





o artesanato de cuias  
em perspectiva  
santarém

Presidência da República  
Presidenta: Dilma Vana Rousseff  
Ministério da Cultura  
Ministra: Ana de Hollanda  
Programa Mais Cultura

Realização  
Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional  
Presidente: Luiz Fernando de Almeida  
Departamento de Patrimônio Imaterial  
Diretora: Célia Corsino  
Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular  
Diretora: Claudia Marcia Ferreira  
Associação de Amigos do Museu de Folclore Edison Carneiro  
Presidente: Lygia Segala

Parceria institucional e apoio financeiro  
Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social  
Presidente: Luciano Coutinho

Programa de Promoção do Artesanato de Tradição Cultural – Promoart  
Coordenação técnica: Ricardo Gomes Lima  
Coordenação administrativa: Elizabete Vicari  
Polo: Cuias de Santarém (PA)  
Supervisora: Zenilda Maria Bentes  
Agente local: Rúbia Goreth Almeida Maduro

Parceria regional  
Universidade Federal do Oeste do Pará – Ufopa  
Projeto Memória, Identidade e Patrimônio Cultural em Comunidades Ribeirinhas de Santarém  
Coordenação: Luciana Gonçalves de Carvalho

Parceria local  
Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém

parceria institucional e apoio financeiro



parceria regional



parceria local

Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém - Asarisan Santarém - PA



realização



Ministério da Cultura



Organização

Luciana Gonçalves de Carvalho (Ufopa)

Textos

Luciana Gonçalves de Carvalho (Ufopa)

Luciana Alem Gennari (Ippur/UFRJ)

Elizabeth Ferreira da Silva (INPI)

Patrícia Pereira Peralta (INPI)

Edição e revisão de textos

Fátima S. de Oliveira

Maria Elisa Nunes

Ana Clara das Vestes

Projeto gráfico editorial e diagramação

Avellar e Duarte Consultoria Cultural

Ana Paula Miranda

Rafael Rocha

Fotografias

Luciana Gonçalves de Carvalho (Ufopa)

Francisco Moreira da Costa

Ricardo Gomes Lima

Desenhos

Luciana Alem Gennari

Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular

Instituto do Patrimônio Histórico

e Artístico Nacional

2011

---

A786 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  
Patrícia Pereira Peralta.~ Rio de Janeiro : IPHAN,  
CNFCP, 2011.  
192 p. : il.

ISBN 978-85-7334-204-8

1. Grafismo. 2. Artesanato em cuia - Pará.  
3. Artesãos - Pará. I. Carvalho, Luciana  
Gonçalves de, org.

CDU 744.42(811.5)

o artesanato de cuias  
em perspectiva  
santarém

# Sumário

Padrões do artesanato .....	11
Apresentação .....	13
Artesanato e mudança social: sobre projetos e comunidades em Santarém. <i>Luciana Gonçalves de Carvalho</i> .....	19
Acerca dos padrões de risco em cuias no Baixo Amazonas. <i>Luciana Gennari</i> .....	49
Marcas coletivas como instrumentos de proteção e agregação de valor: as cuias de Santarém. <i>Patrícia Pereira Peralta e Elizabeth Ferreira da Silva</i> .....	73
Caderno de padrões: riscos	
Florais .....	93
Fauna .....	133
Tapajônicos .....	143
Bordas .....	157
Referências iconográficas .....	189



## Padrões do artesanato

O risco do bordado, o desenho da renda, a pintura da louça e da cerâmica. Linguagens gráficas e de decoração utilizadas no cotidiano da produção do artesanato tradicional no Brasil e que vão compondo, nos objetos, as muitas narrativas de histórias de vida e as memórias desses artistas e de suas comunidades.

Nessa linha editorial que procura destacar alguns padrões criados e reproduzidos no fazer artesanal do país, a tônica são as comunidades apoiadas pelo Promoart - Programa de Promoção do Artesanato de Tradição Cultural, integrado ao Programa Mais Cultura, do Ministério da Cultura.

