenvolvidas pelo grupo de artesãs envolvidas no processo de produção das cuias, bem como se deu todo o processo até a obtenção da marca, e quais os reflexos sociais e econômicos na produção das cuias. Assim, foi possível observar de que forma a marca Aíra vem contribuindo para ascensão do desenvolvimento local ao proporcionar maior visibilidade às comunidades do Aritapera, aumentando à produção e a comercialização das cuias, além da valorização dos saberes, dos fazeres artesanais e dos bens culturais dessa região.

**PALAVRAS-CHAVE:** Marcas coletivas. Artesanato. Aritapera. Comunidades Tradicionais.

## **ABSTRACT**

Collective marks or distinctive signs can be understood as the symbolic representation of a group, which produces something or a process in a different way from the others. It has great potential as an inducer of local development, as it is used by members of a community that jointly develop a certain economic activity and organize themselves around the management of a common good (FARIA, 2009; PORTO, 2010; BARBOSA, 2011; REGALADO et al., 2012). Local development is a community-centered transformation process; part of the existence of unmet needs; follows an integrated logic; is focused on working in partnership; impacts the community as a whole; and acts in accordance with a variety of possible paths and responses to people living in that territory (AMARO, 1993), but in the Amazon regional context there are still few initiatives that use the collective brand as a marketing strategy for regional products, whether forestry or handicrafts in general. In this context, the present work aims to analyze the impacts of obtaining the Collective Brand Aíra – Cuias de Santarém, on the economic and social development of the communities that make up the Aritapera region, in the municipality of Santarém, west of Pará, where artisan production of gourds is recognized for traditionality. For that, a bibliographic, documental and quantitative survey was carried out, data collection in the place and in the city of Santarém, specifically in the Centro de Artesanato Cristo Rei and in the Municipal Market, in addition to informal interviews and remote application of questionnaires. Through the results, it is possible to understand the know-how of the sociocultural practices developed by the group of artisans involved in the production process of the gourds, as well as the entire process until obtaining the mark, and what are the social and economic effects on the place of production of the gourds. Thus, it was possible to observe how the Aíra brand has been contributing to the rise of local development by providing greater visibility to the communities of Aritapera, increasing the production and marketing of gourds, in addition to valuing the knowledge, crafts and cultural goods of this region.

**KEYWORD:** Collective brands. Craftsmanship. Aritapera. Traditional Communities.



## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

**ARTESOL** – Artesanato Solidário

**ASARISAN** – Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém

**CNFCP** - Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular

**INPI** - Instituto Nacional de Propriedade Industrial

**IPHAN** - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional OMPI – Organização

Mundial da Propriedade Intelectual RPI - Revista da Propriedade Industrial

**TRIPS** - Aspectos dos Direitos de Propriedades Intelectual relacionados ao comércio

**UFOPA** - Universidade Federal do Oeste do Pará

**WIPO** - World Intellectual Property Organization

## LISTA DE QUADROS

[- Marcas Coletivas concedidas no Brasil28](#)

[Quadro 02- Quadro de Indicadores52](#)

[Produtos e média de preços57](#)

[Marca Coletiva AÍRA, já conhecia ou ouviu falar?62](#)

[Percentual de como conheceu a marca Aíra63](#)

## LISTA DE IMAGENS E GRÁFICOS

<a href="#">figura 01- Divisão da Propriedade Intelectual</a>	19
<a href="#">Figura 02- Componentes presentes no artesanato</a>	22
<a href="#">- Logo Asarisan</a>	30
<a href="#">Lei Nº 7.316/30</a>	
<a href="#">figura 05- Aíra</a>	31
<a href="#">- Dados do INPI</a>	32
<a href="#">Título de Patrimônio Cultural do Brasil</a>	32
<a href="#">Oficina de Elaboração do Plano de Salvaguarda</a>	33
<a href="#">Figura 09- Festival de cuias da Região do Aritapera</a>	32
<a href="#">Reconhecimento e a valorização da Produção artesanal</a>	35
<a href="#">figura 11- Lives</a>	36
<a href="#">Figura 12- Linha do tempo do processo da Associação e da Marca Aíra</a>	36
<a href="#">Figura 13- Artesã rascunhando a cuia</a>	37
<a href="#">Figura 14- Cuia pronta (rascunhada)</a>	37
<a href="#">15 - Setores que integram a Economia Criativa</a>	50
<a href="#">Percepção das artesãs quanto ao aumento de sua renda após a obtenção da marca coletiva</a>	54
<a href="#">A ASARISAN continua seguindo e repassando os processos de padronização das cuias?</a>	56
<a href="#">Produtos e média de preços</a>	57
<a href="#">Mosaico de produtos da associação</a>	58
<a href="#">particularidades das cuias de Santarém que mais chamam atenção dos consumidores</a>	59
<a href="#">Marca Coletiva AÍRA, já conhecia ou ouviu falar?</a>	62
<a href="#">Percentual de como conheceu a marca Aíra</a>	63
<a href="#">Cristo Rei</a>	66

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>15</b>
<b>2.1 Desenvolvimento local e Amazônia.....</b>	<b>15</b>
<b>2.2 Propriedade intelectual, cultura e artesanato.....</b>	<b>17</b>
2.2.1 Artesanato tradicional.....	18
<b>2.3 A diversificação de proteção a respeito do artesanato.....</b>	<b>21</b>
2.3.1 Proteção da reputação e da especificidade do artesanato.....	23
2.3.2 A proteção da aparência externa do artesanato.....	24
2.3.1 Proteção do know-how associado ao artesanato.....	25
<b>2.4 Marca coletiva e indicações geográficas.....</b>	<b>26</b>
<b>2.5 ASARISAN e a marca coletiva AIRA.....</b>	<b>28</b>
2.5.1 Linha histórica.....	28
<b>2.6 AÍRA: as cuias de Santarém.....</b>	<b>36</b>
<b>3 MATERIAIS E MÉTODOS.....</b>	<b>40</b>
<b>3.1 Lócus da pesquisa.....</b>	<b>40</b>
<b>3.2 Procedimentos metodológicos de coleta e análise dos dados.....</b>	<b>41</b>
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....</b>	<b>45</b>
<b>4.1 Percepções acerca do impacto da marca aÍra no desenvolvimento local.....</b>	<b>45</b>
<b>4.2 O impacto de uma marca coletiva no desenvolvimento local: um esforço de mensuração.....</b>	<b>48</b>
4.2.1 Dimensão Socioeconômica.....	49
4.2.2 Dimensão inovação.....	52
4.2.3 Dimensão Signos.....	55
4.2.4 Dimensão Cooperativismo.....	57
4.2.5 Dimensão do Poder Público.....	62
<b>4.3 AÍRA: potencialidades, desafios e perspectivas.....</b>	<b>64</b>
<b>5 CONCLUSÃO.....</b>	<b>66</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>68</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Discutir desenvolvimento e Amazônia nunca foi uma tarefa fácil, principalmente, pela heterogeneidade da região, tanto do ponto de vista de sua biodiversidade quanto dos atores sociais presentes na mesma, porém, é sempre um debate necessário e desafiador. Historicamente, a região sempre foi palco de inúmeros conflitos socioambientais. Esse contexto nos leva a refletir sobre a velha problemática: como desenvolver a região sem destruí-la? Esse questionamento também inclui a riqueza cultural dos povos tradicionais.

Considerando essa questão, quais estratégias implementar na Amazônia para que esse alcance um desenvolvimento de fato e que considere o respeito e a proteção à natureza, além da tradicionalidade dos povos originários e que aqui construíram uma identidade? É uma pergunta corriqueira e de interesse de todos, especialmente, dos amazônidas. Porém, o fato é que em se tratando de Amazônia não se pode pensar em apenas uma estratégia, dada a diversidade e pluralidade da socio biodiversidade. Por isso, as iniciativas e estratégias que ajudam a fortalecer a identidade e a cultura regional, merecem destaque e visibilidade.

Nesse contexto, pode a obtenção de uma marca coletiva ou sinal distintivo possibilitar o estímulo ao desenvolvimento local na região? Pergunta, cuja resposta enseja investigação. Conforme o Manual de Marcas do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), Marca Coletiva pode ser definida como aquela destinada a identificar e distinguir produtos ou serviços, provenientes de membros de uma pessoa jurídica representativa de coletividade (associação, cooperativa, sindicato, consórcio, federação, confederação, entre outros), de produtos ou serviços iguais, semelhantes ou afins, de procedência diversa (art. 123, inciso III, da LPI). Esta possui finalidade distinta da marca de produto ou serviço. O objetivo da marca coletiva é indicar ao consumidor que aquele produto ou serviço, provém de membros entidade singular.

Outro diferencial da marca coletiva é que além dela identificar o produto ou serviço assinalado, ela também identifica os seus produtores ou prestadores, promovendo essa coletividade e imprimindo na marca a personalidade da coletividade produtora (REGALADO, et all, 2013). Nos arranjos produtivos locais, por exemplo, a marca coletiva tem um importante papel como instrumento de marketing

e na formação de uma imagem forte e coletiva das empresas de uma determinada região.

Diferente de outros instrumentos do sistema de propriedade intelectual, a marca coletiva valoriza a tradição e não a novidade e apesar da potencialidade desse instrumento, ainda são poucas as iniciativas na Amazônia que utilizam a marca coletiva como estratégia de comercialização de produtos regionais, sejam eles florestais ou artesanatos em geral. Desta maneira, o objetivo desta pesquisa é analisar os impactos da obtenção da Marca Coletiva Aíra – Cuias de Santarém, no desenvolvimento econômico e social das comunidades que integram a região do Aritapera, no município de Santarém, oeste do Pará, onde a produção artesanal de cuias é reconhecida pela tradicionalidade.

A obtenção da marca AÍRA ocorreu em 2014 e teve por objetivo aprimorar a produção e a comercialização das cuias produzidas, identificá-las e diferenciá-las no mercado. Além de valorização dos saberes, dos fazeres artesanais e dos bens culturais da região do Aritapera. Neste contexto, acredita-se que a presente proposta possa contribuir no debate sobre o papel das marcas coletivas como um instrumento de desenvolvimento econômico e social, sobretudo, na Amazônia. Os resultados da pesquisa poderão servir como fonte de conhecimento sobre Marca Coletiva, e despertar o interesse para os produtores de outros bens ou serviços, podendo contribuir na melhoria nos processos, e fortalecimento da produção, agregação de valor e a valorização da cultura regional.

A problemática da pesquisa emergiu com a ideia de que a criação de uma Marca, bem como a regulamentação de seu uso, significa o planejamento da maneira que um determinado grupo pode ser organizar em prol de objetivos comuns, proporcionar desenvolvimento nas perspectivas econômicas, sociais, locais, culturais e sustentáveis. É isso que torna a concessão de uma marca coletiva ou sinal distintivo, um instrumento possível ao fomento do desenvolvimento local de comunidades locais, relacionadas à determinadas atividades econômicas.

Segundo o Secretário de Produtividade do Ministério da Economia, Carlos da Costa, por meio do Projeto de Decreto Legislativo nº 98/2019 de 22/05/2019, formalizou-se a adesão brasileira ao Protocolo de Madri, que permitirá que marcas registradas no Brasil passem a ser reconhecidas em 102 países, a partir daí, o Brasil também passou a aceitar automaticamente registros de marcas dos países signatários ao protocolo (JORNAL O ESTADO DE SÃO PAULO, 2019).

O Protocolo de Madrid habilita as empresas e pessoas físicas de um país-membro a solicitarem, através da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), ligada à Organizações das Nações Unidas (ONU), o registro de uma marca já pedida ou registrada no seu país de origem. Esse processo, garante a prioridade da marca e simplifica o registro em todas as nações que fazem parte do acordo reduzindo, assim, o custo para as empresas, já que atualmente o registro em outros locais custa, em média, US\$ 100 mil por marca para as companhias (JORNAL ESTADO DE MINAS, 2019).

Nesse contexto, surgem os seguintes questionamentos:

- a) Por que solicitar o registro de um sinal distintivo de uso coletivo?
- b) Como um sinal distintivo de uso coletivo pode ser usado como indutor ao desenvolvimento local?
- c) Como mensurar o impacto socioeconômico da concessão de uma marca coletiva para um determinado grupo ou local?
- d) A obtenção da marca Aíra - Cuias de Santarém (PA) agregou valor e gerou renda às artesãs envolvidas na produção das mesmas?

A partir dessas questões é que se desenvolverá o presente trabalho, que visa contribuir com a discussão da importância da propriedade industrial na Amazônia, com foco na diversidade e no patrimônio cultural, como elementos que podem agregar valor aos produtos locais, e o uso das Marcas Coletivas como forma de proteção e valorização desses valores, exteriorizado em produtos. Para ilustrar essa discussão, usaremos o exemplo da Marca Coletiva Aíra, aplicada a ASARISAN.

Desse modo, o objetivo geral da pesquisa buscou analisar os impactos da obtenção da Marca Coletiva Aíra – Cuias de Santarém no desenvolvimento econômico e social de comunidades na região do Aritapera, pertencente ao município de Santarém, Oeste do Pará. Quanto aos objetivos específicos, os mesmos consistiram em: Discutir o papel das Marcas Coletivas no processo de desenvolvimento local em comunidades tradicionais na Amazônia; analisar o processo de criação de ASARISAN e do registro da Marca Coletiva Aíra; criar um sistema de indicadores para avaliar se a obtenção da Marca Coletiva Aíra gerou algum impacto positivo no desenvolvimento econômico e social nas comunidades envolvidas na produção das cuias.

Assim, justifica-se que o artesanato tradicional para a confecção de cuias envolve as mulheres ribeirinhas, e tem respaldo, especialmente, em comunidades

onde a identificação local reconhece os produtos confeccionados a partir de suas origens e raízes. A região do Aritapera, situada às margens do rio Amazonas no Estado do Pará, abrange um conjunto de comunidades situadas em áreas de várzeas, terras que inundam na cheia durante o inverno amazônico, no período de dezembro a maio.

Em 2003, as artesãs das cuias criaram a Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém (ASARISAN), requereu junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) a concessão da Marca Coletiva AÍRA para identificar a os seus produtos, obtendo-a somente em 2014. Sendo a Marca Coletiva AÍRA, a primeira marca coletiva do Estado do Pará, e ao comemorar cinco anos de sua concessão pelo INPI, observou-se, não haver nenhum estudo, trabalho ou pesquisa voltados a avaliar os impactos da obtenção desse sinal distintivo para o desenvolvimento local das comunidades da região do Aritapera e nas vidas das artesãs, especificamente.

Na região em questão, a produção de cuias artesanais é considerada uma prática tradicional das mulheres, especialmente, em períodos de cheias dos rios (MADURO, 2013). O que justifica, portanto, a execução do presente trabalho. Atualmente, as marcas coletivas vêm ganhando espaço e destaque por estarem em um contexto tradicional, voltado para comunidades ribeirinhas, no caso da Amazônia, agregando reconhecimento às produções locais e regionais (SILVA, 2011), porém, necessitam de melhor acompanhamento e análise.

Devido à grande importância que tem o artesanato das cuias para as mulheres ribeirinhas das comunidades do Aritapera, o estudo visa verificar também se tal ofício proporcionou o empoderamento das artesãs, pela grande importância que tem o artesanato em suas vidas, onde assumem uma posição de destaque, pois suas obras de arte concedem peculiares suportes para seus meios de vida e subsistência (SANTOS, 1982, p. 52-53), para além disso, pretende-se averiguar se houve mudanças no setor produtivo, com o uso da Marca Coletiva, que possam ser interpretadas como desenvolvimento social, sustentável ou local.

A seguir, apresenta-se o referencial teórico utilizado para embasar teoricamente as discussões levantadas ao longo desta dissertação, bem como sustentar os achados através dos instrumentos de pesquisa.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Desenvolvimento local e Amazônia

O conceito de desenvolvimento local vem sendo criticado e renovado por muitos autores ao longo dos anos. Um marco importante passa a ser, em 1990, o relatório mundial do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). Este relatório coloca que o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), tende a relativizar o Produto Nacional Bruto (PNB) por habitante, enquanto medida universal do desenvolvimento e tem forte significado simbólico (MILANI, 2005).

No ano 2000, no momento em que os temas sociais já integram o segmento da economia, o desenvolvimento é questionado em seus fundamentos, em suas práticas, frequentemente, contraditórias e em seus mitos fundadores. Podemos destacar aqui, uma das críticas, que diz respeito ao evolucionismo social, que prega que os países subdesenvolvidos devem atingir o patamar daqueles desenvolvidos. Isto implica em que, ao seguir os passos dos países desenvolvidos, o desenvolvimento estaria garantido (MILANI, 2005).

A crítica está no fato de que, em matéria de desenvolvimento não se pode antecipar os passos futuros de forma independente da realidade local, realidade esta que tem suas implicações peculiares (RIST, 1996 apud MILANI, 2005). O desenvolvimento deve ser entendido levando-se em conta os aspectos locais, aspectos estes que têm significado em um território específico. O global passa a ter sua importância associada ao local e vice e versa, já que um está em constante mudança por conta das interferências do outro e, por conta disto, muitos autores utilizam o termo “glocal”, a junção das duas escalas, para se referir ao desenvolvimento.

Muitos autores já tentaram desconstruir o termo desenvolvimento, por considerar que este implica em práticas associadas à colonização, à ocidentalização do mundo, à globalização econômico-financeira e à uniformização planetária. Isto foi discutido em 2002, em um colóquio internacional organizado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), “apesar de não explicarem como substituir o conceito e a prática do desenvolvimento, sobretudo nos contextos em que as desigualdades e as carências são ainda muito flagrantes” (MILANI, 2005, p. 10).

Atualmente, é quase unânime entender que o desenvolvimento local não está relacionado unicamente ao crescimento econômico, mas também com a melhoria da qualidade de vida das pessoas e com a conservação do meio ambiente. Estes três fatores estão inter-relacionados e são interdependentes, o aspecto econômico implica em aumento da renda e riqueza, além de condições dignas de trabalho. A partir do momento em que existe um trabalho digno e este trabalho gera riqueza, ele contribui para a melhoria das oportunidades sociais, do mesmo modo, a problemática ambiental não pode ser dissociada da social.

O desenvolvimento local pressupõe uma transformação consciente da realidade local (MILANI, 2005). Isto implica em uma preocupação não apenas com a geração presente, mas também com as gerações futuras e é neste aspecto que o fator ambiental assume um papel importante. Isso porque, o desgaste ambiental pode não interferir diretamente a geração atual, mas pode comprometer sobremaneira as próximas gerações, isto é, o que fazemos hoje quem pode colher as consequências do desrespeito e degradação ambiental são nossos sucessores (SACHS, 2001).