Realizado pela Associação Cultural de Amigos do Museu de Folclore Edison Carneiro

(Acamufec) por meio de convênio firmado com o Ministério da Cultura, o Programa tem a gestão conceitual e metodológica do Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP)/ Departamento de Patrimônio Imaterial/Iphan, e a parceria institucional e apoio financeiro do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

São traços, desenhos, bordados e adornos que singularizam os objetos, como uma assinatura, uma marca própria do lugar de onde vêm e de quem os faz. Ornamento que distingue, dá significado, valoriza e diferencia os muitos saberes tradicionais do país.

*Lucia Yunes*  
Coordenação Técnica/CNFCP



# Apresentação

Luciana Gonçalves de Carvalho  
PAA/ICS/Ufopa

Este livro é fruto do amadurecimento de reflexões tecidas por pesquisadores e colaboradores do Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP)/Iphan no âmbito de projetos que, ao longo da última década, vêm apoiando de diferentes maneiras um grupo de mulheres produtoras de cuias tingidas e decoradas com riscos incisos no Município de Santarém, no oeste do Estado do Pará.

A atuação do CNFCP junto a cinco comunidades artesanais situadas nas várzeas da localidade teve início em 2002, com o projeto Cuias de Santarém, que tinha por objetivo apoiar a produção e a comercialização de objetos feitos do fruto da cuieira (*Crescentia cujete*) – tigelas, copos, fruteiras, maracás, além da própria cuia –, recipiente obrigatório do principal prato da culinária paraense, o tacacá. Para atingir seus intentos, o projeto realizou pesquisas, documentação fotográfica e audiovisual, cursos e oficinas, exposições e ven-

da de cuias, sempre contando com a participação intensa das artesãs nas tomadas de decisão e nos eventos envolvendo sua atividade.

Em 2003, com o término do referido projeto e a criação de uma entidade em defesa dos interesses das artesãs, o CNFCP passou a adotar novas formas de apoio ao grupo. Em vez de proponente e executor direto da intervenção nas comunidades, tornou-se parceiro da Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém (Asarisan) na formulação e implementação de ações voltadas para o fortalecimento dos laços coletivos em torno do saber-fazer artesanal, bem como para a valorização econômica e cultural das cuias como produto do conhecimento tradicional.

Entre 2003 e 2006, a instituição realizou o Inventário dos Modos de Fazer Cuias no Baixo Amazonas e produziu um cd-rom e um documentário audiovisual sobre esse artesanato, ambos intitula-

dos Cuias do Baixo Amazonas, que acompanharam o pedido de registro dos modos tradicionais de fazer cuias como patrimônio cultural brasileiro, dirigido ao Iphan em 2010. É desse período a criação da marca visual, Aíra, oferecida pelo CNFCP como uma das formas de apoio à Asarisan no processo de busca de autonomia e fortalecimento da entidade. A partir da escolha pelas artesãs do nome, que significa fazer incisão, riscar, a marca foi desenvolvida por Audrin Santiago e aprovada em reunião da Asarisan em 2004.

Em 2005 e 2006, o Centro apoiou a Asarisan na execução das atividades educativas no escopo do projeto de implantação de um Ponto de Cultura, para o qual o grupo obtivera financiamento do Ministério da Cultura. Como resultado dessa cooperação, à qual se somou, em 2010, a Universidade Federal do Oeste do Pará (Ufopa), destaca-se a publicação de um almanaque contendo depoimentos e ilustrações produzidas por jovens moradores das comunidades de Centro do Aritapera, Enseada do Aritapera, Carapanatuba, Surubim-Açu e Cabeça d'Onça.

Nesse conjunto de produtos impressos e audiovisuais, destaca-se o belo trabalho de levantamento

e reprodução de padrões ornamentais de cuias realizado por Luciana Alem Gennari a partir de pesquisas em acervos de museus brasileiros. 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.

Para tal objetivo, foi gerado um material similar a uma apostila, com folhas de desenhos de cuias encadernadas em espiral, que foi distribuído entre as artesãs em suas comunidades. Como se podia esperar, o repertório iconográfico apostilado alcançaria outros circuitos e produtos, da mesma forma como seria enriquecido por referências culturais exógenas ao meio vivido pelas produtoras.