Outro aspecto relacionado ao desenvolvimento local, é que ele implica em articulação entre diversos atores e esferas de poder, seja a sociedade civil, as organizações não governamentais, as instituições privadas e políticas e o próprio governo. Cada um dos atores tem seu papel para contribuir com o desenvolvimento local (BUARQUE, 1999).

Na Amazônia, ao longo da história, o desenvolvimento local, é carregado principalmente, pela heterogeneidade da região, e como os recursos naturais contribuem para esse processo, a ciência tem se encarregado de demonstrar precisamente o contrário. Dessa forma, a Amazônia é, antes de tudo, caracterizada por sua rica diversidade, em todos os aspectos: físicos, biológicos, culturais, políticos e sociais (ARAGÓN, 2015; SIMONIAN, 2005).

Essa diversidade de recursos e de populações tradicionais (índios, quilombolas, ribeirinhos) se configura em grandes atrativos, para a ação humana onde os seres humanos usando os recursos naturais e técnicas tradicionais, manejam os recursos naturais, e com saber, sabor, textura e traçados produzem objetos com estéticas e particularidades próprias e usos típicos da região, e quem vem a passeio a região leva-o como lembrança, *souvenir* – Artesanato.

No aspecto local, além dos problemas econômicos básicos, a dificuldade de crescimento no mercado artesanal advém da falta de apoio financeiro, da qualificação, que leva a ausência de uma abordagem adequada ao consumidor. Nesse contexto, vê-se que a inclusão do turismo como agente de desenvolvimento local, externaliza o quão é defeituoso o sistema de políticas públicas, projetos que podem impulsionar o crescimento e a conduta do desenvolvimento local. Qualquer forma de desenvolvimento econômico requer um planejamento cuidadoso para que possa atingir os objetivos implícitos e explícitos, que são a base do desenvolvimento (COOPER et al., 2001).

Nesse contexto, faz-se necessário criar perspectiva para o desenvolvimento local, partindo da premissa de agregar valores sem deixar de lado a cultura, o artesanato, por exemplo, como fonte de renda das comunidades, introduzir uma marca, um produto, que mantenha viva a arte de produzir. Ademais, o tópico a seguir irá tratar de questões que envolvem a propriedade intelectual, cultura e artesanato.

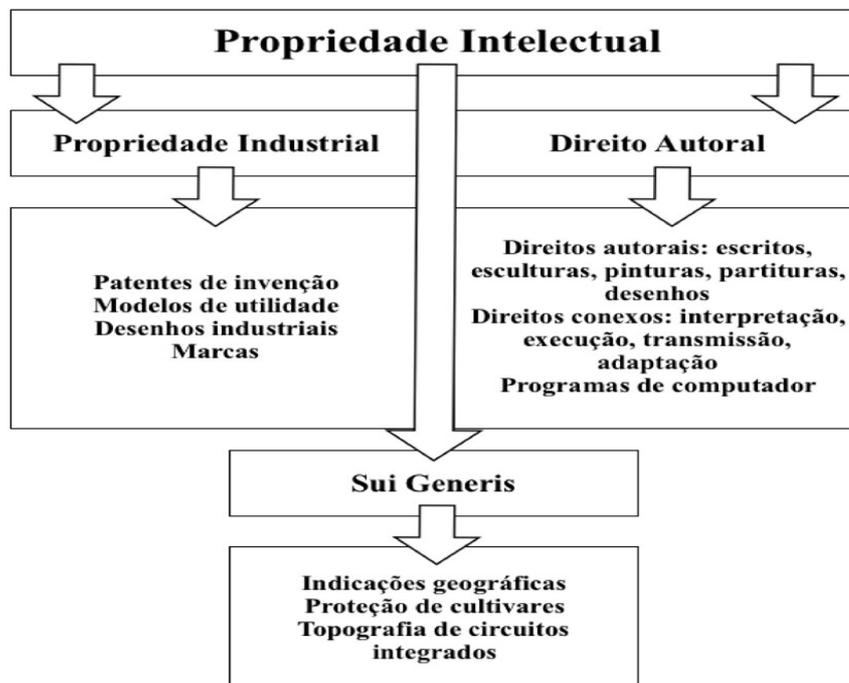
## **2.2 Propriedade intelectual, cultura e artesanato**

A propriedade intelectual é uma expressão usada no contexto de liberdade econômica, a qual protege os diferenciadores, legítimos nos processos produtivos, particularizador do produtor e motivador das aplicações econômicas e restrições em relação ao uso do ativo econômico por terceiros que não detenham o capital intelectual não tendo interferência com as políticas públicas (CARVALHO, 2017; DOS SANTOS, 2018). A Propriedade Intelectual funciona, por sua vez, como meio legal de proteção aos usufrutos provenientes da liberdade econômica do uso do capital intelectual (MIRANDA, et al., 2017; JUNGMAN e BONNETI, 2010).

Tradicionalmente o direito de propriedade intelectual é apresentado dividindo-se em Direito Autoral, o qual englobaria os direitos autorais e conexos e a proteção aos programas de computador; e em Propriedade Industrial, a qual comportaria as marcas, as patentes e os desenhos industriais. Ao lado dessas duas espécies, estariam os direitos *sui generis*, como a proteção de cultivares, as topografias de circuitos integrados, as indicações geográficas, e outras, não sendo unânime esse rol (figura 01).

Essa divisão origina-se dos dois acordos internacionais basilares da propriedade intelectual no mundo, quais sejam: Convenção União de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial (CUP), de 1883; e a Convenção União de Berna para a proteção das Obras Artísticas e Literárias (CUB), de 1886.

Figura 01: Divisão da Propriedade Intelectual



**Fonte:** Coletânea PROFNIT - Conceitos e Aplicações de Propriedade Intelectual., Lv II.

Segundo Brasil (1998), as leis de proteção à propriedade industrial (Lei nº 9279 de 1996) e os direitos autorais (Lei 9.610 de 1998), as quais abordam o acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedades Intelectual relacionados ao comércio (TRIPS), estabelecem o padrão mínimo de proteção à propriedade intelectual e obriga seus membros a incorporar esse padrão em sua legislação. Nesse contexto, conforme a Lei nº 9.610/1998, destaca a proteção de trabalhos ou obras de arte na área de literatura, teatro, música, coreografia, filmes, fotografias, pintura, desenho e esculturas.

Diante de tais achados, emerge a importância de se destacar sobre a concepção e conceitualização do que vem a ser artesanato tradicional, tal como será destacado no tópico seguinte,

### 2.2.1 Artesanato tradicional

O Termo artesanato é as vezes utilizado como significado de produtos artesanais, produtos das artes manuais, obras criativas tradicionais ou obras do artesanato artístico ou tradicional (WIPO, 2016). A atividade artesanal é uma atividade intersetorial por estar associada a diversas outras atividades econômicas, tais como, o turismo, a moda, a arquitetura e a decoração, entre outros (SEBRAE, 2004). O que permite investigar a cadeia do artesanato conectada a diversas outras cadeias produtivas.

Segundo orientações da WIPO (2016), o termo adotado para “tradicional” não está relacionado somente a sua antiguidade, “tanto conhecimento tradicional associado quanto expressões culturais tradicionais não são, conceitual ou necessariamente, antigas, tampouco inertes”. O que quantifica o termo tradicional é a forma de conhecimento ou expressão as quais tem uma ligação ou vínculo com as tradições locais da comunidade.

A relação do artesanato com a tradição faz com que muitas vezes grupos sociais que tiram do artesanato seus meios de existência sejam catalogados como partes de uma sociedade tradicional que se define por oposição a uma sociedade moderna [...]. No entanto, ver no artesanato resquícios de uma sociedade tradicional é esquecê-lo como contemporâneo e minimizá-lo em sua importância na medida em que é através das chamadas atividades artesanais que parte significativa da população sobrevive (ALVIM, 1983, p. 49).

Não existe uma definição aceita universalmente, aplicável às obras do artesanato, mas é possível identificar as seguintes características comuns: são produzidas por artesãos, completamente a mão ou com ajuda de ferramentas manuais ou processo mecânicos (máquinas), com a contribuição manual direta do artesão como o componente mais importante do produto acabado. São representações ou expressões simbólicas da cultura do artesão; incluem uma grande variedade de produtos feitos de matérias naturais; as suas características distintivas podem ser: estética, utilitárias, artísticas, criativas, culturais, decorativas, funcionais, tradicionais, ou religiosamente ou socialmente simbólicas e significativas; não há restrições particulares relativamente e não há duas peças exatamente iguais (WIPO, 2016).

Para Krucken (2009), é necessário entender e reconhecer a valorização do território e dos produtos locais, dando importância ao tradicional, sendo possível observar os mecanismos existentes voltados para a economia. As atividades artesanais têm se constituído ao longo do tempo como uma das principais fontes de subsistência para comunidades tradicionais rurais. Tais comunidades são definidas por Krucken (2009, p. 32) e Almada, Coelho e Fernandes (2009) como:

Indígenas, ribeirinhas, sertanejas, caiçaras e quilombolas", como a de Giral Grande. Nestas atividades estão inclusas atividades econômicas (trabalho e geração de renda) e fatores culturais, seja na forma de conteúdos do patrimônio material (produtos, utensílios e demais objetos) e imaterial (significados e conhecimentos). O artesanato, como parte ativa e criadora de cultura material, é "movido pela arte do saber e do fazer, influenciado pelo ambiente, pela cultura e pelas tradições locais (POUSADA, 2005, p. 39).

Conforme, o decreto nº 6.040 de 7 de fevereiro de 2017, que dispõe sobre a Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais, em seu art. 3º, Povo Tradicionais correspondem a grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição (BRASIL, 1998).

As obras envolvendo artesanato podem ser expressões culturais tradicionais (ECT) na sua concepção aparência e no seu estilo e podem também incorporar conhecimentos tradicionais (CT) sob a forma de aptidões e *know-how* utilizados para produzi-las (WIPO, 2016). As expressões culturais têm como objetivo em um sentido amplo, promover a diversidade cultural (GOMIDE, 2011). Os Conhecimentos Tradicionais (CT) e as Expressões Culturais Tradicionais (ECT), inclusive o artesanato, são valiosos recursos culturais, sociais e históricos das comunidades que os conservam, praticam e desenvolvem.

São também recursos econômicos que podem ser utilizados, comercializados ou ser objeto de licenças para produzir rendimentos e desenvolvimento econômico. Todavia, as técnicas tradicionais, a concepção, a reputação e o estilo associado ao artesanato, expõem-se à imitação e a apropriação ilícita. Muito frequentemente, imitações baratas prejudicam as vendas de artigos artesanais tradicionais, assim como a reputação da qualidade dos produtos genuínos.

Consoante à constituição federal, de 1998, esta estabelece em seu art. 215: o Estado protegerá as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional. No Brasil, o principal instrumento para se resguardar os conhecimentos tradicionais, foi o regramento legal da medida provisória 2.186-16, de 23 de agosto de 2001. Assim, visualiza-se que a Medida Provisória é um marco no direito protetivo das comunidades tradicionais, notadamente quando o viés de proteção é externado desde a proteção dos Direitos de Propriedade Intelectual até a repartição equitativa dos lucros, além do treinamento dos nativos envolvidos, para que possam ter o acesso e participem ativamente da difusão fiel e, portanto, comprometida de seus conhecimentos (GEWEHR, 2010).

Desse modo, os direitos existentes relacionados a propriedade Intelectual, como marcas, indicações geográficas, direito autoral, desenhos, modelos de utilidade e patentes são formas de proteções que podem ser utilizados pelos artesãos e por organizações artesanais para promover os seus interesses. Especialmente, podem ser utilizados para proteger o artesanato tradicional contra a utilização falaciosa do seu estilo e reputação (OMPI, 2016).

Diante de tais achados, se faz mister discutir acerca do processo que envolve a diversificação de proteção a respeito do artesanato, bem como poderá ser visto no tópico seguinte.

### **2.3 A diversificação de proteção a respeito do artesanato**

A profissão de artesão consoante ao disposto na Lei Federal nº 13.180 de 2015, pode ser definida como o exercício de atividade predominantemente manual, que pode contar com o ~~auxílio~~ uso de ferramentas e outros equipamentos, desde que visem assegurar qualidade, segurança e, quando couber, observância às normas oficiais aplicáveis ao produto. Nesse sentido, o artesão é toda pessoa que pode exercer essa atividade sozinho, associado ou em cooperativa, garantida assim proteção jurisdicional.

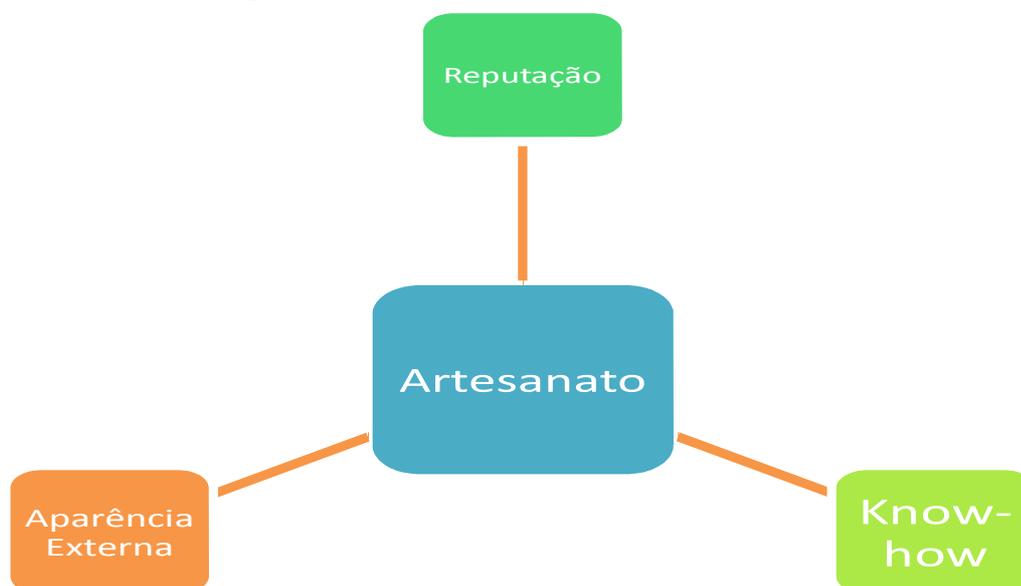
Segundo Brasil (1988, CRB, Art. 5º), é respaldo à livre expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independente da censura ou licença, nesse contexto, as atividades produzidas pelos artesãos que fazem parte do patrimônio intelectual que deve ser protegido igualmente. Nessa assertiva, a

Organização Mundial de Propriedade Intelectual (2015) relata como o registro e a utilização de uma marca coletiva, podem ajudar comunidades tradicionais a ressaltarem a diferença de seu artesanato em relação aos outros, e a promoverem em nível nacional e internacional o seu artesanato e os seus artistas artesãos. Pode contribuir também para melhorar a sua posição econômica e assegurar, que obtenham uma remuneração justa e equitativa.

Artesãos podem ter informações que desejam manter fora do alcance dos concorrentes devido ao seu valor comercial e à probabilidade dos concorrentes a utilizarem. Quaisquer informações confidenciais que confirmam aos artesãos uma vantagem competitiva pode ser consideradas um segredo industrial ou comercial. Os segredos referenciados podem dizer respeito à composição ou à concepção de um produto, a um método de fabricação ou ao *know-how* necessário para a execução de determinada tarefa (OMPI, 2016).

Numa perspectiva de Propriedade Intelectual, o artesanato pode ter três componentes distintos, conforme pode-se observar no organograma abaixo:

**Figura 02.** Componentes presentes no artesanato



Fonte: Autor, 2021

No que tange a reputação, esta é derivada do seu estilo, origem ou qualidade do artesanato, enquanto a aparência externa, refere-se a sua forma e concepção e, por fim, não menos importante o *know-how*, que diz respeito as aptidões e os

conhecimentos utilizados para criá-lo e fabricá-lo. Cada componente pode potencialmente ser protegido por uma forma distinta de Propriedade Intelectual.

O know-how, por exemplo, pode ser protegido por patentes ou como um segredo industrial ou comercial; a aparência externa pode ser protegida pelo direito de autor ou pelos desenhos ou modelos industriais, enquanto que a reputação pode ser protegida por marcas de fábrica ou de comércio, marcas coletivas, indicações geográficas ou pela legislação sobre a concorrência desleal. Estas formas de PI serão discutidas no tópico a seguir, a fim de que sejam destacadas a questão da proteção da reputação e da especificidade do artesanato.

### 2.3.1 Proteção da reputação e da especificidade do artesanato

O registro e a utilização de uma marca pode aumentar o reconhecimento do artesanato autêntico pelo consumidor e aumentar o seu valor comercial (OMPI, 2015). Desse modo, o registro confere ao titular da marca o direito exclusivo de impedir que outras pessoas utilizem uma marca idêntica ou semelhante ao ponto de causar confusão, em produtos ou serviços idênticos ou semelhantes (OMPI, 2015).

A legislação sobre as marcas de fábrica ou de comércio também prevê a proteção contra o registro de marcas enganosas por outras pessoas; por exemplo, se alguém requerer o registro de uma marca que falsamente sugere que um produto ou serviço tem uma origem indígena, para induzir pessoas a comprarem o produto ou serviço, o conservador do registro deve rejeitar o pedido (OMPI, 2015).

Dessa forma, a Marca Coletiva distingue os produtos e serviços dos membros de uma associação, que é titular da marca, dos produtos e serviços de outros empreendimentos (OMPI, 2015). Não há exigência de certificação, qualquer membro da associação tem o direito de utilizar a marca. Por exemplo, a marca coletiva AÍRA<sup>®</sup> foi registrada pela Asarisan (Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém) e é utilizada em suas cuias.

A Marca indica que os produtos e serviços são certificados pelo titular da marca como correspondendo a certas normas ou características, tais como origem geográfica, material, modo de fabrico ou qualidade (OMPI, 2015). As marcas coletivas podem também sensibilizar o público e tranquilizar os consumidores quanto à autenticidade dos produtos que compram. Embora as marcas de

certificação e os selos de autenticidade não possam impedir a venda de imitações, essas marcas e selos podem ajudar a combater tais vendas através da promoção do artesanato (OMPI, 2015).

Segundo OMPI (2015), a Indicação Geográfica, é um sinal que pode ser utilizado em produtos que tem uma origem geográfica específica e que possuem qualidades, reputação ou características essencialmente atribuíveis a esse lugar de origem. Assim, estes produtos são muitas vezes o resultado de processos e conhecimentos tradicionais, transmitidos por uma comunidade de geração em geração numa determinada região. Produtos do artesanato fabricados com recursos naturais, com qualidades derivadas da sua origem geográfica, podem ser suscetíveis de registro como indicação geográfica (OMPI, 2015).

Desse modo, referindo-se aos produtos e serviços que tenham origem geográfica, as indicações geográficas não protegem diretamente os próprios conhecimentos ou know-how associados ao artesanato. Acontece que os conhecimentos muitas vezes pertencem ao domínio público, segundo os sistemas convencionais de Propriedade Intelectual, e podem ser apropriados indevidamente por terceiros (OMPI, 2015).

Todavia essas indicações podem contribuir de várias maneiras para a sua proteção indireta, podendo dessa forma proteger o artesanato contra práticas comerciais enganosas e fraudulentas, proteger a reputação ou o sucesso construído ao longo dos anos e salvaguardar um nicho de mercado. Além disso, podem impedir que outras pessoas utilizem uma Indicação Geográfica protegida em produtos que não provêm da área definida ou que não possuem qualidade ou as características exigidas (OMPI, 2015).

Diante de tais informações, se mostra relevante que seja mencionado em relação a proteção da aparência externa do artesanato, visto que este é um tema emergente e que complementa as informações obtidas no tópico em questão.

### 2.3.2 A proteção da aparência externa do artesanato

O artesanato pode ser protegido pelo direito autoral, se for original e possuir qualidades artísticas, como exemplos, podemos citar obras esmaltadas, joalheria, esculturas, cerâmica, tapeçaria, produtos de origens vegetais, produtos tecidos e

ornamentos de couro, entre outros. O direito autoral aparece automaticamente no momento da criação da obra, protegendo os resultados da criatividade.

Concede aos titulares do direito autoral direitos exclusivos que lhes permitem se beneficiarem financeiramente com as obras durante um período longo, mas limitado, geralmente a vida do autor mais 50 anos. Estes direitos, também chamados de direitos patrimoniais, protegem os titulares de direitos autorais contra a reprodução e a adaptação (OMPI, 2015).

A proteção pelo direito autoral comporta também direitos morais, tais como o direito de reivindicar a autoria da obra e o direito de se opor a qualquer distorção, mutilação ou outra modificação da obra, ou outro atentado a mesma, prejudiciais à honra ou à reputação do autor.

Ademais, não se pode tratar do referido assunto sem se falar da questão que envolve a proteção do know-how associado ao artesanato. Dito isso, o tópico seguinte irá abordar tal temática.

### 2.3.1 Proteção do know-how associado ao artesanato

De acordo com OMPI (2016), as patentes protegem invenções que sejam novas, impliquem uma atividade inventiva e sejam suscetíveis de aplicação industrial. Permitem que o titular da patente impeça outras pessoas de utilizarem a invenção comercialmente durante um determinado prazo, geralmente 20 anos. Dessa forma, as patentes podem proteger indiretamente produtos artesanais através da proteção das ferramentas ou do processo utilizado para fabricá-los, se um artesão tiver aperfeiçoado substancialmente um processo anterior ou inventado um novo processo suscetível de aplicação industrial (OMPI, 2016).

Surgindo como exemplo novas características funcionais de artigos, tais como ferramentas de carpintaria, ferramentas manuais, podem ser protegidas por patente, da mesma maneira que significativos aperfeiçoamentos funcionais em máquinas e equipamentos utilizados para produzir objetos artesanais (OMPI, 2016). Nesse sentido, para serem consideradas como segredos industrial ou comercial, as informações devem ser confidenciais ou secretas.

Artesãos podem ter informações que desejam manter fora do alcance dos concorrentes devido ao seu valor comercial e à probabilidade dos concorrentes a utilizarem. Qualquer informação confidencial que confira aos artesãos uma

vantagem competitiva, pode ser considerada um segredo industrial ou comercial. Os segredos referenciados podem dizer respeito à composição ou à concepção de um produto, a um método de fabricação ou ao know-how necessário para a execução de determinada tarefa (OMPI, 2016).

Nessa perspectiva, os artesãos que detêm segredos industriais ou comerciais podem impedir que outras pessoas adquiram, revelem ou utilizem indevidamente. Porém a legislação sobre a matéria não pode impedir a utilização por pessoas que tenham adquirido ou que utilizem as informações legitimamente (OMPI, 2016).

Por meio de tal apanhado, nota-se a necessidade de abordar questões que envolvam a conceitualização da marca coletiva e indicações geográficas, a fim de que os tópicos seguintes sejam subsidiados.

## **2.4 Marca coletiva e indicações geográficas**

A marca coletiva pode ser definida como a representação identitária de produtos ou serviços provenientes de uma empresa, que representa uma coletividade. Esse é o caso de associações, cooperativas, sindicatos, entre outros. Além disso, pode ser compreendida como um sinal distintivo cujas funções principais são identificar a origem e distinguir produtos ou serviços de outros idênticos, semelhantes ou afins de origem diversa. Em seu aspecto legal envolve dois sistemas, no Brasil, a Lei Federal nº 9.279/1996, que regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial, e outro usado mundialmente, inclusive no Brasil – o Acordo de Madri (WINKELMANN, 2014; CASTRO; GIRALDI, 2018) ).

Para o uso da marca coletiva pelas artesãs estipulou-se, em regulamento, as condições de uso da mesma entre os membros, tipo quem pode utilizá-la, quais as condições de uso, e até mesmo, quais as penalidades para quem descumprir as normas definidas no documento, sendo que o uso, por exemplo, pode-se restringir àqueles que participam de treinamentos ou cursos de qualificação ofertados pela entidade ou parceiros ou ainda, aqueles que frequentem reuniões de trabalho e deliberativas, tendo como exigência a aprovação em triagens internas pelo grupo, o respeito às características do modo de fazer que diferenciam o produto no mercado, cuidados com a sustentabilidade ambiental, dentre outras limitações que podem variar segundo o produto ou serviço ofertado (INPI, 2017)<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>Resolução INPI/PR nº 249, de 9/09/2019 a terceira edição do Manual de Marcas.

Possuindo finalidade diversa das marcas de produto e de serviços, a marca coletiva tem como objetivo indicar ao consumidor que aquele produto ou serviço provém de membros de uma determinada entidade. Assim, podem utilizar a marca coletiva os membros da entidade detentora do registro, sem a necessidade de licença de uso, desde que estejam previstos no regulamento de utilização da marca. Por sua vez, o titular da marca pode estabelecer condições e proibições de uso para seus associados, por meio de um regulamento de utilização (INPI, 2017).

Ressalta-se que, as Marcas Coletivas detêm imensa importância na vida econômica de pessoa jurídica representativa de coletividade (associação, cooperativa, sindicato, consórcio, federação, confederação, entre outros (INPI, 2020)<sup>2</sup> e possuem finalidade distinta da marca de produto ou serviço. Segundo o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), responsável por conceder o registro no país, atualmente, há 357 marcas coletivas registradas no Brasil, sendo 287 nacionais e 70 estrangeiras.

**Quadro 01.** Marcas Coletivas concedidas no Brasil

Estado	Registros	Estado	Registros
<b>Pará</b>	04	Distrito Federal	12
<b>Rondônia</b>	02	Goiás	04
<b>Tocantins</b>	01	Mato Grosso	02
<b>Alagoas</b>	01	Mato Grosso do Sul	01
<b>Bahia</b>	07	Espírito Santo	08
<b>Ceará</b>	02	Minas Gerais	20
<b>Paraíba</b>	02	São Paulo	49
<b>Pernambuco</b>	01	Rio de Janeiro	24
<b>Rio Grande do Norte</b>	03	Paraná	11
<b>Sergipe</b>	01	Rio Grande do Sul	28
<b>Santa Catarina</b>	21		

Fonte: Agência de Notícias CNI – 26/11/19.

No caso do registro das indicações Geográficas, estas abordam a valorização que aquele território tem em relação as suas riquezas enraizadas, fundamentando o

desenvolvimento estratégico local para uma escala mais abrangente (VANDECANDELAERE et al., 2009). As indicações também são de alguma forma estratégias locais, no qual essa indicação geográfica auxilia de forma estratégica reforçando a capacidade, e o potencial que aquela região tem para atrair consumidores, investidores e turistas, oferecendo produtos variados e serviços locais, com qualidade padronizada relacionada aos recursos locais (CALDAS, 2007).

Embora a AÍRA tenha relação com uma localidade específica, a Região do Aritapera, em Santarém, no Pará, a Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém (ASARISAN) optou por realizar o registro de marca coletiva ao invés da Indicação Geográfica, uma ferramenta de desenvolvimento territorial cujo direito de uso não se restringe a uma associação, mas pertence a todos os produtores de uma determinada região, ou seja, se um produtor sair desse território, perde o direito de uso. No caso da marca coletiva, não há ligação com o território. Os membros da entidade coletiva podem utilizar a marca mesmo que se mudem de lugar, mas, desde que cumpram o regulamento. Outra diferença da marca coletiva com relação à indicação geográfica está na complexidade da solicitação de registro e no exame do pedido.

Feita tal discussão, vale mencionar sobre a linha histórica da ASARISAN e a marca coletiva Aíra. Dito isso, o tópico a seguir tratará de abordar tal temática, a fim de explanar e proporcionar maior entendimento.

## **2.5 ASARISAN e a marca coletiva AÍRA**

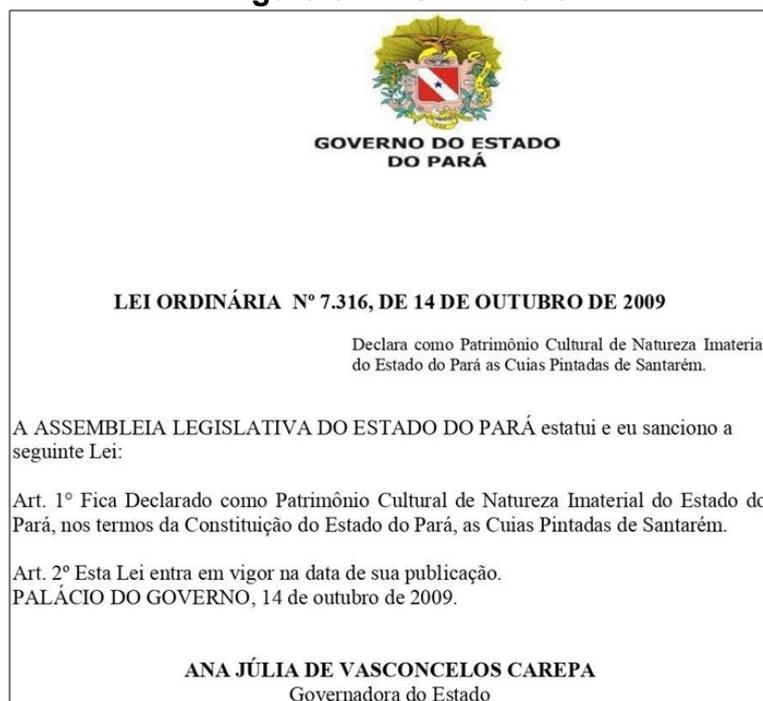
### **2.5.1 Linha histórica**

Antes de analisar as especificidades do objeto de estudo da presente pesquisa, torna-se necessário a compreensão da cronologia do processo de criação da ASARISAN e da marca coletiva das cuias do Aritapera. Os primeiros passos foram dados em 2003, com a criação da ASARISAN, fruto do trabalho de mobilização social iniciado nas comunidades de Cabeça d'Onça, Carapanatuba, Centro do Aritapera, Enseada do Aritapera e Surubim-Açu. No ano seguinte, 2004, ocorreu o início do pensar sobre a idealização da Marca AÍRA.

**Figura 3-** Logo Asarisan

Fonte: Google.

Em 2009, o Governo do Estado do Pará, através Lei Nº 7.316/2009, declara como Patrimônio Cultural de Natureza Imaterial as Cuias Pintadas de Santarém. Na figura 05 pode ser observar o documento que torna as cuias pintadas de Santarém Patrimônio Imaterial.

**Figura 04 -** Lei Nº 7.316

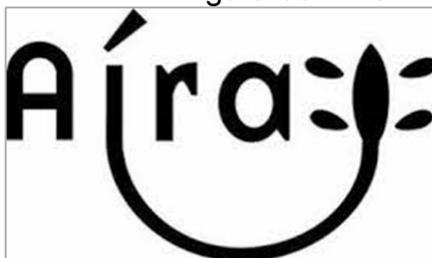
Fonte: DOE, 14/10/2009.

O ano de 2011 foi permeado de ações. Em abril, houve a realização do primeiro encontro com as artesãs, na Comunidade Centro do Aritapera, com o objetivo de dialogar com o grupo sobre a importância dos sinais distintivos, as vantagens e limitações das Marcas Registradas. Em junho, ocorreu uma Oficina voltada para a formalização do pedido de Registro da Marca Coletiva e suas

implicações práticas. Ainda nesse mesmo ano, fez-se o registro da Marca Coletiva AÍRA junto ao INPI.

A concessão da marca solicitada ocorreu três anos depois, em 2014 (figura 00). Assim, a marca Aíra foi a primeira do Marca Coletiva do Estado do Pará. Em 2015, as cuias recebem a titulação junto ao IPHAN de Patrimônio Cultural do Brasil ao Modo de fazer cuias do Baixo Amazonas.

Figura 05- Aíra



Fonte: Imagem: Reprodução / INPI. Disponível em: . Acesso em 21/0/2021.

Figura -06- Dados do INPI

29/05/2019 INPI

BRASIL Acesso à informação Participe Serviços Legislação Canais

Instituto Nacional da Propriedade Industrial  
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI [ Início | Ajuda? ]

» Consultar por: No Processo | Marca | Titular | Cód. Figura ] 1/0

Marca

Nº do Processo: **904283828**

Marca: AÍRA

Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Mista

Natureza: Coletiva



**Classe Nice**

Código	Especificação
NCL(9) 21	Flores (cachepôs, exceto de papel, para vasos de -); Flores ...

**Classificação Internacional de Viena - CFE (4)**

Código	Descrição
5.5.20	Flores estilizadas
26.1.15	Círculos ou elipses com representações de animais, partes de corpos de animais ou plantas
26.2.8	Semi-elipses com letras
27.5.1	Letras apresentando um grafismo especial
27.5.8	Letras ligadas a um elemento figurativo

**Representantes**

	Nome
Titular(1):	ASSOCIAÇÃO DAS ARTESAS RIBEIRINHAS DE SANTARÉM
Procurador:	BRUNO ALBERTO PARACAMPO MILEO

**Datas**

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência
24/11/2011	29/04/2014	29/04/2024

**Prazos**

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	30/04/2023	30/04/2024
Fim	29/04/2024	29/10/2024

**Petições**

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800140041959	26/02/2014	-	372	ASSOCIAÇÃO DAS ARTESAS RIBEIRINHAS DE SANTARÉM	-	-
✓	850120071556	16/05/2012	-	338	ASSOCIAÇÃO DAS ARTESAS RIBEIRINHAS DE SANTARÉM	-	-
✓	850110031097	24/11/2011	-	305	ASSOCIAÇÃO DAS ARTESAS RIBEIRINHAS DE SANTARÉM	-	-

**Publicações**

RPI	Data RPI	Despacho	Img	Complemento do Despacho
2260	29/04/2014	Concessão de registro	-	
2251	25/02/2014	Deferimento do pedido	-	
2171	14/08/2012	003	-	
2158	15/05/2012	011	-	PRESTE ESCLARECIMENTOS EM RELAÇÃO À APRESENTAÇÃO DA MARCA, UMA VEZ QUE FOI DECLARADA A APRESENTAÇÃO FIGURATIVA, MAS APRESENTADA UMA IMAGEM DE MARCA MISTA, REENVIANDO A IMAGEM DIGITAL CORRESPONDENTE À MARCA SOLICITADA.

Dados atualizados até 28/05/2019 - Nº da Revista: 2525

<https://gru.inpi.gov.br/pePI/servlet/MarcasServletController?Action=detail&CodPedido=2565287>

Em 2015, os Modos de Fazer Cuias do Baixo Amazonas, no Pará, receberam o título de Patrimônio Cultural Imaterial Brasileiro e foi inscrito no Livro de Registro dos Saberes. A prática artesanal de fazer cuias, desenvolvida entre comunidades indígenas da região há mais de dois séculos, é um ofício praticado atualmente por mulheres de comunidades ribeirinhas. O pedido de registro, apresentado pelo Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP/Iphan) ressaltou as técnicas e o conhecimento utilizados para confeccionar este objeto que agregou novos elementos e significados ao longo dos tempos (IPHAN, 2015).

Figura 07- Título de Patrimônio Cultural do Brasil



No ano de 2016, ocorreu a primeira oficina de elaboração do Plano de Salvaguarda do Modo de Fazer Cuias do Baixo Amazonas. A iniciativa do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional no Pará (Iphan-PA) contou com a parceria do Programa de Extensão Patrimônio Cultural na Amazônia, da Universidade Federal do Oeste do Pará (PEPCA/UFOPA), SEBRAE, Centro de Artesanato do Tapajós – Cristo Rei e Prefeitura Municipal de Santarém.

### Figura 08 – Oficina de Elaboração do Plano de Salvaguarda



A Superintendência do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional no Pará e o Programa de Extensão Patrimônio Cultural na Amazônia convidam para a **Oficina de elaboração do Plano de Salvaguarda do Modo de Fazer Cuias no Baixo Amazonas.**

**Dia 28/11**  
Auditório HA1  
UFOPA - Unidade Rondon  
17h | *Abertura*  
17h30 | *Mesa redonda: Salvaguarda do artesanato de cuias no Baixo Amazonas*

**Dia 29/11**  
UFOPA - Unidade Amazônia  
Sala 302  
08h às 17h | *Oficina Plano de Salvaguarda do Modo de Fazer Cuias no Baixo Amazonas.*  
18h | *Roda de Conversa: A Salvaguarda do Carimbó*

**Dia 30/11**  
UFOPA - Unidade Amazônia  
Sala 302  
08h às 11h | *Sistematização e aprovação do Plano de Salvaguarda do Modo de Fazer Cuias no Baixo Amazonas.*

Realização



**PEPCA**



IPHAN 80 ANOS 1937 2017

MINISTÉRIO DA CULTURA



No ano de 2018, foi realizado o Festival de Cuias da Região do Aritapera pelo Iphan e Asarisan, com apoio do Programa de Extensão Patrimônio Cultural na Amazônia, da Universidade Federal do Oeste do Pará. O Festival é uma das demandas de ações de salvaguarda do Modo de Fazer Cuias do Baixo Amazonas, a seguir o card elaborado para a divulgação do evento:

**Figura 09-** Festival de cuias da Região do Aritapera



Fonte: Google.