Assim, neste livro, Gennari revê e analisa, cerca de oito anos após a primeira circulação da 'apostila de desenhos de cuias', os meandros do processo de transposição dos padrões do suporte original (as cuias das coleções museológicas pes-



Paisagem da várzea

quisadas) para o papel por meio de desenho feito à mão com grafite, do papel para suporte digital em formato eletrônico, deste último novamente para o papel, impresso em formato de apostila de desenhos, e, por fim, da 'apostila' de volta para as cuias, em objetos que aliam reprodução e reinvenção da tradição iconográfica local.

Do repertório de desenhos saiu a inspiração para o elemento gráfico estilizado que compõe

a marca mista (nominal e visual) Aíra, para a qual a Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém está solicitando registro junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Nesse órgão trabalham Patrícia Pereira Peralta e Elizabeth Ferreira da Silva, que nesta edição discorrem sobre o uso das marcas coletivas como instrumento de proteção à propriedade intelectual e de agregação de valor à produção artesanal de comunidades tradicionais.

No caso da Asarisan, as autoras avaliam que o registro de marca coletiva apresenta-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, embora decorrente de conhecimento tradicional e difuso, se faz acompanhar de um singular e elevado padrão de qualidade que é perseguido pelas artesãs associadas.

Com vistas ao fortalecimento da Asarisan no momento em que se lança em novos desafios de mercado, o CNFCP voltou recentemente a atuar nas várzeas de Santarém. Por intermédio do Promoart – Programa de Promoção do Artesanato de Tradição Cultural e com apoio técnico do INPI, promoveu discussões esclarecedoras para decisão final das artesãs acerca do registro e divulgação da marca *Aíra* – termo que significa *fazer incisão* e remete diretamente à técnica de ornamentação das cuias.

Em outra frente, possibilitou equipar todo o Ponto de Cultura em seus espaços de trabalho, reunião, leitura e consulta a obras audiovisuais. Atualmente, uma equipe de professores e alunos da Ufopa orienta e auxilia comunitários

no acompanhamento do processo de registro da marca coletiva e na realização de atividades de manutenção dos espaços, difusão de acervos e divulgação de atrativos turísticos do lugar em que o Ponto de Cultura está sediado.

A sucessão de projetos implementados na região de origem da Asarisan suscita questionamentos acerca dos processos e efeitos associados à introdução de novas lógicas de trabalho, mercado e valor no campo do artesanato, e à entrada de agentes sociais externos no plano da vida cotidiana de moradores de comunidades tradicionais.

Realizando o acompanhamento técnico dos projetos do CNFCP e da própria Associação durante o período de 2002 a início de 2010, e, a partir de abril desse mesmo ano, na coordenação de ações de pesquisa e extensão da Ufopa, tive a oportunidade de verificar transformações do contexto que atraiu os projetos para a localidade de residência das sócias daquela entidade: a produção tradicional do artesanato de cuias.

Abordar essas mudanças em aspectos que frequentemente fogem à escrita técnica de relatórios de atividades e prestação de contas de proje-

tos é o objetivo do artigo que integra este livro. Com uma narrativa centrada na experiência, busca-se restituir à memória informações capazes de contribuir para futuras análises acerca de projetos e mudança social em comunidades tradicionais na Amazônia.

A segunda parte do livro consiste numa galeria de desenhos encontrados em cuias das coleções museológicas e particulares pesquisadas, em que sobressaem padrões florais de ornamentação e outros riscos apropriados pelas artesãs ao longo das últimas intervenções em Santarém, incluindo representações da fauna local e grafismos originários da cerâmica tapajônica.

Todos os ornamentos gráficos reproduzidos nesta seção passaram pelo processo de transposição de desenhos das cuias para o papel, no escopo do trabalho realizado por Luciana Alem Genari para o CNFCP, com vistas à reconstituição e difusão do repertório iconográfico das cuias.

Deve-se observar que foram priorizados desenhos efetivamente presentes na produção atual de cuias da Asarisan, descartando-se aqueles que, embora constantes na chamada ‘apostila de desenhos’ distribuída entre as artesãs, não foi incorporado ao repertório de uso.

O conjunto de textos, imagens e desenhos aqui expostos não exaure reflexões instigadas pelo artesanato de cuias de Santarém, nem esgota o inventário dessa produção artesanal no Pará, no qual outras localidades, por motivos diversos, também devem ser contempladas.