Em 2019, entra em vigor a Lei nº 20.586/2019 que dispõe sobre o Reconhecimento e a Valorização da Produção Artesanal do Município de Santarém. Nesse mesmo ano, a Asarisan deixa de comercializar seus produtos no Centro de Artesanato do Tapajós- Cristo Rei.

Na figura 11, pode-se observar de forma esquemática a cronologia descrita acima.

## Figura 10- Reconhecimento e a valorização da Produção artesanal

Pará , 30 de Julho de 2019 • Diário Oficial dos Municípios do Estado do Pará • ANO X | Nº 2286

ESTADO DO PARÁ  
PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTARÉM  
SECRETARIA MUNICIPAL DE GESTÃO, ORÇAMENTO E FINANÇAS - SEMGOF  
PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTARÉM - GABINETE DO PREFEITO

LEI Nº 20.586, DE 24 DE JULHO DE 2019.

DISPÕE SOBRE O RECONHECIMENTO E A VALORIZAÇÃO DA  
PRODUÇÃO ARTESANAL DO MUNICÍPIO DE SANTARÉM E DA  
OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O Prefeito Municipal de Santarém faz saber que a Câmara Municipal de Santarém aprovou e faz sancionar a seguinte Lei:

Art. 1º A produção artesanal prevê o exercício de atividade predominantemente manual, que pode contar com o auxílio de ferramentas e outros equipamentos, desde que visem a assegurar qualidade, segurança e, quando couber, observância às normas oficiais aplicáveis ao produto.

Parágrafo único. O produtor artesanal é toda pessoa física que desempenha suas atividades profissionais de forma individual, associada ou cooperativada.

Art. 2º A produção artesanal será objeto de política específica no âmbito do Município, atendidas as normas fixadas em Lei Complementar Federal e que terá como diretrizes básicas:

I - a valorização da identidade e cultura local;  
II - capacitação e a qualificação dos produtores artesanais e o estímulo ao aperfeiçoamento dos métodos e processos de produção local;  
III - a integração da atividade artesanal com outros setores e programas de desenvolvimento econômico e social;  
IV - a certificação da qualidade da produção artesanal agregando valor aos produtos e às técnicas artesanais;  
V - apoio a divulgação e comercialização dos produtos artesanais em âmbito local, nacional e internacional.

Art. 3º O Poder Executivo poderá criar a Diretoria Municipal da Produção Artesanal, vinculada à Secretaria Municipal de Turismo.

Parágrafo único. A Diretoria Municipal da Produção Artesanal é dedicada exclusivamente ao desenvolvimento de programas de formação da produção artesanal local.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, revogando as disposições em contrário da Lei nº 20.464, de julho de 2018.

Gabinete do Prefeito Municipal de Santarém, em 24 de julho de 2019.

FRANCISCO NÉLIO AGUIAR DA SILVA  
Prefeito Municipal de Santarém

Publicada no Diário Oficial dos Municípios ([www.diariomunicipal.com.br/famep](http://www.diariomunicipal.com.br/famep)) e na página oficial da Prefeitura Municipal de Santarém-PA ([www.santarem.pa.gov.br/Portal da Transparência](http://www.santarem.pa.gov.br/Portal da Transparência)).  
Publicado por: Isabel Cristina Bastos da Silva – Código Identificador:38D34FE4

Em 2021, m comemoração dos seus 18 anos de existência e do lançamento do site Cuias Aíra, a Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém (Asarisan) promoverá nos dias 11, 18 e 25 de maio o evento “Artesanato tradicional, patrimônio imaterial e propriedade intelectual”. Serão três sessões de diálogos sobre experiências de artesãs e pesquisadores de diferentes áreas de conhecimento com a finalidade de valorizar o artesanato tradicional e difundir métodos e instrumentos para a proteção do patrimônio cultural imaterial e da propriedade intelectual associados a esse artesanato. Evento com a parceria do Núcleo de Estudos

Interdisciplinares em Sociedades Amazônicas, Cultura e Ambiente (Sacaca) e da Diretoria de Cultura da Pró-Reitoria da Cultura, Comunidade e Extensão (Procce) da Universidade Federal do Oeste do Pará (Ufopa).

Figura 11- Lives

**Artesanato Tradicional,  
Patrimônio Imaterial e  
Propriedade Intelectual**

**LIVES no Youtube**  
**Dias 11, 18 e 25 de maio de 2021**  
**Às 18h**

Associação dos Artistas Plásticos de Santarém - Associação Santarém - PA  
SACABA  
Cultura UFOPA  
PROCCE

Projeto selecionado pelo Edital Patrimônio Imaterial - Lei Aldir Blanc

FIDESAV  
PARA  
BRASIL

**LIVE**  
**Artesanato tradicional e  
patrimônio imaterial**

**Expositoras**  
Luciana Carvalho (Sacaca/Ufopa, Santarém/PA)  
Marina Zacchi (Grécios UFS/CNPq, Aracaju/SE)  
Thaís Brito (Cecult-UFRB, Santo Amaro/BA)  
**Mediadora: Thaís Helena Medeiros**  
(Ouriço Amazônia e Casa Urú Alter hospedaria & alimentação,  
Santarém/PA)

**Youtube**  
**Dia 11 de maio de 2021, às 18h**

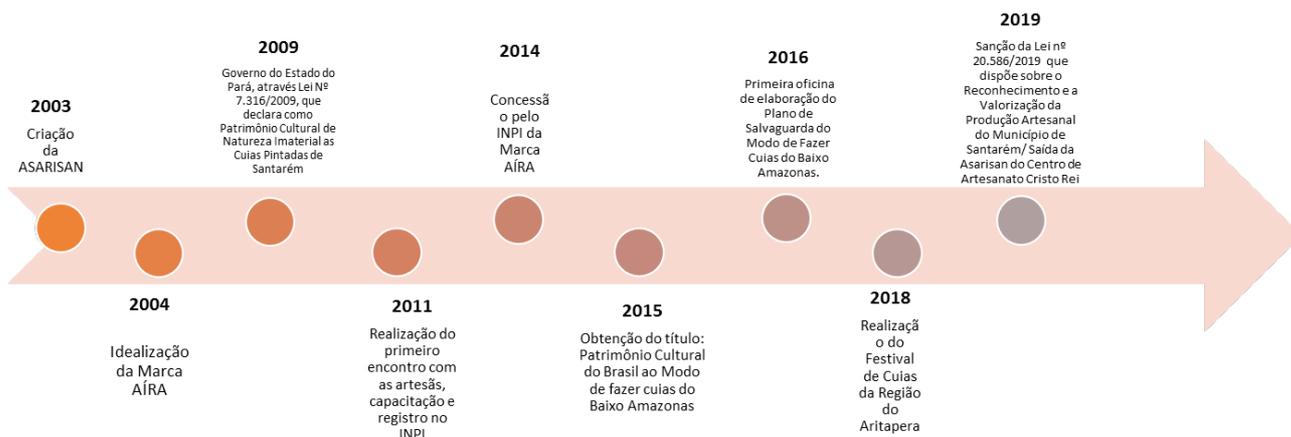
Associação dos Artistas Plásticos de Santarém - Associação Santarém - PA  
SACABA  
Cultura UFOPA  
PROCCE

Projeto selecionado pelo Edital Patrimônio Imaterial - Lei Aldir Blanc

FIDESAV  
PARA  
BRASIL



**Figura 12-** Linha do tempo do processo da Associação e da Marca Aíra



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Ressalta-se que a Marca Coletiva AÍRA, em 2024, completará 10 anos. Assim, seu registro tem que ser renovado junto ao INPI ou a mesma deixará de vigorar.

Ademais, será destacado a seguir o percurso da Aíra em Santarém, mencionando sobre a prática das artesãs e sua importância.

## 2.6 AÍRA: As cuias de Santarém

O trabalho artesanal das cuias em Aritapera sempre foi desenvolvido por mulheres ribeirinhas. Senhoras idosas assim o atestam, pois desde a idade infantil já conheciam tal atividade. Todas as pessoas na faixa etária de 60 a 80 anos de idade são unânimes em afirmar que o uso das cuias é antigo em Santarém. O artesanato de cuias, em Aritapera é praticado em quase todas as casas e é um trabalho exclusivamente feminino (SANTOS, 1982, p. 30).

A importância da prática realizada pelas artesãs dessa região contribuiu para a formação da identidade destes grupos. Na produção das cuias na região do Aritapera, as artesãs são encarregadas da fabricação e ornamentação (CUNHA, 2012) (figuras 14 e 15).

**Figura 13-** Artesã rascunhando a cuia

Fonte: Acervo pessoal, 2020.

**Figura 14-** Cuia pronta (rascunhada)

A preparação das cuias e sua elaboração estética demandam um cuidadoso trabalho por parte das artesãs, que dispõem de suas habilidosas mãos para compor as peças. Para as populações ribeirinhas locais, as cuias fazem parte do universo cotidiano da comunidade, auxiliando nas atividades em geral como pegar água do rio, tomar banho, cozinhar, consumir líquidos e outros alimentos, tirar água da canoa, decorar as paredes das casas, vasos de plantas, e outros, de acordo com estudos elaborados pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).

Fonte: Acervo pessoal, 2020.

A forma que é produzida uma cuia do Baixo Amazonas, se distingue das outras regiões por ser uma confecção especial, usando técnicas tradicionais e saberes indígenas, desde a escolha dos melhores frutos, passando pelo processo da retirada do miolo, divisão do fruto em duas partes, assim dando a forma da cuia como é conhecida. O aspecto conhecido das cuias é obtido após serem expostas ao sol (CUNHA, 2015).

A partir fundação da Asarisan em 2003, deu-se nova direção à comercialização das cuias, com o auxílio do Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP), do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), que na região desenvolveu e apoiou projetos nos quais as mulheres artesãs tiveram oportunidade de difundir seu trabalho em novos pontos de exposição e comercialização, e, dessa forma, obter uma renda melhor, tanto pelo aumento do preço de venda do produto, quanto pelo aumento da quantidade vendida. “As cuias

passaram a ser vendidas por pelo menos três reais a unidade (da peça pequena), chegando a até mais de 30 reais (nas peças maiores e mais trabalhadas)” (CARVALHO 2011, p. 38).

Segundo Dona Lélia Maduro, atual presidente da ASARISAN, as ribeirinhas artesãs produzem peças para o mercado regional e suas peças seguem também, principalmente para as regiões sul, sudeste e já receberam encomendas da Inglaterra, França e outros países. Através da ASARISAN, as cuias do Aritapera estão quebrando fronteiras, levando esse símbolo da cultura paraense para outros espaços, valorizando uma arte secular da Amazônia que é tão presente no cotidiano desse povo que começa a sair do anonimato através do artesanato (SANTOS, 2020). Porém, sofrem com produtos de baixa qualidade que estão entrando no mercado, peças produzidas por artesãos que não fazem parte da ASARISAN, os quais não seguem os padrões para confecções das mesmas, estando preocupados apenas com o volume de venda, do que com a qualidade e a valorização cultural do produto.

Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular anteriormente era ligado à Fundação Nacional das Artes, mas passou a integrar à estrutura do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAM), vinculado ao departamento de patrimônio imaterial, e após as comunidades se organizarem, ocorreu a primeira reunião voltada para os assuntos relacionados a produção desse artesanato, depois o Projeto Artesanato Solidário foi um projeto executado pelo Centro (SOUSA, 2018).

Após reunião para o esclarecimento sobre o projeto com as mulheres da produção de cuias da Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém tem seu registro efetivado em 2003, entidade representativa que passaria a requerer e a administrar os seus próprios interesses e que teve o seu início com a participação de 33 mulheres. A Aritapera se tornou um lugar onde apresentou as artesãs de cuias pretas tingidas com pigmentos naturais e decoradas com traços incisivos daquela região (CARVALHO 2011).

Segundo Mafra (2015), no desenvolvimento das ações voltadas à produção das cuias, as artesãs da região do Aritapera se reúnem com frequência para a definição das práticas instrumentais relacionadas a produção das cuias. Entre as diferentes iniciativas de apoio fornecido às artesãs, foi realizada a impressão de uma apostila com um levantamento documental dos padrões

ornamentais das cuias, a partir de pesquisas em museus brasileiros e na própria comunidade. Assim, foi possível fornecer subsídios para reconhecer a existência de muitas representações simbólicas e imaginárias, até certo ponto, esquecidas no tempo:

Esse trabalho serviu, primeiramente, ao objetivo de incentivar a prática de decoração das cuias a partir da reconstituição da memória e da difusão de um rico repertório iconográfico que, à época da implantação do projeto Cuias de Santarém, esvaía-se num contexto de desvalorização da ornamentação com incisos, num mercado que privilegiava cuias lisas ou parcamente decoradas, às quais correspondiam baixos preços de venda (CARVALHO, 2011, p.14).

No início a associação contava com a participação de 33 mulheres. A partir disso, Aritapera, que muitas vezes se confunde como um só lugar passou a apresentar as artesãs de cuias pretas tingidas com pigmentos naturais e decoradas com traços incisos (CARVALHO, 2011).

Com isso, veio o reconhecimento do Estado do Pará, o qual possui uma grande produção artesanal destacando-se por sua diversidade e criatividade, porém boa parte dessa produção perde seu valor diferencial em função de intermediários e canais de distribuição com informações insuficientes sobre a origem dos produtos. Outra parte mantém seu valor diferencial, mas em geral não é revestido para a comunidade de origem. Entretanto, é importante salientar a importância que essas produções vêm ganhando.

As cuias pintadas de Santarém, conforme já apresentado se tornou, no ano de 2009, Patrimônio Cultural de Natureza Imaterial do Estado do Pará por meio da Lei Estadual n. 7.316/2009 (Anexo B), tornando-se ícone da identidade paraense, sendo encontrada tanto em mercados quanto em lojas de souvenirs (MORIM, 2014). A partir do registro, das cuias, como patrimônio imaterial, compreende-se que se dá maior destaque a identidade da própria cidade de Santarém, uma vez que, ao se falar em cuias pretas bordadas ou rascunhadas, logo se associa à cidade de Santarém e à comunidade do Aritapera.

Contudo, viu-se até aqui o referencial teórico que subsidia o trabalho, o tópico a seguir irá destacar sobre os procedimentos de pesquisa que foram adotados para que a mesma pudesse ser elaborada.

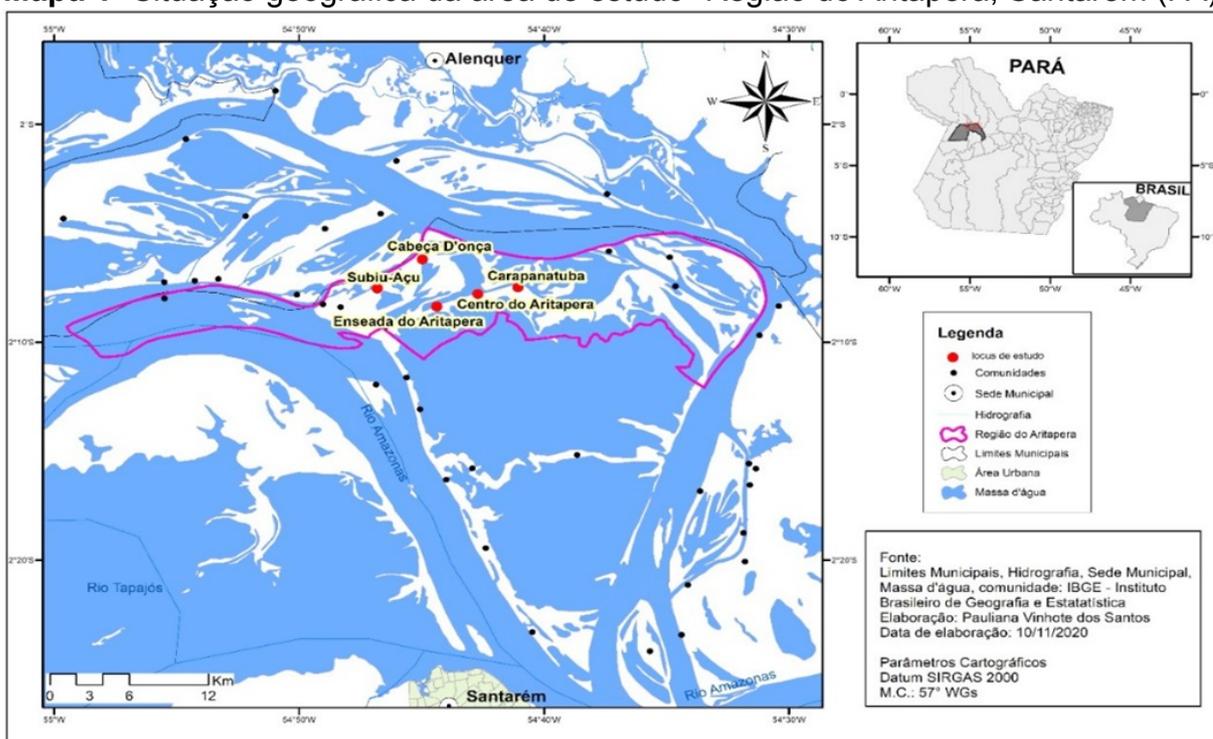


### 3 MATERIAIS E MÉTODOS

#### 3.1 Lócus da pesquisa

O *lócus* dessa pesquisa corresponde à região denominada Aritapera. Esta pertencente ao Município de Santarém e abrange as comunidades: Centro do Aritapera, Enseada do Aritapera, Carapanatuba, Surubim-Açu e Cabeça d'Onça, interligadas geográfica, cultural e economicamente (CARVALHO, 2007). Todas situadas na várzea, às margens do Rio Amazonas, compostas por igarapés, lagos, rios, apresentando alterações climáticas marcadas por cheias em períodos chuvosos (SOUSA, 2018) (Mapa 01).

**Mapa 1-** Situação geográfica da área de estudo- Região do Aritapera, Santarém (PA)



**Fonte:** Elaborado pelo autor a partir de Pauliana Vinhote dos Santos, 2020.

Os moradores ocupam-se ainda de pequenas criações de gado, galinhas e patos, muitas vezes sustentadas em currais e poleiros suspensos para escapar das cheias, e do trabalho na roça de mandioca e nas casas de forno, onde preparam a farinha que vendem na cidade. Dentre os muitos ofícios artesanais existentes na região, a produção de cuias artesanais é uma prática tradicional das

mulheres, de maneira mais latente no período das cheias dos rios (MADURO, 2013).

Contudo, a seguir será feita menção aos procedimentos metodológicos de coleta para que os dados fossem adquiridos, bem como o método usado para que fosse desenvolvida a análise dos dados.

### **3.2 Procedimentos metodológicos de coleta e análise dos dados**

Ao que tange a natureza dos dados coletados e a metodologia utilizada, a referida pesquisa possui caráter qualitativo e quantitativo, haja vista que mesmo que essa pesquisa detenha um caráter qualitativo não há como descartar seu viés quantitativo, pois os resultados são apresentados em forma de tabelas e gráficos. Acerca disso, Minayo (2010) destaca a combinação do método qualitativo com o quantitativo, poderá conduzir a resultados importantes sobre a realidade social, não havendo sentido de atribuir prioridade de um sobre o outro.

Se trata de uma pesquisa caracterizada metodologicamente como exploratória ao que tange seus objetivos, e histórico-bibliográfica ao que se refere o desenvolvimento de coleta e análise de dados. Menciona-se como exploratória essencialmente em sua fase inicial, esse tipo de pesquisa é definida como uma pesquisa usada para investigar um problema que não está claramente definido. É conduzido para ter uma melhor compreensão do problema existente, mas não fornecerá resultados conclusivos.

Nessa premissa, nesta pesquisa escolheu-se pela junção desses dois métodos, nas pesquisas científicas contemporâneas, as abordagens qualitativas e quantitativas tornaram-se duas modalidades de pesquisa muito interligadas, visando apreender e compreender a realidade social. Como métodos de coletas de dados foi utilizado um instrumento, o questionário, a aplicação de questionários se destinou a artesãs que trabalham com a fabricação do produto cuia e ao público em geral, este último ficou disponível na rede social por meio do link do *Google Forms* e todos que se interessassem poderiam respondê-lo. Comenta-se que o questionário foi composto por questões subjetivas e objetivas, as respostas foram expressas em tabelas e gráficos produzidos no programa Microsoft Excel.

Cabe mencionar que para a aplicação dos questionários, foram adotados procedimentos relativos ao esclarecimento dos objetivos da pesquisa e pedido de

consentimento para utilização dos dados dos participantes da pesquisa. Para a realização das entrevistas, foi elaborado um termo de consentimento livre e esclarecido para que os participantes da pesquisa assinassem antes de participarem da entrevista, afim de que tivessem conhecimento do escopo do trabalho e da preservação de suas identidades.

A execução do presente trabalho deu-se início com o levantamento bibliográfico , acerca da propriedade intelectual no Brasil e no mundo, além de outros assuntos e temas de interesse para a pesquisa. Nesse sentido, nos referenciamos em algumas publicações que se voltam especificamente à comunidade do Aritapera e a produção do artesanato com cuias, entre as quais: Terra, água, mulheres & cuias, da autora Luciana Carvalho (2013), Nova Cartografia Social da Amazônia: Arte na Cuia. Experiência tradicional de saber fazer, realizada pela ASARISAN (2013), além da leitura de diversos trabalhos acadêmicos (artigos, monografias, teses, dissertações, principalmente), revistas e publicações em geral.

Como atividade complementar a esta, realizou-se também pesquisa documental e quantitativa nos sites das seguintes instituições. Os sites usados foram os seguintes: INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial), UFOPA (Universidade Federal do Oeste do Pará), Iphan (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), Prefeitura de Santarém e o Governo do Estado do Pará.

Nos dias 12 e 13/12/2019, realizou-se uma visita de campo em nível de reconhecimento na Região do Aritapera. Na ocasião, visitou-se a Comunidade Centro do Aritapera, onde está localizada a sede da ASARISAN. A hospedagem ocorreu na Comunidade de Carapanatuba, onde reside a atual Presidente da Associação, a Senhora Lélia Maduro. No período da visita, ocorreu a Festividade de Santa Luzia na comunidade de Carapanatuba.

O objetivo de estar na localidade em um momento significativo para a comunidade foi alcançado, pois é durante este evento que a comunidade apresenta sua produção para comercialização. Este encontro também foi fundamental para que se pudesse estabelecer proximidade com a atual presidente da associação citada acima.

Em continuidade ao campo, no dia 18 de janeiro de 2020, na cidade de Santarém, realizou-se visita técnica ao Centro de Artesanato do Tapajós Cristo Rei, objetivando conhecer o *stand* da Comunidade do Aritapera e os produtos artesanais comercializados, onde pude conversar com a senhora Vanessa Sousa, responsável

pela comercialização dos produtos. Ela mostrou vários produtos confeccionados a partir da cuia, tais como tigelas, fruteiras, copos, ~~taças~~ entre outros.

No dia seguinte, 19/01/2020, a ~~visita~~ ocorreu no Terminal Fluvial Turístico de Santarém, onde também há a venda de artesanatos locais. Tal visita, teve por objetivo observar o interesse e a demanda dos turistas pelas cuias e verificar o preço dos produtos naquele lugar. Cumpre ressaltar que as barracas funcionam em sistema de rodízio, e na ocasião da visita, não havia *stand* com produtos da região do Aritapera.

Ainda na cidade de Santarém, no dia 25 de janeiro de 2020, realizou-se visita ao Mercado 2000, com objetivo de entrevistar os proprietários sobre preços, logística, demandas dos turistas nacionais e estrangeiros pelas cuias, mas infelizmente, na ocasião da visita, o proprietário estava viajando para outro município.

No período de 07 a 08 de fevereiro de 2020, realizou-se uma segunda ida à região do Aritapera, dessa vez com reunião marcada na sede da ASARISAN, Comunidade de Carapanatuba, e com as artesãs das comunidades próximas, no caso Centro do Aritapera e Enseada do Aritapera. Neste momento ainda foi possível aplicar questionários e entrevistar 04 artesãs que residiam na Comunidade de Carapanatuba.

A ASARISAN é formada por 15 (quinze) artesãs, dessas 08 (oito) foram entrevistadas. A coleta dos dados a princípio se iniciou a partir de informações relacionadas a produção das cuias, analisando a quantidade de cuias produzidas, os principais mercados consumidores, que são atrativos para a economia local e valores voltados a rendas mensais.

Em prosseguimento ao desenvolvimento do trabalho, mesmo em um contexto de pandemia, realizou-se, remotamente, a aplicação de um questionário pela Plataforma Google *Forms* ao público em geral, disponível no período de 01 de maio de 2020 a 30 de junho de 2020, visando identificar se esse público conhecia a marca coletiva, bem como o trabalho das artesãs no âmbito da Asarisan. O público-alvo foi contactado através das redes sociais e e-mail. No total, foram respondidos 65 questionários.

Com os dados obtidos *in lócus* e do questionário eletrônico, procedeu-se a análise e sistematização dos mesmos, cujos resultados são apresentados no tópico seguinte. Quanto a análise e a interpretação dos questionários, destaca-se que os

quantitativos foram tratados e gerados gráficos e tabelas com o auxílio do software Microsoft Office Excel.

Com os dados obtidos do questionário, procedeu-se a análise e sistematização destes, cujos resultados são apresentados no tópico seguinte, responsável por abordar as percepções acerca do impacto da marca Aíra no desenvolvimento local e o impacto de uma marca coletiva no desenvolvimento local, tendo como foco um esforço de mensuração.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1 Percepções acerca do impacto da marca Aíra no desenvolvimento local

A partir da concessão da AÍRA, por meio da injeção da qualidade do trabalho artesanal, observou-se que este aspecto possibilitou maior visibilidade à população local e aos visitantes. Desta maneira, compreende-se que a marca introduzida em conjunto com o trabalho da comunidade se mostra importante para ascensão do desenvolvimento local.

Outro aspecto importante a ser mencionado é a participação das mulheres da comunidade, mostrando que ocorre uma relação social estabelecida no momento de produção das cuias, especialmente, no que se refere as instruções e comandos de estratégias realizadas pelas artesãs mais experiente (MAFRA et al., 2016).

Para Miléo (2021), hoje a associação não tem aumentado o número de associados e a marca coletiva não parece ser tão conhecida. Isto é, a marca existiu, o registro da Marca teve todo um simbolismo, deu visibilidade para a associação, para a comunidade, mas isso não se reverteu em benefícios para a associação, associadas e para o artesanato. Por isso, compreende-se que pra avaliar os impactos, precisa-se também de políticas pública só o registro não basta. Ainda segundo Mileo (2021), apesar do registro de Marca Coletiva ser acessível, ainda faltam apoio institucional e pacote de serviços para o que vem depois do registro

Destaque-se também, que a representação das mulheres na associação é relevante, sobretudo, por que se observou que há uma valorização na comunidade, proporcionando para as artesãs uma satisfação pessoal. Partindo dessa premissa, estar presentes neste espaço, promove também o empoderamento das mulheres daquela associação, que se sentem pertencentes a uma instituição, que a valoriza e se orgulha do trabalho desenvolvido por elas.

A valorização do saber fazer, gerou o aumento da renda familiar a partir do artesanato itinerário na região. Ao agregar o desenvolvimento local através de uma consolidação de marca e artesanato, demonstrou percepções diferentes, surgindo impactos motivadores com os valores apresentados.

A marca coletiva Aíra impulsionou valores explícitos e implicações para região do estado do Pará. Como a primeira marca coletiva, sinaliza seu uso como instrumento de desenvolvimento local e social. Contudo, a partir da pesquisa

realizada na comunidade, constatou-se que a maioria das entrevistadas desconhecem o termo indicação geográfica. A falta de informação sobre o tema a importância da construção da evolução do empreendedorismo dentro da comunidade, assim, valorizando a importância do trabalho das artesãs em meio ao território local, regional e nacional.

A indicação geográfica pode ser um instrumento importante para as mudanças necessárias, valorização e divulgação do trabalho das artesãs da região do Aritaperá. Segundo Caldas (2007), as indicações geográficas garantem um conjunto de reconhecimentos voltados à competitividade existente entre as regiões, dando responsabilidades quanto a qualidade do produto oferecido, estimulando assim, um público consumidor afim de apoiar produtos de indicações geográficas e nos seus respectivos recursos locais.

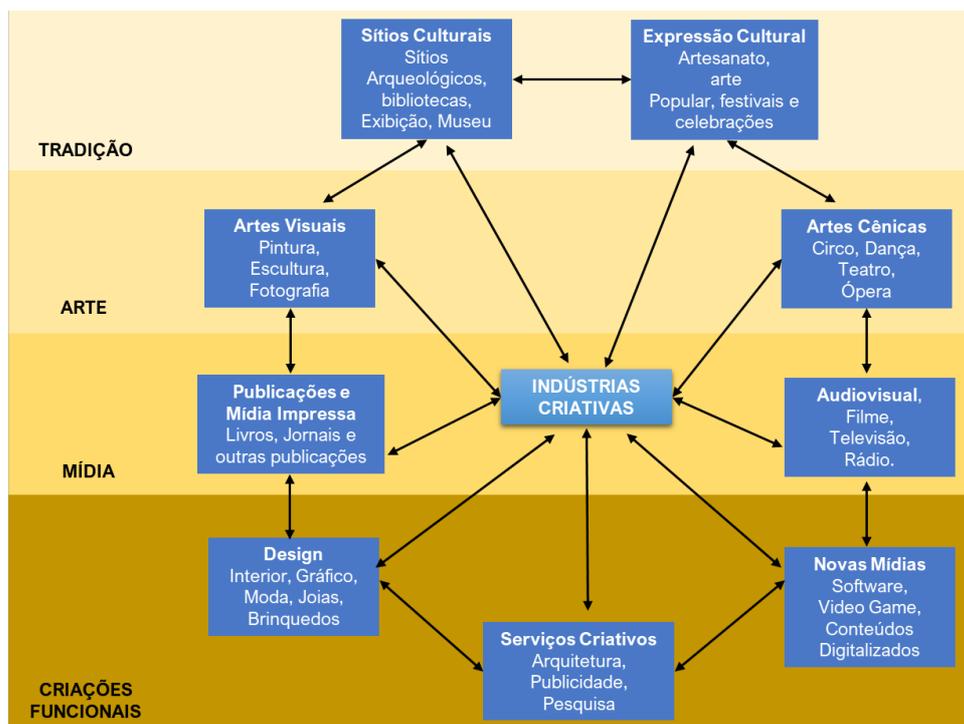
O trabalho realizado pelas artesãs dessa região é caracterizado pelos elementos físico, ligando valores, crenças e um imaginário coletivo e social, o qual permite a produção desses artefatos, que são chamados de cuias. As pesquisas mostram que as confecções das cuias apresentam um significado para a população local, mostrando suas raízes e a importância após a criação da associação para a mulheres ribeirinhas, e em conjunto, o reconhecimento das cuias como Patrimônio Cultural de Natureza Imaterial do estado do Pará, abriu as portas para um maior alcance econômico e cultural, estimulando as comunidades locais.

Dessa forma, as perspectivas futuras são visualizadas através da análise dos questionários de entrevistas aberto com as artesãs, mostram que a tradição é algo fundamental e valorizado entre as comunidades, não tendo impacto em questões ambientais, as atividades produtivas são sustentáveis, valorizando o produto tradicional. A formulação e implantação de ações para o fortalecimento dessas produções artesanais tradicionais é adotar formas de apoio voltadas para as políticas públicas locais, que acabam por não mostrarem interesses, assim como fornecer incentivos para fomentar essa atividade, conseqüentemente, gerando uma desvalorização cultural, econômica e social para o desenvolvimento na produção e comercialização das cuias. Seria salutar uma iniciativa local no campo da economia criativa no qual se insere as ações das artesãs.

Uma Política Local de Economia Criativa pode contribuir para a reorganização de setores de produção de bens e de prestação de serviços. Como um novo campo de conhecimento, ainda que careça de precisão conceitual e de ferramentas

apropriadas de análise. a UNCTAD (2010), órgão das Nações Unidas apresenta setores que participam da economia criativa conforme pode se observar na figura abaixo:

**Figura 15 - Setores que integram a Economia Criativa**



Fonte: SEBRAE, 2012, p. 8; UNCTAD (2010, p. 07), adaptado pelo Autor.

A atividade das mulheres artesãs, não só dentro do contexto familiar e comunitário, mas também do ponto de vista social e econômico voltados para a região das comunidades ribeirinhas analisadas, mostraram elementos e tradições do artesanato local, e isso ganharia outra dimensão dentro de uma política local de Economia Criativa.

A pesquisa identifica que as cuias estão presentes no dia-a-dia de muitas comunidades ribeirinhas e indígenas. Elas são os pratos e copos que também reservam em suas casas uma cuia destinada a situações especiais, como no caso de uma visita. É provável que a confecção das cuias tingidas seja uma das tradições artesanais mais antigas presentes no baixo curso do rio Amazonas. Tanto as cuias como outros utensílios domésticos são produzidos com os frutos da cueira, uma árvore muito presente no Baixo Amazonas.

Atualmente, existem grupos que são capazes de elaborar a produção de cuias sem uma capacitação devida, sendo que o maior interesse está na comercialização desses produtos e conseguir os acessos, devido as dificuldades enfrentadas pelas comunidades em relação a logística. A comunidade de Aritapera, tem o apoio da Artesol, uma organização sem fins lucrativos que atua na valorização e promoção do artesanato tradicional das regiões. A Artesol e o Ministério do Turismo, criaram um projeto junto com a Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém (ASARISAN), aprimorando a produção e comercialização das cuias, valorizando o trabalho local das artesãs.

A questão do coletivo das artesãs ribeirinhas de Santarém mostrou pontos positivos, levando a organização das mulheres produtoras na confecção das cuias saírem do anonimato, conseguindo assim, recursos e despertando o interesse de parceiros para evolução da atividade.

Nesse sentido, entender como se desenvolvem os processos não formais de aprendizagem ajuda a compreender a produção/transmissão dos saberes de comunidades de prática, como a das artesãs de cuias de Aritapera, possibilitando a construção de conexões com aspectos matemáticos e de aprendizagem em ambientes escolares, nos quais estes saberes não formais são produzidos, projetados em uma perspectiva econômica e social das comunidades na região do Aritapera.

Ao longo do tempo, fatores sociais, ambientais, a dinâmica cultural dos encontros, assim como a globalização da economia mundial, exerce influência nas práticas consideradas tradicionais, e isso é parte do processo uma vez que a ação humana é dinâmica circunstanciada pelo seu momento histórico.

#### **4.2 O impacto de uma marca coletiva no desenvolvimento local: um esforço de mensuração**

Como um esforço de avaliar o grau de contribuição da obtenção de uma marca coletiva no processo de desenvolvimento local, propõe-se como alternativa a construção de um sistema de indicadores.

Para tanto, parte-se do princípio de que o sistema possa auxiliar a tomada de decisões tanto por parte de comunidades tradicionais quanto por agentes públicos na busca de uma marca coletiva, visando não somente agregar valor ao produto,

como também à proteção da propriedade intelectual, por apresentar um conjunto de indicadores que demonstrem os pontos fortes e pontos fracos em cada dimensão avaliada. E além disso, proporcionar uma visão sistêmica do estado atual da arte do local de produção, após a obtenção da marca em uma perspectiva da mesma atuar como um instrumento com potencial de transformação.

Bahia (2021), aponta diversas acepções acerca de indicadores, todas guardando certa similaridade conceitual. Citando Ferreira, Cassiolato e Gonzales (2009), exemplifica que o indicador é uma forma, de ordem quantitativa ou qualitativa, isto é, “dotada de significado particular e utilizada para organizar e captar as informações relevantes dos elementos que compõem o objeto da observação. É um recurso metodológico que informa empiricamente sobre a evolução do aspecto observado” (BAHIA, 2021, p. 43).

O quadro abaixo apresenta as variáveis a serem consideradas no sistema de indicadores.