A perspectiva adotada é mediada pelas experiências construídas na interação continuada com um grupo específico de artesãs – que assim se reconhecem entre as inúmeras mulheres produtoras de cuias em Santarém –, e não se pode desligar das condições objetivas e subjetivas dos diálogos estabelecidos com a Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém.

# Artesanato e mudança social: sobre projetos e comunidades em Santarém

Luciana Gonçalves de Carvalho  
PAA/ICS/Ufopa

A confecção de cuias tingidas com pigmentos naturais e decoradas com traços incisos constitui, provavelmente, uma das tradições artesanais mais antigas no baixo curso do rio Amazonas, persistente até os dias atuais. Na passagem do naturalista Alexandre Rodrigues Ferreira pela Amazônia entre 1786 e 1789, foram, pela primeira vez, registrados detalhes referentes a processos e técnicas de produção, modelos e circuitos comerciais envolvendo as cuias que mulheres indígenas preparavam na região.

*As cuyas são os pratos, os copos e todas as baixelas dos Indios. Cada hum tem em sua casa huma dellas reservada para dar a beber, ou a água ou os seus vinhos ao Principal quando o vizita, ou casualmente, ou em algum dia de convite. Consiste o distintivo della, em ser ornada de algum búzio, seguro por huma bólla de cera, toda cravada de mussanga, e sua muraquitã em cima, que lhe serve de aza em que pega o Principal.*

*Por mais diligencia, que fiz comprar huma destas, a satisfação de sua dona, não foi possível, tanto he o preço que fazem da taça por onde bebe o seu Principal; também o branco, a que ellas offerecem agoa na tal Cuya, pode lizongear do respeito e attenção que lhes merece. A maior grosseria, e desatenção neste caso, seria a de regeitar. (Ferreira, 1933 [1786]:62).*

A admiração do viajante ficou documentada em sua *Memoria sobre as cuyas*, já atestando o intenso contato interétnico que influenciaria o saber-fazer artesanal nativo. Conforme observa, “à imitação das Indias, também trabalham nas cuyas algumas Mazombas: trabalham já ensinadas pelos europeus no tocante às cores, ao gosto e à riqueza da pintura, ora dourada, ora prateada” (Ferreira, *op. cit.*).

Pouco antes, em 1763, havia chamado atenção do Bispo Frei João de São José o gosto que as cuias



Retirada do miolo ou bucho

despertavam nas fidalgas portuguesas, “que ocupam o tempo em fazer meia [e] costumam trazer nas cuias o fio, servindo de fundo a sacos pequenos de seda” (in Porro, 1995:148). E bem antes, em fins do século 17, Samuel Fritz já narrara, entre os Yurimagua e Aizuaire, e Métraux entre os Omágua e Cocaima<sup>1</sup>, a venda de cuias e cabaças vistosamente pintadas para outras nações.

De suas viagens por Santarém e Monte Alegre, Ferreira levaria para Portugal os diversos exemplares de cuias ornamentadas que atualmente integram coleções etnográficas do Museu da Universidade de Coimbra e da Academia de Ciências de Lisboa. Thekla Hartmann, que estudou essas coleções, propôs:

*Sobre os motivos ornamentais dessa pintura sobre cuias as fontes silenciam ou dão indicações tão vagas que apenas permitem concluir pela proficiência técnica das artesãs. Se chegar a pensar sobre o assunto, o pesquisador aceitará tacitamente que tais motivos obedeciam aos motivos tribais, passando a manifestar os primeiros sinais de degradação*



Ilustração de *Viagem philosophica*, de Alexandre Rodrigues Ferreira (1783-1792)

*que a experiência atual mostra serem resultantes da intensificação do contato com o branco.* (Hartmann, 1988:293).

Antônio Porro reconhece que “qualquer pessoa minimamente familiarizada com etnologia ou artesanato indígena custará a acreditar que eram índias as mãos que pintaram com maestria

aqueles motivos” (1995:148), mas concorda com Hartmann em relação à existência de “uma arte ornamental européia de alta sofisticação praticada por índios na Amazônia no século 18” (Hartmann, *op. cit.*:294). Segundo ele, o circuito mais abrangente de trocas culturais instaurado a partir da colonização portuguesa, com as missões jesuíticas, refletiu-se de modo próprio em práticas e ofícios nativos, transformando-os do ponto de vista social e estético.