Quadro 02: Quadro de Indicadores

<b>PERSPECTIVA</b>	<b>INDICADORES</b>
<b>SOCIOECONÔMICA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• valor agregado</li> <li>• aumento da renda das artesãs</li> <li>• mercado consumidor</li> </ul>
<b>INOVAÇÃO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• no processo</li> <li>• no produto</li> </ul>
<b>SIGNO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distinção do produto em relação aos outros</li> <li>• Reconhecimento regional e nacional</li> <li>• Fortalecimento da Identidade da Marca</li> </ul>
<b>COOPERATIVISMO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• capacitação das artesãs</li> <li>• melhorias nas condições de comercialização</li> <li>• eventos e promoção da marca</li> <li>• fortalecimento das relações sociais e culturais</li> </ul>
<b>PODER PÚBLICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Linhas de Crédito e financiamento</li> <li>• Espaço para comercialização do produto</li> <li>• Apoio técnico e logístico</li> </ul>

Fonte: Autor, 2020.

Tendo como base o quadro apresentado e as respostas obtidas por meio dos questionários aplicados, apresenta-se o resultado qualitativo de cada indicador.

#### 4.2.1 Dimensão Socioeconômica

##### a) Valor agregado

Quando se fala em produção e comercialização das cuias há tempos Santarém tem se destacado, pois relatos antigos apontam que as comunidades da região do Aritapera localizadas às margens do rio Amazonas, tem seu artesanato de cuia reconhecido no Brasil e exterior desde o final do século XVII. Para que tal destaque continuasse acontecendo, as artesãs precisaram acompanhar a evolução do empreendedorismo e, assim, agregar valores aos seus produtos e por consequência, ampliar as suas vendas.

Com o passar dos anos, as artesãs buscaram em diferentes espaços o reconhecimento público do valor econômico e patrimonial dos seus saberes e fazeres, pois, entende-se que há questões que abrangem o artesanato tradicional, mercado e mudança, o que colaborou para o crescimento na produção de cuias de forma quantitativa e qualitativa. De acordo com as artesãs entrevistadas, antes da obtenção da marca AÍRA as confecções das cuias eram realizadas de modo tradicional para uso como recipiente para servir o tacacá, iguaria típica da culinária paraense.

Segundo a senhora Lélia Maduro, presidente da Asarisan, a cadeia produtiva do artesanato das cuias, demanda que as mulheres se distribuam em núcleos, para que sejam cumpridas todas as etapas da produção, como: coletar os frutos maduros, modelagem das peças, limpeza e secagem, tingimento, grafismo ou rascunhos. Então, com os avanços no processo de produção e comercialização do artesanato das cuias trabalhando intensamente, não tardou que o reconhecimento regional e nacional acontecesse.

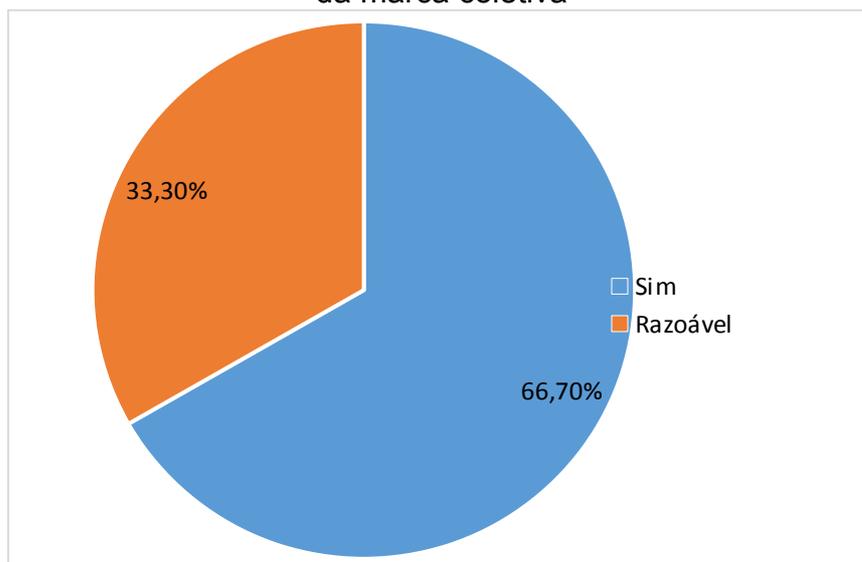
De acordo com Lélia Maduro então presidente da ASARISAN, atualmente a quantidade de cuias produzidas é de 50 unidades por semana e 200 por mês.

Segundo Carvalho (2007), a integração facilitada pela associação foi importante para que produzissem mais e melhor, obtendo, assim, maiores ganhos com as vendas de cuias. Ainda conforme a autora, o preço médio das peças aumentou em pelo menos 12 vezes, além de que, isso proporcionou que as sócias da Asarisan pudessem se mobilizar para garantir a sustentabilidade.

##### b) Aumento da renda das artesãs

Com o estabelecimento da cadeia produtiva e, conseqüentemente, aumento da produção das cuias, houve o aumento da renda das artesãs, conforme pode-se observar no gráfico abaixo (Gráfico 01), que apresenta o percentual de respostas das artesãs quanto a essa questão.

**Gráfico 1-** Percepção das artesãs quanto ao aumento de sua renda após a obtenção da marca coletiva



Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

Conforme os dados do gráfico, a maior parte das artesãs entrevistadas, afirmam que após a obtenção da marca Aíra houve o aumento de suas rendas, não havendo nenhuma resposta negativa quanto a isso. De acordo com a senhora Lélia Maduro, então presidente da ASARISAN, o valor mensal da produção em reais chega a ser em média R\$ 300,00 por artesã.

A quantificação desse aumento de forma mais precisa necessitaria do registro histórico do valor inicial da renda das artesãs, pelo menos 01 anos após a obtenção da marca, para se ter o percentual de aumento real nos anos subsequentes.

#### c) Mercado Consumidor

É fato que o Estado do Pará possui uma grande produção artesanal, destacando-se por sua diversidade e criatividade, porém boa parte dessa produção perde seu valor diferencial em função de intermediários e canais de distribuição com informações insuficientes sobre a origem dos produtos. Outra parte mantém seu valor

diferencial, mas em geral não é revestido para a comunidade de origem. Entretanto, é importante salientar a importância que essas produções vêm ganhando.

Esses artefatos estão quebrando fronteiras, levando esse símbolo da cultura paraense para outros espaços, valorizando uma arte secular da Amazônia que é tão presente no cotidiano desse povo, que começa a sair do anonimato através do artesanato. Segundo a ASARISAN, o Estado de São Paulo é o principal mercado consumidor deste artesanato, além do próprio Pará.

#### 4.2.2 Dimensão inovação

Nesta dimensão o objetivo é verificar se foram implementadas melhorias, que refletiram enquanto inovação nas etapas de confecção das cuias, bem como no produto.

##### a) Processo

No que tange a inovação no processo de produção de cuias, pode-se afirmar que os primeiros passos foram dados com a realização do Projeto Cuias de Santarém nos anos de 2002 a 2003, ao estimular o processo de aprimoramento das técnicas utilizadas na produção deste artesanato. E com isso, a renovação e ampliação do repertório iconográfico da produção das cuias, conforme relata Carvalho (2007, p.73).

Assim, no bojo das mudanças fomentadas pelo projeto Cuias de Santarém, ressalta-se a renovação e a ampliação do repertório iconográfico desse artesanato. As artesãs do Aritaperá não só voltaram a ornamentar cuias com padrões já conhecidos da prática ou de memória, como também começaram a criar e experimentar novos padrões, inspirados em outras referências culturais, como grafismos da cerâmica tapajônica e a representação de elementos da fauna local.

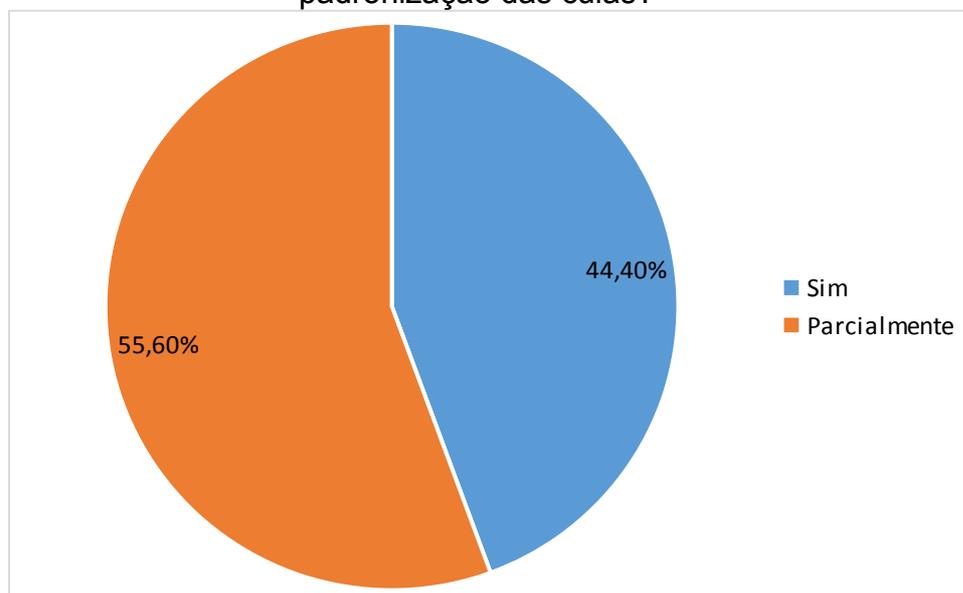
Segundo Sousa (2018, p. 48), “a organização da associação de artesãs também marcou a distinção entre as sócias e as demais produtoras de cuias nas localidades em que residem, frisando a diferença entre “cuidar em cuia” e “ser artesã”, ainda que essa identidade seja manipulada e/ou omitida em situações em que é preciso defender outros interesses”. Outro ponto importante, é que a partir do registro, as cuias, como patrimônio imaterial, dão ainda mais destaque para a

identidade da própria cidade de Santarém, uma vez que, ao se falar em cuias pretas bordadas ou rascunhadas, logo se associa à cidade de Santarém e à Aritapera.

Outro aspecto também mudou neste processo, quem trabalhava com as cuias, que ficava à mercê do marreteiro, hoje já tem este contato direto e não fica dependendo destes atravessadores e também passaram a a fazer peças, não somente a cuia para o tacacá, passaram a diversificar as peças, aprenderam que podiam agregar um valor a cada produto.

Foi a partir destas experiências vivenciadas pelas mulheres ribeirinhas que se deu origem à ASARISAN, como já afirmado aqui no presente trabalho. Contudo, 56% das artesãs entrevistadas afirma haver repasse parcial, por parte da Asarisan, do processo de padronização das cuias, o que pode ser consequência de o fato da associação atuar em outra frente de trabalho com foco no manejo sustentável dos recursos naturais da várzea, mas em específico da cuieira, o que colabora na conscientização da valorização, gestão e preservação deste patrimônio ambiental.

**Gráfico 02-** A ASARISAN continua seguindo e repassando os processos de padronização das cuias?



**Fonte:** Elaborado pelo autor (2021).

## b) Produto

Os saberes relacionados à produção e utilização de cuias fazem parte das complexas dinâmicas de colonização e ocupação do espaço amazônico, e estão

relacionados ao aproveitamento de recursos naturais disponíveis nessa região. As cuias pintadas, diferente das produzidas com incisões, foram introduzidas no repertório estético das artesãs no século XX, padrão incorporado em grande parte da ornamentação considerada tradicional (IPHAN, 2015).

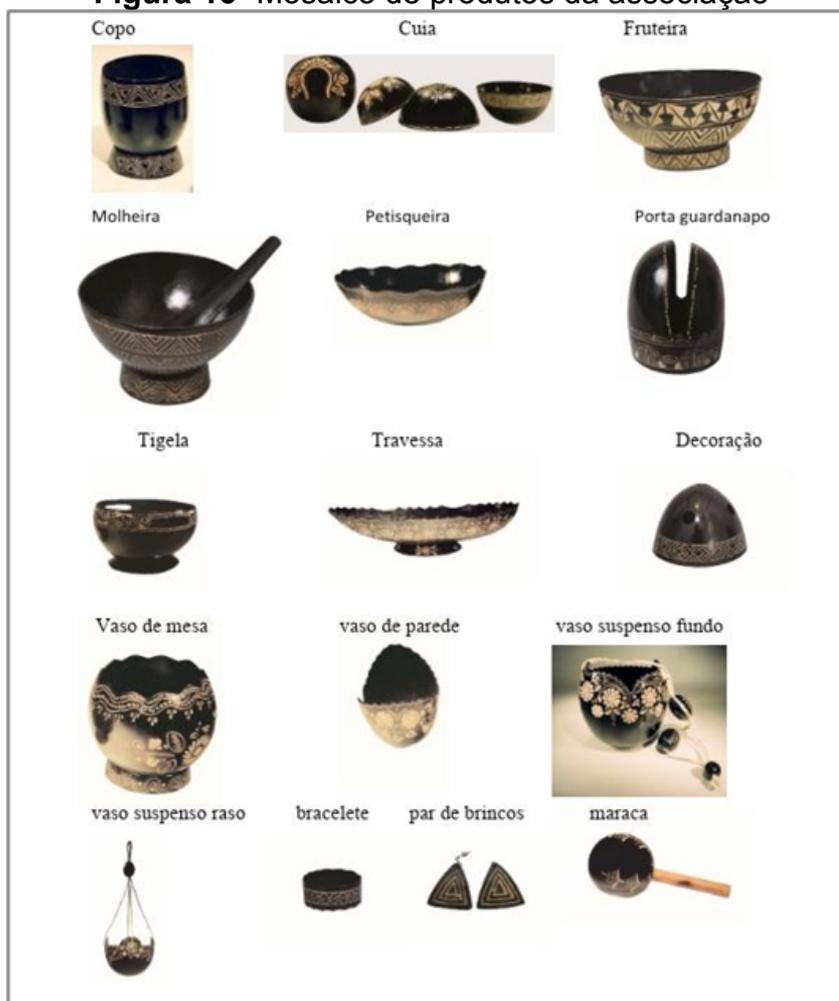
Por meio de intervenção de projetos implementados por órgãos públicos e organizações não governamentais, que ajudou no auxílio, fomento e formação das artesãs, houve a diversificação da produção.

**Quadro 03-** Produtos e média de preços

<b>PRODUTOS</b>	<b>TIPOS</b>	<b>MÉDIA DE PREÇO POR UNIDADE</b>
Copo	9	8,00
Cuia	15	15,00
Fruteira	12	25,00
Molheira	6	12,00
Petisqueira	6	10,00
Porta guardanapo	3	10,00
Pote de sobremesa	12	10,00
Tigela	18	15,00
Travessa	18	15,00
Porta lápis	2	12,00
Vaso de mesa	24	20,00
Vaso de parede	24	15,00
Vaso suspenso fundo	24	28,00
Vaso suspenso raso	12	28,00
Bracelete	8	10,00
Par de brincos	2	15,00
Maraca	6	12,00

**Fonte:** Autor, 2021.

É um artesanato, que “obedece aos seguintes procedimentos: o primeiro passo é colher o fruto da cuieira, para isso, as artesãs podem ou não ter em mente o tipo de peça que irão confeccionar, pois para cada peça, existe um tipo (formato e tamanho) de cuia específico” (SOUSA, 2018, p. 82), vejamos sobre os formatos na figura abaixo.

**Figura 16-** Mosaico de produtos da associação

Fonte: Autor, 2021.

A figura acima deixa bem explícito as peculiaridades do trabalho das artesãs das cuias. É um trabalho sutil, artesanalmente produzido, com todo cuidado e estilo, detalhes que tornam o trabalho da Asarisan reconhecido por onde quer que passe. São cuias bordadas do Aritapera, que remetem “às suas próprias vidas, a sua identidade, a sua ancestralidade indígena, ao seu modo de ser ribeirinho/varjeiro” (SOUSA, 2018, p. 91).

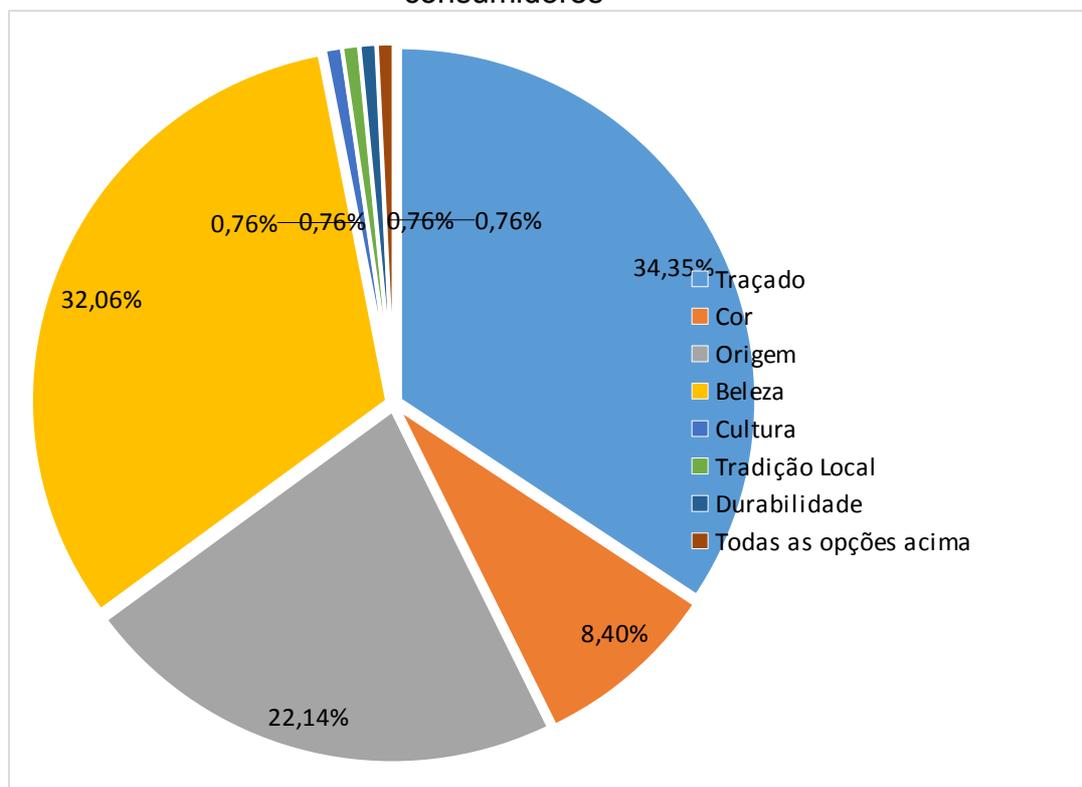
#### 4.2.3 Dimensão Signos

##### a) Distinção do produto em relação aos outros

Esse quesito, permite evidenciar qual as principais peculiaridades das peças em relação a outras com a mesma funcionalidade.

Para 34% dos entrevistados o traçado das cuias, bem com a beleza das mesmas (32%), é o que chama atenção dos consumidores. Seguidos pela origem e a cor (gráfico 00).

**Gráfico 03-** particularidades das cuias de Santarém que mais chamam atenção dos consumidores



Fonte: Autor, 2021.

Os entrevistados marcaram mais de uma alternativa o que possibilitou haver mais de um fator que chama a atenção dos consumidores das cuias produzidas no Aritapera, que as diferencia de outros produtos.

No entanto, percebe-se que os traçados, a beleza e as origens delas ganham um peso maior no critério atratividade dos entrevistados, as cores aparecem com uma percentagem que caracteriza serem estas um fator que pouco é levado em consideração na hora da escolha do artesanato adquirido pelo do consumidor. Porém, não fica evidente, se saberiam distinguir o produto em questão, de outro produzido na própria região amazônica. Entretanto, no que tange ao traçado, como elemento simbólico, das cuias Aíra, o objetivo foi alcançado.

## b) Fortalecimento da identidade da Marca

Para Mileo (2021), a marca coletiva AÍRA ficou muito conhecida em circuito de especialistas, especialmente da área de propriedade intelectual e de patrimônio, mas pouco conhecida pelos consumidores. Isso quer dizer que ela é ainda muito conhecida entre os especialistas e estudiosas da área, já que os consumidores ainda se remetem a ela pelos nomes mais conhecidos como cuias do Aritapera ou então cuias de Santarém. Nas palavras do autor:

A marca coletiva em si ela não é boa nem é ruim, mas precisa estar atrelada a uma estratégia de comunicação e divulgação que é muito especializada, exige um conhecimento técnico específico sendo um serviço que pode custar caro para pequenas associações e pequenas cooperativas (MILEO, 2021).

A AÍRA, por exemplo, foi muito comemorada como a primeira marca coletiva do estado do Pará, mas, segundo Mileo (2021), isso não resultou em ganhos reais para a associação. Ainda há pouco incentivo para o fortalecimento da atividade produtiva das cuias. Para ele, desde os anos 2000, no Brasil tem um movimento importante para criar a cultura da propriedade intelectual e difundir isso para mais pessoas, para que mais pessoas se interessem em ter uma marca coletiva ou o registro de Indicação Geográfica.

Destaca-se, porém, que uma associação de artesanato como a ASARISAN, de cooperativas agrícolas, de agricultura familiar, de sindicatos, poder ter sua própria marca é muito significativo, tendo em vista que isso garante que essa entidade possa identificar o seu próprio produto, e com isso a forma que envolve conhecimentos tradicionais e fazer a gestão do mesmo.

### 4.2.4 Dimensão Cooperativismo

#### a) capacitação das artesãs

A produção das cuias ao longo do tempo foi crescendo e alcançando patamares elevados, conforme os anos passavam, os conhecimentos eram repassados de geração para geração, pois as mulheres ribeirinhas acabavam sendo as principais responsáveis por repassar às gerações, preservar e desenvolver as técnicas do artesanato das cuias na cidade de Santarém.

Trata-se de um trabalho realizado quase exclusivamente por mulheres que aprendem e repassam o ofício no próprio núcleo familiar. Nas comunidades estudadas, é comum encontrar em cada casa pelo menos uma artesã de cuia. São mulheres de todas as faixas etárias, que, em geral, exercem outras atividades econômicas além do artesanato de cuias, tais como a pesca, a lavoura e até outros tipos de produção artesanal, com barro e reciclados, por exemplo. Há também algumas estudantes, especialmente entre as mais novas (CARVALHO, 2007, p. 72).

No caso da Asarisan, o registro de marca coletiva apresentou-se como estratégia de diferenciação de suas cuias no mercado local, regional e nacional, rompendo a homogeneização que força a baixa de preços em geral e desvaloriza o produto, que, ainda que seja decorrente de um conhecimento tradicional, também vem acompanhada de um singular e elevado padrão de qualidade muito desejado pelas artesãs associadas (CARVALHO, 2011).

Outra mudança significativa foi a entrada das mulheres produtoras de cuias no universo dos projetos, até então desconhecidos a elas ou pertencia apenas aos discursos de organizações não governamentais, instituições de governo, movimentos sociais, aldeias, quilombos e demais comunidades consideradas tradicionais. Hoje em dia, por exemplo, em tempo pandêmicos e de Lei Aldir Blanc algumas delas até conseguiram aprovar seus projetos nesta lei emergencial e podem também captar recurso de outros editais vindouros.

#### b) Melhorias nas condições de comercialização

No concernente às melhorias nas condições de comercialização das cuias, que as artesãs utilizam a marca coletiva como um instrumento de identificação da procedência das cuias por elas produzidas, pois elas observam que essa produção vem sendo copiada por outros grupos de artesãos, no entanto, eles não mantêm o mesmo padrão, nem organização e muito menos o mesmo saber-fazer.

Na esfera do artesanato propriamente dito, o novo tipo de contato das artesãs com bens e padrões de consumo e estética alheios ao grupo trouxe modificações interessantes, cuja permanência ainda não se pode precisar. Frutos de vários tamanhos passaram a ser usados para fazer peças (tigelas, fruteiras, copos, jarras, etc.), e não só aqueles próprios à confecção de cuias para o consumo de tacacá. No que tange à decoração das cuias, a “apostila de desenhos” constituiu um marco, embora nem todos os desenhos tenham sido integrados ao repertório efetivamente praticado pelas mulheres. Sua difusão nas comunidades contribuiu para uma mudança em diferentes sentidos: por um lado, ligada à recuperação de uma memória visual tradicional da região; por outro, relacionada à invenção (para usar a expressão de Hobsbawn) de novas tradições iconográficas nas cuias.

Nesse processo, os desenhos tapajônicos foram identificados por consumidores no Sudeste como os padrões mais tradicionais das cuias, embora não se tenha registro arqueológico algum de sua utilização nesse tipo de suporte e apesar de terem sido uma inovação difundida pela “apostila” (SOUSA, 2018, p. 48).

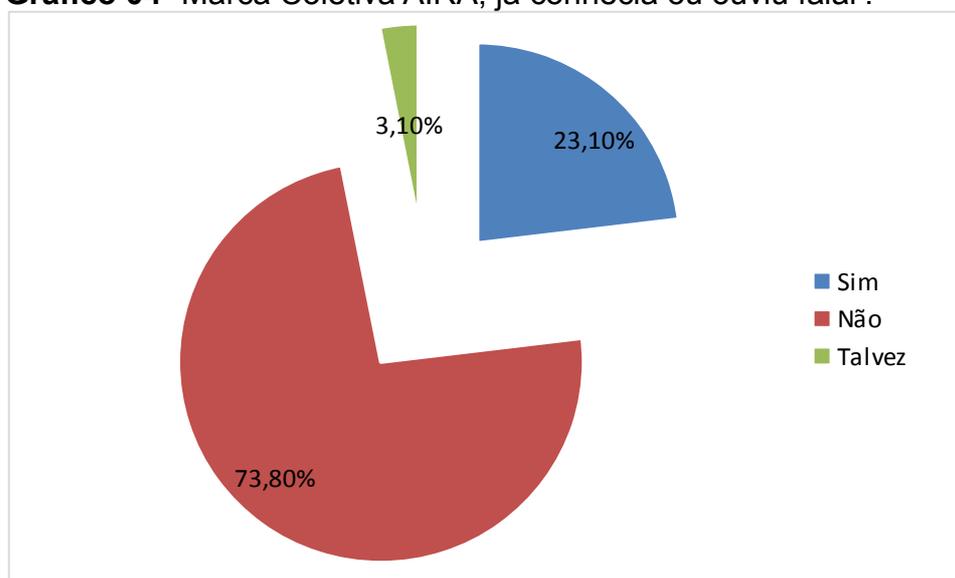
Sousa (2018) afirma que o que mais se destaca na experiência das mulheres da Asarisan, é o reconhecimento pessoal e profissional. Tem-se hoje um produto mais valorizado, conseqüentemente o trabalho e mão de obra também mais valorizada. A associação trouxe esse reconhecimento, por ser coletiva e por possibilitar maior produção dos produtos em quantidade e variedade, é uma descoberta da valorização da cultura que existe naquela comunidade, que está diretamente voltada para o artesanato de cuias.

Logo, uma das primeiras funções da marca coletiva dessa associação vem sendo cumprida, por indicar a origem e fazer a identificação das cuias, promovendo a rastreabilidade da produção específica da Asarisan como meio de auxiliar o consumidor no ato de escolha do produto disponível no mercado.

#### d) Eventos e promoção da marca

No que se refere a Marca Coletiva, se observa que uma grande parcela dos entrevistados não tem conhecimento sobre a Marca Coletiva AÍRA, o que possibilita refletir acerca de como esta vem sendo divulgada para comercialização, corroborando o que afirmou Miléo (2021) em tópico anterior.

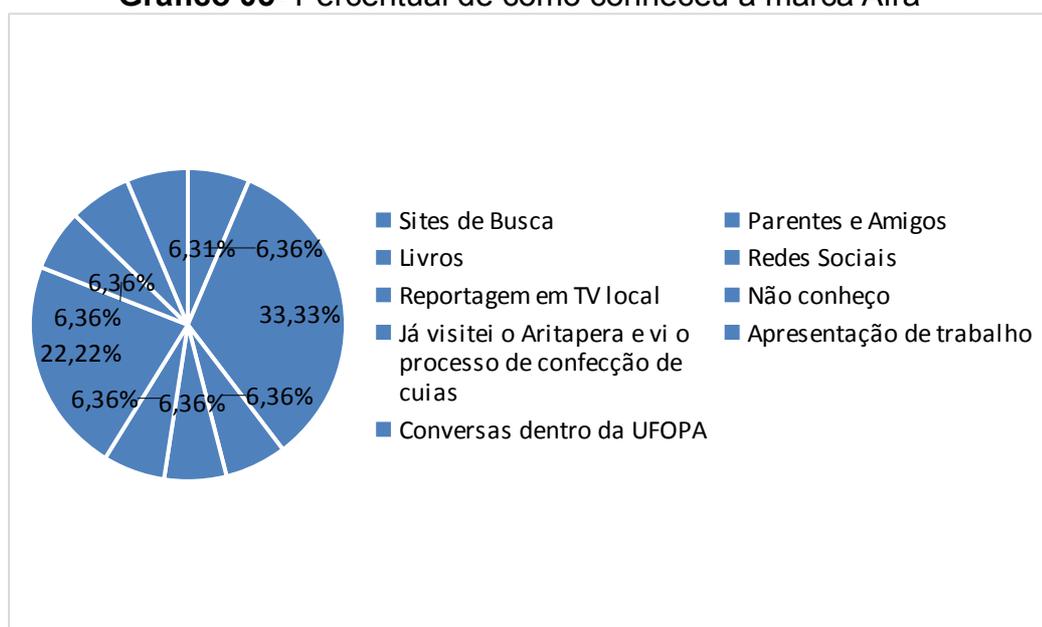
**Gráfico 04-** Marca Coletiva AÍRA, já conhecia ou ouviu falar?



Fonte: Autor, 2021.

Os dados revelam que poucas pessoas conhecem a marca e uma parcela menor talvez tenha ouvido algo sobre a AÍRA. Visando complementar a resposta dos que afirmaram conhecer a marca temos o gráfico abaixo:

**Gráfico 05-** Percentual de como conheceu a marca Aíra



Fonte: Autor, 2021.

Conforme indicativo no gráfico, a maioria que afirma conhecer a Marca AÍRA obteve informações a partir de amigos e familiares, e os demais se dividem em outras formas de conhecimento sobre ela, mas ainda é possível perceber um número significativo de pessoas que afirmam não ter conhecimento sobre a Marca AÍRA.

Sobre isso, Maria Miguel Carvalhon problematiza, ao afirmar que as marcas coletivas permitem a proteção e a gestão de marcas de forma mais econômica. Mas o registro dela é só o primeiro passo para garantir sua proteção. Por isso, torná-la relevante para o consumidor depende de ações publicitárias, canais de distribuição, manutenção da qualidade do produto, entre outras atuações, que necessitam de altos investimentos dos detentores de marcas. Logo, se pode compreender que essas são as dificuldades enfrentadas pelos produtores menores e locais e isso certamente fragiliza a marca, pois ela precisaria desses vários elementos para se fortalecer e fidelizar sua clientela.

Assim, pode-se afirmar que não há ampla divulgação das cuias Aíra por meio de eventos e outras promoções. Isso quer dizer que alguns outros eventos poderiam fortalecer esta comunicação das atividades e do fazer artesanal dos comunitários, talvez ainda não se tenha qualificação e pessoal que tenha recebido formação para isso e que também tenha tempo para se dedicar neste aspecto de como comunicar, mas certamente ampliar a divulgação seria fundamental para que as produções das cuias se fortalecessem ainda mais.

De maneira geral, o que se reforça é que uma marca coletiva articulada, gerenciada e compartilhada entre seus membros pode possibilitar a promoção do desenvolvimento das localidades, pois ela se torna uma ferramenta para fomentar a publicidade de áreas regionais específicas, e isso tudo a partir do desenvolvimento de marcas naquelas localidades. No entanto, se esbarra que as campanhas de marketing, são sim de alto custo para os pequenos empreendedores, que poderiam ser compartilhadas, divulgando o potencial regional, mas que ainda é um grande desafio a ser vencido pelos produtores menores, em especial.

#### d) Fortalecimento das relações sociais e culturais

Algumas marcas sociais se fortaleceram e também se modificaram com a chegada da associação. Na comunidade de Aritapera, a ASARISAN, trouxe nova organização do trabalho das artesãs: o trabalho individual tornou-se mais grupal, passou a ser mais coletivo, pelos núcleos de cada comunidade. Essa mudança acarretou mudanças também na produção, que cresceu bastante e a ornamentação das cuias mais intuitiva, passou a ser mais sofisticada, sobretudo, porque os fins e meios também se diversificaram. Os padrões de ornamentação e na classificação das peças também foram modificados, isso tudo para atender à demanda do mercado nacional e das exposições culturais (MAFRA E FANTINATO, 2016).

As artesãs, por exemplo, passaram a utilizar um instrumento de medida para classificar as cuias de acordo com distintos tamanhos crescentes, quando estas são comercializadas, para fins decorativos. A organização das artesãs na Associação também teve consequências na distribuição das tarefas de subsistência familiares. Os homens passaram a assumir quase que exclusivamente as atividades de pesca, agricultura e criação de gado. As mulheres continuaram com as funções mais domésticas e de criação dos filhos, alternando com a produção das cuias. Essa produção - como podemos ver na Figura 2 - torna-se mais intensa na época das cheias e que contribuiu efetivamente para fortalecer a identidade feminina nessas comunidades ribeirinhas (MAFRA E FANTINATO, 2016, p. 07).

Desta forma, as marcas coletivas passaram a ser instrumentos que também auxiliam no desenvolvimento de comunidades, ajudando na construção e comunicação de uma identidade coletiva de produtos locais, colaborando na derrubada de barreiras de inserção no mercado, além de fortalecer na conquista de novos pontos de venda. Sendo assim, as associações e marcas são fundamentais na construção de um elo direto entre produtores e consumidores, dada a possibilidade do reconhecimento de autoria no terreno do artesanato tradicional.

#### 4.2.5 Dimensão do Poder Público

##### a) Espaço para comercialização dos produtos

Segundo Dona Lélia Maduro, atual presidente da Asarisan, em 2015, a Prefeitura Municipal de Santarém cedeu um espaço de vendas no Cristo Rei Centro de Artesanato do Tapajós, para a comercialização das cuias Aíra, sendo este até o presente ano o único ponto fixo de venda.

Figura 17- Cristo Rei



Fonte: Autor, 2021.

As artesãs tinham como encargo somente manter o local com seus produtos e disponibilizar uma pessoa para realização das vendas, sendo a cessão gratuita até 2016. A partir de 2017, passaria a ser cobrado uma taxa, a qual seria recolhida pelo município para custear a manutenção do espaço. E dessa forma, a ASARISAN matinha seu espaço de divulgação e venda de seus produtos artesanais na cidade de Santarém.

Porém, a partir de 2020 sob nova gestão, a Prefeitura iniciou a seleção de interessados em conseguir uma vaga no Centro Cristo Rei, inclusive aqueles que já ocupavam este espaço, como a Asarisan, por exemplo. Segundo o G1 Santarém<sup>3</sup>,

<sup>3</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/pa/santarem-regiao/noticia/2020/01/10/prefeitura-de-santarem-lanca-edital-de-chamamento-para-ocupacao-de-espacos-do-cristo-rei.ghtml>

no dia 10 de fevereiro de 2020, a Prefeitura de Santarém, publicou o edital de chamamento público para seleção de interessados em ocupar espaços públicos localizados no Cristo Rei - Centro de Artesanato do Tapajós.

Para a gestão municipal, e essa seleção visa garantir a regularização do uso dos espaços públicos voltados para exposição, venda e comercialização do artesanato, trabalhos manuais, plantas naturais e venda de lanches e refeições. Para eles, o chamamento é um meio legal do governo para dar publicidade ao processo de seleção para ocupação dos espaços públicos que estão sendo disponibilizados. A inscrição dos interessados se deu pelo edital disponibilizado e o resultado desta seleção foi divulgada no dia 19 de fevereiro no Portal Eletrônico da Prefeitura e nos quadros de avisos do Cristo Rei e da Semtur.

Vale ressaltar, que essa demanda da necessidade dessa regularização, em forma de chamamento, surgiu após a realização de estudos de viabilidade e legalidade, de encontros realizados com os interessados e ajustes junto ao Ministério Público do Estado do Pará, que ocorreram durante o ano de 2019.

Desta forma, representantes de cada espaço público ocupado, atualmente, no Centro foram orientados pela equipe técnica da Semtur entre os meses de junho e julho de 2019. Segundo a prefeitura, em nome do Secretário de Turismo em gestão na época Diego Pinho, eles foram instruídos sobre a necessidade de regularização para participar do processo de seleção. Nessa etapa foi estabelecido um prazo de seis meses, por meio de termo aditivo, para que os interessados na seleção com débitos junto às Fazendas Federal, Estadual e Municipal buscassem a regularização.

#### b) Apoio técnico e logístico

As cuias são transportadas de barco das comunidades pra Santarém e de Santarém pra os destinos vão de transportadora, esse transporte é bem complicado e os produtores têm muita dificuldade por ser frágil e às vezes há quebras de peça, outras porque são leves e às vezes a cubagem encarece o frete.