*O que se pretende aqui sugerir é que dentro desse quadro geral, caracterizado por um processo predatório e espoliativo da população indígena, houve situações específicas em que segmentos dessa população tiveram a oportunidade de se inserir, de forma menos dramática que a habitual, no tecido social da nova ordem. O que permitiu ao indígena escapar à anomia e à degradação e, por vezes, um certo grau de ascensão social, foi a crônica carência, na Amazônia, de mão de obra qualificada para atender desde necessidades primárias como a feitura de roupas e calçados, até à demanda de carpinteiros, pedreiros, ferreiros, ourives, escultores e pintores. A formação profissional de índios aldeados foi dada pelos missionários, mas com o tempo eles ultrapassaram o âmbito relativamente fechado*

*e corporativo das missões, colocando-se, de uma forma ou de outra, a serviço da economia mais aberta das vilas e das fazendas.* (Porro, 1995:150).

No que tange ao artesanato de cuias, em especial, duas coisas parecem certas e incontestes para os observadores desde os tempos coloniais: o gênero de quem o produzia e o fato de que sempre esteve presente em diferentes mercados, dentro e fora de seu território de origem. Fontes pesquisadas por Hartmann “são unânimes em atribuir essa indústria à esfera feminina de atividades produtivas, tanto no antigo contexto tribal, como nos povoados e vilas coloniais” (*op. cit.*:295).

O ofício de “pintora de cuyas”, de acordo com a autora, era reconhecido nos censos dos 1700. Com efeito, muitas mulheres indígenas dominavam as tecnologias de cultivo, corte, modelagem, pigmentação e ornamentação dos frutos da cuieira (*Crescentia cujete*), uma árvore farta no Baixo Amazonas, para com eles confeccionarem utensílios domésticos dotados de alta carga estética e atrativos para mercados locais, intertribais e internacionais.

As transformações sociais ocorridas na região de Santarém e Monte Alegre ao longo dos úl-

1. Povos indígenas que ocupavam, nos séculos 16 e 17, extensões de terra da Amazônia Peruana.



Cuias pintadas com paisagens e representação de inscrições rupestres de Monte Alegre

timos cinco séculos de ocupação não chegaram a alterar essas duas características primordiais do artesanato de cuias, que permanece até hoje sendo um ofício feminino e de grande inserção em diferentes circuitos de mercado. Não se alterou, também, a permeabilidade desse artesanato em relação a interferências externas relativas a inovações estéticas e nas práticas de ofício das artesãs. Assim, embora tenham sido mantidas as técnicas de corte, modelagem e tingimento com pigmentos naturais, conforme registro de Ferreira, em 1786, pode-se perceber que foi processada uma variação significativa dos motivos com que se decoram as peças de cuias.

Infelizmente pouco se sabe sobre a evolução e a diversificação das padronagens dos ornamentos aplicados às cuias no decorrer do tempo. Porém, é possível afirmar, com base em relatos colhidos junto a antigas artesãs de Santarém e Monte Alegre, que a primeira metade do século 20 trouxe a introdução de pinturas feitas com tintas industrializadas, geralmente representando paisagens – amazônicas ou não –, e de dizeres típicos de suvenires – *Lembrança de Santarém* ou *Lemb. de Monte Alegre, Pará, Brasil*.

A novidade, hoje absolutamente incorporada no repertório considerado tradicional em todo o

Pará, esteve associada à expansão da industrialização e da urbanização na Amazônia, e difundiu-se por obra de artesãos urbanos, tanto homens quanto mulheres, que, à semelhança de antigos colonizadores, fizeram reorganizar a cadeia produtiva das cuias na região do Baixo Amazonas.

A mudança foi sensível em Santarém. Artesãos da cidade, desprovidos das técnicas e matérias-primas necessárias à confecção de cuias até a etapa de seu tingimento, se especializaram na pintura de paisagens em cuias pretas (tingidas) e lisas, isto é, sem ornamentos incisos, adquiridas das mulheres ribeirinhas que tradicionalmente respondiam por toda essa produção artesanal.

Nas várzeas do rio Amazonas, onde se concentram comunidades produtoras desse artesanato, processou-se certo abandono das práticas de ornamentação, como adequação do produto a um mercado que tendia a priorizar as cuias lisas (no caso dos artesãos urbanos que as compravam para trabalhar e revender) e pintadas com paisagens (no caso de turistas).

Enquanto isso, em Monte Alegre, também ocorreram transformações no artesanato de cuias, que, segundo creem muitos *pinta-cuias* (alcunha pela qual são conhecidos regionalmente os que nascem no município), ali teria tido origem. A decadência da produção local no século 20 é acentuada, de acordo com o escritor monte-alegrense Cícero Nobre de Almeida, e se deve à difusão do segredo dos processos de tingimento das cuias, por sua vez relacionada à migração de artesãs para Santarém.



*O segredo das cuias pintadas foi afinal revelado a outras pessoas, e a indústria artesanal de Monte Alegre propriamente dita tornou-se amplamente divulgada, pois, com a mudança da neta daquela primeira confeccionadora (...) para Santarém, a manufatura para lá se transferiu e se ampliou na progressista cidade do Tapajós.*

*Lá floresceu e se aperfeiçoou mais e mais, tanto que, agora, é famosa a indústria das cuias pintadas de Santarém, enquanto nós em Monte Alegre continuamos como antigamente.*

*Em Santarém ganha-se bastante dinheiro com esse tipo de trabalho e nós, monte-alegrenses, que não soubemos nos aproveitar da atividade na qual fomos os pioneiros, ficamos apenas com o apelido de 'pinta-cuias'. Na terra de cego quem tem um olho é rei! (Almeida, s/d:137).*

Vale ressaltar que, paralelamente à expansão das fronteiras econômicas e urbanas na Amazônia, a população total e urbana de Santarém cresceu significativamente ao longo dos 1900. Sucessivas levadas migratórias constituíram um fator importante desse crescimento que fez de Santarém a segunda principal cidade do Pará, hoje com cerca de 295 mil habitantes, apontada como futura capital do Estado do Tapajós.<sup>2</sup> De acordo com Pereira, essa urbanização não estava relacionada apenas ao crescimento da cidade e de sua população, mas também

2. Em maio de 2011 foi aprovado na Câmara de Deputados o projeto de realização de plebiscito para decidir proposta de desmembramento do Pará em mais dois estados: Carajás e Tapajós. E no dia 11 de dezembro de 2011, os cidadãos paraenses decidiram pela não divisão



Mulher servindo mingau no Surubim-Açu, Santarém

*à (re)socialização da população migrante (consumo de novas informações e busca de satisfação de necessidades básicas como educação, saúde e novas oportunidades de trabalho); ao desenvolvimento de uma nova racionalidade propiciada pela vida na cidade, que, tanto interfere na sua visão de mundo, quanto orienta a sua tomada de decisão; ao desenvolvimento de uma economia urbana e por um mercado de trabalho em bases assalariadas. Define-se, portanto, pela instauração do modo de vida urbano. (Pereira, 2004:43).*

do estado: 66,59% votaram contra a criação do Estado de Carajás e 66,08% rejeitaram a criação do Estado de Tapajós. Para um estudo crítico do projeto de criação do Estado do Tapajós, ver Dutra (1999).



Consumo de tacacá no Ver-o-Peso, Belém

Foi justamente nesse contexto de urbanização da Amazônia que as cuias se consagraram e adquiriram visibilidade como recipiente obrigatório do tacacá, prato da culinária regional que ganhou as ruas<sup>3</sup> e os circuitos turísticos, fixando-se no imaginário nacional como um dos mais eloquentes signos identitários do Pará.

3. O antropólogo Daniel Bitter afirma que o ofício de tacacazeira surge juntamente com outras profissões de rua, no bojo de processos de urbanização e modernização das grandes e pequenas cidades da Amazônia, sobretudo na segunda metade do século 20. Revela que muitas mulheres oriundas de áreas rurais, passando a viver nas cidades, buscam complementação da renda familiar na venda de iguarias produzidas em suas cozinhas e oferecidas em bancas, tabuleiros e pequenas extensões da casa. Segundo ele, "a crescente profissionalização dessa prática contribui para a diferenciação das tacacazeiras em relação às cozinheiras que

*Como falar em comidas típicas sem mencionar o tacacá? A começar pela cuia, onde é servido. Esta iguaria é a cara – e por vezes o cheiro – do Pará. As esquinas de Belém confirmam isso. Os cruzamentos da cidade são pontuados por bancas ou carrinhos de tacacá. (A Província do Pará, 12/10/92).*

A produção de cuias de tamanho e formato apropriados para o consumo de tacacá (adequados também para mingaus, caldos, sopas e outros pratos líquidos) ainda hoje é expressiva em muitas localidades do Pará que preservam modos de fazer semelhantes. Contudo, de acordo com os locais, variam consideravelmente as características finais do produto, sobretudo em relação à pigmentação e ornamentação.