Sobre esta geografia da Amazônia, Carvalho et all (2011, p.15), afirmam que:

A quem não conhece, deve-se alertar que as distâncias amazônicas são particularmente grandes. Não só as distâncias físicas, que podem ser vencidas por água ou estradas lamacentas e esburacadas, mas também as

distâncias postas pela falta ou precariedade de meios de comunicação. Em 2002, antes da proliferação de aparelhos de telefonia celular pelo Brasil e quando, no Aritapera, só existia um telefone público – o qual, às vezes, nas cheias de inverno, até alagava e deixava de funcionar –, a comunicação ali era bastante difícil. A tal reunião com artesãs de outras comunidades, então, seria agendada para uma data mais distante, dentro das possibilidades e agendas das mulheres a serem contatadas pela artesã da Enseada. Quando a reunião aconteceu, por volta de 45 dias depois da primeira visita, cerca de 50 mulheres apareceram na comunidade de Cabeça d'Onça.

Em outras palavras, deve-se sempre lembrar que neste contexto amazônico, se transportar é sempre muito limitado e isso torna tudo ainda mais difícil para quem precisa fazer este traslado.

#### **4.3 AÍRA: potencialidades, desafios e perspectivas**

As informações coletadas ao longo das pesquisas já realizadas, puderam fornecer subsídios para o entendimento do saber-fazer das práticas socioculturais desenvolvidas pelo grupo de artesãs. Mostram também os desafios que o artesanato tradicional, como é o caso das cuias Aíra, para atender esferas do mercado consumidor e que poderão ser implementadas ações ou até mesmo Políticas Públicas Locais voltadas para o fortalecimento dessas produções artesanais tradicionais, fornecendo incentivos para fomentar essa atividade, consequentemente através de incentivos culturais, econômicos e sociais para o desenvolvimento na produção e comercialização das cuias.

A pesquisa realizada através de referenciais teóricos e de questionários de entrevistas, torna-se relevante para o aprofundamento do assunto abordado. Os questionários foram desenvolvidos e direcionados ao público-alvo deste estudo, visando uma análise relacionada aos impactos no desenvolvimento social e econômico daquela região após a obtenção da marca Aíra.

A partir dos resultados preliminares obtidos, podemos observar que a busca da qualidade do trabalho artesanal e a padronização dos processos, associadas a criação da ASARISAN e a concessão da marca coletiva, vem contribuindo para ascensão do desenvolvimento local pois deram maiores visibilidades as comunidades do Aritapera, aumentando a produção e a comercialização das cuias, além de valorização dos saberes, dos fazeres artesanais e dos bens culturais da região do Aritapera.

Quando pensamos em marca como instrumento que possibilite a manutenção de determinados atributos do produto ou de seu modo de produção é pensar em marca coletiva, em um uso coletivo que faça sua caracterização, pois é fundamental que os produtos ofertados tenham um grau de diferenciação. Outro ponto importante que destacamos, é sobre as produções locais e artesanais, que são totalmente diferentes das produções em massa por manterem características únicas, e por respeitarem o meio ambiente e à sociedade onde estão localizadas. As artesãs de Santarém produzem padrões iconográficos diferenciados, ofertando produtos que atendem às expectativas de um mercado consumidor especializado, no qual valores como tradição, saber-fazer local, entre outros têm sido valorizados. Entretanto, tais valores precisam ser devidamente comunicados ao consumidor (CARVALHO, 2011).

Visto os resultados identificados por meio da pesquisa, foi possível traçar a conclusão a que se chegou após todo o levantamento. Dito isso, o tópico a seguir trará respostas e ideias conclusivas referentes aos achados da pesquisa.

## **5 CONCLUSÃO**

A proposta de criação de um sistema de indicadores com as perspectivas socioeconômica, inovação, signo, cooperativismo, poder público, são necessárias para mensuração do impacto no desenvolvimento local nas comunidades do Aritapera, pois diagnosticarão o que está acontecendo na região e quais os valores estão sendo criados a partir da obtenção da marca coletiva Aíra.

A partir do diagnóstico dos indicadores pretende-se fomentar discussões sobre uma interação entre setores e as possibilidades da elaboração de uma Política Local de Economia Criativa, pois uma política pode ser usada para agregar vários

setores com valores intangíveis e locais que se tornam atrativos agregando um número considerável de mão-de-obra, gerando ocupação e renda além de revitalizar economias locais voltadas às perspectivas de desenvolvimento social e econômico local.

Contudo, a existência de uma Marca Coletiva não impede a possibilidade de cogitar o registro de uma indicação geográfica, visto que essa tem uma grande significância relacionada ao aumento de reconhecimento, a interatividade entre regiões e a possibilidade daquela região em questão, migrando assim para o mercado competitivo. Pautando exigências e responsabilidades voltadas a qualidade dos produtos confeccionados, assim, atraindo um público consumidor maior.

Nosso país em relação que ainda caminham de forma embrionária, está bem a frente, mas é fundamental estimular sim que tenham mais marcas coletivas como Aíra e mais Indicações Geográficas as instituições precisam pensar em formas de apoiar essas marcas coletivas e indicações geográficas porque isso requer apoio técnico, serviços especializados e caros e não existe política pública para isso. Isso quer dizer, que além da Marca, do registro em si, precisa-se também pensar na forma como isso será mantido na comunidade e como ela será comunicada para o consumidor.

A Marca trouxe resultado positivo, haja vista que a questão do coletivo das artesãs ribeirinhas de Santarém mostrou pontos positivos, levando a organização das mulheres produtoras na confecção das cuias saírem do anonimato, conseguindo assim, recursos e despertando o interesse de parceiros para evolução da atividade.

Mas torna-se necessário fortalecer a Marca Coletiva Aíra, trabalhar com a comunidade para que entendam o que realmente move a produção das cuias, e a importância do seu uso na divulgação e na criação de uma vantagem competitiva advinda de um planejamento, para o qual a comunidade ainda não foi instrumentalizada, pois o planejamento e as metas não podem ser impostos à comunidade, mas construído com ela, como por exemplo, o plano de comunicação e de divulgação que envolvem serviços especializados de publicidade e propaganda, marketing, estudo de mercado, posicionamento de marca e que hoje a associação não tem. Além do mais, se mostra imprescindível também que os atores governamentais e não governamentais envolvidos com desenvolvimento local, preservação dos conhecimentos tradicionais e com desenvolvimento sustentável na Amazônia atuem em conjunto para divulgação e o fortalecimento da marca da Aíra.

E nesse sentido se identificou a ausência de políticas públicas que apoiem o aspecto formal do uso da Marca coletiva.

A partir dos resultados obtidos com a pesquisa, defendemos que a Marca Coletiva Aíra necessita ser renovada, não apenas por ter sido a 1ª Marca Coletiva do Estado do Pará, mas pelo legado que ela carrega, pois, a AÍRA simboliza o processo de valorização da atividade das mulheres artesãs de cinco comunidades da região do Aritapera. Menciona-se que a AÍRA é a união de uma coletividade e fundaram a ASARISAN em busca da padronização dos processos, aprimoramento técnico e melhoria da qualidade de seus produtos artesanais e mantendo a valorização de suas raízes tradicionais e culturais, não somente dentro do contexto familiar e comunitário, mas também do ponto de vista social e econômico com foco na preservação das tradições do artesanato de cuias, da sustentabilidade e contribuição para ascensão do desenvolvimento local, inserindo no mercado produtos diferenciados para um público-alvo que prioriza mais a qualidade que os preços tornando-os mais competitivos por todo o valor agregado a sua confecção.

## REFERÊNCIAS

ARAGÓN, L. E. Desenvolvimento amazônico em questão. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, 107, p. 5-16, setembro 2015.

BECKER, B.K.; LÉNA, P. **Pequenos empreendimentos alternativos na Amazônia**. In: CASSIOLATO, H. M.M. et al. (orgs.). *Pequena Empresa: Cooperação e desenvolvimento local*. Rio de Janeiro: Relume Dumará: UFRJ, Instituto de Economia, 2003. p. 403-421.

BAHIA, Leandro Oliveira. **Guia referencial para a construção e análise de indicadores**. Brasília. ENAP, 2021, p. 43.

BRASIL, **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em Acesso em: 15 de maio 2020.

BRASIL. LEI nº 9279, 14 de maio 1996. **Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial**. Disponível em Acesso em: 30 de maio de 2020.

BRASIL, **LEI nº 13.180, 22 de outubro 2015**. Dispõe sobre a profissão de artesão e dá outras providências. Disponível em . Acesso em 15 de maio de 2020.

BUARQUE, Sérgio C. **Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável**. Material para orientação técnica e treinamento de multiplicadores e técnicos em planejamento local e municipal. Brasília, DF: IICA, 1999.

CALDAS, A. S, et al. **As indicações geográficas (IGS) como estratégia de desenvolvimento territorial: desafios e potencialidades do distrito de Maragogipinho, Aratuípe, BA**. Revista de Desenvolvimento Economico – RDE – Vol. 3, n. 38, p.81- 108. 2017.

CARVALHO, Luciana Gonçalves de; GENNARI , Luciana Alem; SILVA, Elizabeth Ferreira da; PERALTA ,Patricia Pereira. **O artesanato de cuias em perspectiva – Santarém**. Organização: Luciana Gonçalves de Carvalho; textos de Luciana Gonçalves de Carvalho, Luciana Alem Gennari, Elizabeth Ferreira da Silva e Patricia Pereira Peralta.-- Rio de Janeiro : IPHAN, CNFCP, 2011. 192 p. : il.

CARVALHO, Luciana. **Artesanato e mudança social: sobre projetos e comunidades em Santarém**. CNFCP/IPHAN, 2011.

CARVALHO, Luciana. Cuias de Santarém: tradição, mercado e mudança em comunidades artesanais da Amazônia. **Textos escolhidos de cultura e arte populares**, Rio de Janeiro, v.4, n1, p.69-78, 2007.

CARVALHO, Luciana; SANTOS, A.M. **Terra água, mulheres e cuias: ritapera, Santarém, Pará, Amazônia**. Belém: Prodetur, 2012.

CASSIOLATO, J.E.; LASTRES, H.M.M. O foco em arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas. In: CASSIOLATO, H. M.M. et al.(orgs.).

**Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local.** Rio de Janeiro: Relume Dumará: UFRJ, Instituto de Economia, 2003. p. 21-34.

CUNHA, I. M. M. **Cartografia social das artesãs de cuias do Aritapera. Terra, água, mulheres e cuias:** Aritapera, Santarém, Pará, Amazônia. Belém: PRODETUR, 2012.

CUNHA, João (comp.). **Tradição de fazer cuias no Baixo Amazonas vira patrimônio cultural.** 2015. Lucia Hussak van Velthem. Disponível em: <<https://www.museu-goeldi.br/noticias/tradicao-de-fazer-cuias-no-baixo-amazonas-vira-patrimonio-cultural>>. Acesso em: 28 maio 2020.

DALLABRIDA, V. R.; BECKER, D. F. **Governança Territorial: do debate teórico à avaliação da sua prática.** *Análise Social*, Lisboa (PT), v. L 2º, p. 304-328, jan. 2015.

FIGUEIREDO, Leandro Mitidieri. **populações tradicionais e meio ambiente: espaços territoriais especialmente protegidos com dupla afetação.** Brasília: MDA-INCRA, 2012.

FROELICH, J. M.; ANJOS, F. S.; CALDAS, N. V. **As indicações geográficas como instrumento de desenvolvimento territorial.** *Agropecuária Catarinense*, v. 22, p. 16- 20, 2009.

GIL, Antônio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

INPI. 2017. Disponível em: Acesso em: 20 de maio de 20.

IPHAN. **Modo de fazer cuias vira patrimônio cultural brasileiro.** 2015 Disponível em: <<https://oimpacto.com.br/2015/06/13/modo-de-fazer-cuias-vira-patrimonio-cultural-brasileiro/>> Acesso em: 25 de maio de 2020.

JUNGMANN, Diana de M.; BONETTI, Esther Aquemi. **Inovação e propriedade intelectual:** guia para o docente. – Brasília: SENAI, 2010. 93 p.: il.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing.** 10ª Edição, 7ª reimpressão – Tradução Bazán Tecnologia e Lingüística; revisão técnica Arão Sapiro. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

MADURO, Léia. **Entrevista concedida à Nova Cartografia Social da Amazônia:** arte na cuia: experiência tradicional de saber fazer. Manaus, Am. UEA Edições, 2013.

MADURO, R. G. A. A cuia nossa de cada dia. In A. M. S. Santos & L. G. Carvalho (Eds.), **Terra, água, mulheres & cuias: Aritapera**, Santarém, Pará, Amazonia (p. 32- 38). Santarém, PA: UFOPA. 2013.

MAFRA, José Ricardo e Sousa, et al. Artesãs de Aritapera/PA: técnicas e processos em uma perspectiva Etnomatemática. **Revista Latinoamericana de Etnomatemática**, vol. 9, núm. 2, 2016.

MAFRA, José Ricardo e Sousa, et al., **Pinturas em Cuias Tapajônicas**: uma leitura etnomatemática. *Revista Exitus*, vol. 6, nº 2 p.239-254. Santarém, Pará. 2016.

MARCAS registradas no Brasil passam a ser reconhecidas em 102 países. **Jornal das Associações Comerciais do Estado de São Paulo**. Estadão, São Paulo, 03 de Julho de 2019, p.02.

MILANI, Carlos. Teorias do Capital Social e Desenvolvimento Local: lições a partir da experiência de Pintadas (Bahia, Brasil). In: **Capital social, participação política e desenvolvimento local**: atores da sociedade civil e políticas de desenvolvimento local na Bahia. Escola de Administração da UFBA (NPGA/NEPOL/PDGS). 2005.

MORIM, Júlia. **Cuias de Santarém**. Pesquisa Escolar Online, Fundação Joaquim Nabuco, Recife. Disponível em: <>. Acesso em: 20 de maio de 20.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

NAKAZONO, E. M. **O empreendimento local do artesanato em fibras vegetais, Amazonia Brasileira**. Tese do curso de doutorado em ciências. Belém, 2007.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE PROPRIEDADE INTELECTUAL. A propriedade intelectual e o artesanato tradicional. **Revista nº 5. 2016**.

RICHARDSON, R. J. *Pesquisa Social: Métodos e Técnicas*. São Paulo: Atlas, 1999.  
SAMPAIO JÚNIOR, J. O. BR. Sinais distintivos para produtos de tradição cultural: Registro da marca coletiva "Aíra" para o artesanato de cuias em Santarém. In A. M. S. Santos & L. G. Carvalho (Eds.), **Terra, água, mulheres & cuias: Aritapera, Santarém, Pará, Amazonia** (p. 72-84). Santarém, PA: UFOPA. 2013.

SANTOS, Marcos. **Arte em cuias**: artesãs são mais valorizadas hoje. 2020. Disponível em: <https://sao-mais.html>. Acesso em: 28 maio 2020.

SACHS, Ignacy. Das coisas e dos homens: Teoria do Desenvolvimento a espera de sua revolução copernicana. **Jornal da Ciência** (JC E-Mail) - Notícias de C&T - Serviço da SBPC, no. 1836. São Paulo, 23 de julho de 2001.

SACHS, Ignacy. Experiências internacionais de um cientista inquieto. **Estudos Avançados**, vol.18 no. 52, São Paulo, dezembro, 2004. Entrevista

SEBRAE RJ; PUC RIO; IBMEC/RJ, 2003. Disponível em: Acesso em: 01 fev. 2020.  
SEBRAE. **Histórias de sucesso – experiências empreendedoras** (Buriti: a Jóia dos Lençóis Maranhenses). Belo Horizonte, MG: SEBRAE Nacional; SEBRAE/MG;

SIMONIAN, Ligia T. L. Saber local, biodiversidade e populações tradicionais: perspectivas analíticas, limites e potencial. In; Anais. **Saber local/Interesse Global: Propriedade Intelectual, Biodiversidade e Conhecimento Tradicional na Amazônia**. Belém: Museu Paraense Emílio Goeldi (MPEG) e do Centro Universitário do Pará, CESUPA, 2005.

SOUSA , Ádria Fabíola Pinheiro de. **As Cuias Bordadas De Aritapera: Conhecimento, Saber e Arte**. Universidade Federal De Rondônia Núcleo de Ciências Exatas e da Terra Departamento de Geografia Programa de Pós-Graduação Mestrado e Doutorado em Geografia, Porto Velho-RO, 2018.

SOUZA, Antônio Maria de; CARVALHO, Luciana Gonçalves (Org.). **Terra, água, mulheres e cuias: Aritapera, Santarém, Pará, Amazônia**. Belém: PRODETUR, 2012.

VANDECANDELAERE, E.; ARFINI, F.; BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A. **Territoires, produits et acteurs locaux: des liens de qualité - Guide pour promouvoir la qualité liée à l'origine et des indications géographiques durables - 2010**. Disponível em: < >. Acessado em 29 de junho de 2020.

WINKELMANN, Melissa Alves. Marca de certificação e marca coletiva: estudo de caso da marca coletiva vinhos do Brasil. PIDCC, Aracaju, Ano III, Edição nº 07/2014, p.227 a 248 Out/2014 | . In: CASTRO, Virginia Aparecida; GIRALDI, Janaina de Moura Engracia. Estratégias de marcas para setores brasileiros: diferenças conceituais entre indicação geográfica, marca coletiva e setorial. **Revista Espacios**. Vol. 39 (Nº 33) Ano 2018 • Página 8. Disponível em: .

WIPO. **World Intellectual Property Organization**. Disponível em: <>. Acesso em: 20 maio 2020.

**Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)**  
**Sistema Integrado de Bibliotecas – SIBI/UFOPA**

---

C837m Costa, Diógenes Moraes da  
Marca coletiva e desenvolvimento local na Amazônia: o caso do sinal distintivo Aíra – Cuias de Santarém (PA). / Diógenes Moraes da Costa. – Santarém, 2021.  
75 p. : il.  
Inclui bibliografias.

Orientadora: Izaura Cristina Pereira Nunes Costa  
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Oeste do Pará, Instituto de Engenharia e Geociências, Programa de Mestrado Profissional em Rede Nacional em Propriedade Intelectual - PROFNIT.

1. Marcas coletivas. 2. Artesanato. 3. Aritapera. I. Costa, Izaura Cristina Pereira Nunes, *orient.* II. Título.

CDD: 23 ed. 745.5098115