Santarém, por motivos já apresentados no Inventário dos Modos de Fazer Cuias no Baixo Amazonas

preparam o mesmo prato no interior das residências (...). Com suas barracas, quiosques e carrinhos espalhados pela cidade integram a paisagem urbana, acompanhando o ritmo de seu desenvolvimento histórico e econômico. Detentoras de saberes e segredos, elas dão continuidade não apenas aos modos de fazer um elaborado prato, mas a formas de sociabilidade características das cidades, suas ruas e sua população. Para mais informações, consultar o Dossiê do Ofício de Tacacazeira na Região Norte, produzido a partir de inventário coordenado por Maria Dina Nogueira Pinto e pesquisas complementares de Daniel Bitter.

e em seus subprodutos<sup>4</sup>, é um polo produtor fundamental, onde esse artesanato adquiriu importância e visibilidade ímpares. No município, são destacadas as localidades de Carapanatuba, Centro do Aritapera, Cabeça d’Onça, Surubim-Açu e Enseada do Aritapera, onde, nos últimos anos, tem se desenvolvido uma série de projetos voltados especificamente para o apoio à produção e comercialização de cuias, e para a valorização do produto e de suas produtoras no contexto local e abrangente.

Tendo gozado da oportunidade de acompanhar boa parte desses projetos na condição de executora ou observadora, e também de assistir a transformações do próprio artesanato tradicional de cuias, pretendo aqui retratar alguns

4. Ver Inventário dos Modos de Fazer Cuias no Baixo Amazonas, cd-rom Cuias do Baixo Amazonas, e documentário audiovisual Cuias do Baixo Amazonas. CNFCP/Iphan, 2006.



Lenil Maia tingindo cuias com cumatê e seu pincel de penas de galinha

pontos importantes para a compreensão das relações entre permanência e mudança nesse universo social.

O projeto, em si, instiga a reflexão sobre os processos de intervenção e introdução de novas lógicas e estéticas trazidas por agentes sociais externos a comunidades ribeirinhas da região. A interação entre aqueles agentes e moradores no âmbito da comunidade enquanto palco de intervenção social altera expectativas e premissas de ambos os lados, e frequentemente tensiona as lógicas dos projetos, obrigando a revisões.

## Identificando a comunidade

O primeiro contato com as artesãs das comunidades de Carapanatuba, Centro do Aritapera, Cabeça d’Onça, Surubim-Açu e Enseada do Aritapera se fez para implantação do projeto Cuias de Santarém, como parte do Programa Artesanato Solidário, em 2002. Esse era um projeto do Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular<sup>5</sup>, órgão federal vinculado ao Ministério da Cultura cuja missão é realizar pesquisa, documentação, difusão e fomento de expressões da cultura popular brasileira, com especial atenção para o artesanato. O projeto Cuias de Santarém contava com recursos da Petrobras Distribuidora e fora concebido por técnicos da casa, conforme o escopo da proposta geral do Programa ao qual se associava – à época, um programa do Governo Federal voltado para geração de renda a partir de incentivos à produção artesanal de várias localidades no país.

O primeiro passo foi uma visita a campo para apresentação da proposta geral e consulta aos grupos produtores de cuias preliminarmente

5. O Centro era então ligado à Fundação Nacional de Arte. Em 2003, passou a integrar a estrutura do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, vinculando-se a seu Departamento de Patrimônio Imaterial.

identificados como possível público do projeto. Esperava-se um encontro com a comunidade produtora do artesanato que se desejava apoiar – escolhida à distância mesmo para receber um projeto em função de sua alta significação e tradicionalidade no rol da produção artesanal oriunda do Norte brasileiro.

Na sede municipal de Santarém, foram feitas visitas a instituições e entidades que atuavam nas áreas de cultura e artesanato; também foram consultados donos e funcionários de lojas de artesanato e souvenirs, além de pessoas ligadas a movimentos sociais com amplo conhecimento sobre localidades do interior do município. Buscava-se, junto a esses informantes, indicações



Paisagem da cheia na região do Aritapera, Santarém

de onde e como encontrar a comunidade produtora das cuias que enchiam as lojas, as bancas e os olhos dos consumidores em Santarém.

As indicações mais seguras e confiáveis, porém não muito fáceis de obter, conduziam ao Aritapera, embora não esclarecessem exatamente o que era o Aritapera: um povoado, uma comunidade, um distrito, uma região? Importava que grande parte das cuias à venda na sede municipal vinha de lá, e, assim, lá era provável que encontrássemos grupos produtores com o perfil visado pelo projeto. Vale ressaltar que, na lógica dos projetos,

frequentemente atada a tipificações e objetificações exigidas por técnicos, avaliadores e financiadores, muitas inferências são feitas antecipadamente por formuladores sem conhecimento das realidades etnográficas extremamente complexas em que se pretende atuar. No caso em questão, o primeiro

desafio do projeto era identificar senão seu público alvo ou beneficiários (termos rejeitados por alguns), seus efetivos interlocutores.

Na companhia de uma professora da cidade, integrante do movimento indígena e boa conhecedora do interior de Santarém, foi feita a primeira visita ao Aritapera. No percurso, de lancha, foi ficando mais claro o tamanho do Aritapera, pois o piloto revelou que não sabia muito bem em qual das comunidades atracar para que pudéssemos entrar em contato com uma artesã de cuias.



Mapa da região redenhado por Luciana Alem Gennari

Subindo o rio Amazonas, optou por parar na primeira comunidade conhecida: a Enseada do Aritapera. A artesã que veio receber a equipe explicou que, sim, ali era o Aritapera, o lugar procurado, onde moravam várias produtoras de cuias. Mas deixou claro que havia outras comunidades do Aritapera onde do mesmo modo se confeccionavam cuias, e que o projeto não poderia, por isso, se restringir a atuar na Enseada. Assim, ela mesma se encarregaria de articular as demais artesãs para uma reunião com a equipe do projeto.

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, assim descrita à primeira vista:

*Uma comunidade interessante, muitas cuieiras. Dizem que vendem o cento de cuia verde pras mulheres de outras comunidades por R\$10,00. O Aritapera não tem cuieiras como lá. Ainda tem outros recursos a mais que a Enseada, que nós vimos. Tem posto de saúde e acesso facilitado por uma lancha que vai e vem todo dia. No entanto, tem uma relação um pouco dificultada com as demais comunidades, principalmente o Aritapera. (Carvalho in Cavalcanti e Matoso, 2003:35).*

O Aritapera ainda não era percebido pela equipe do projeto em todas as suas divisões, mas já se delineava uma distinção em relação à Cabeça d’Onça e Surubim-Açu – desta, aliás, sobressaíram as fronteiras entre a parte situada no Município de Santarém e a outra, situada no Município de Alenquer, que, na verdade, correspondiam a duas comunidades diferentes. Diante das artesãs do Surubim-Açu de Alenquer, a equipe do projeto Cuias de Santarém devia questionar sobre a abrangência (o território e o público alvo) do mesmo.

Mais tarde, o contato com as mulheres revelaria que o território até então compreendido como Aritapera constituía-se, para fins de delimitação da procedência do artesanato de cuias, de três comunidades – Centro, Enseada e Carapanatuba. Não entrava nessa lista, por exemplo, a Costa do Aritapera, a Boca de Cima do Aritapera ou o Piracãoera, contíguas à área em questão. Cabeça d’Onça e Surubim-Açu, embora mantivessem conexões sensíveis com as anteriores, não eram o Aritapera.

Dessa realidade surgiu um dos desafios mais importantes: lidar com a existência postulada da ou das comunidades produtoras de cuias e, sobretudo, com seus limites. A própria noção de comunidade precisava ser criticada, em aspectos conceituais e etnográficos.

A noção encontrava fundamentos nos estudos de comunidade<sup>6</sup> – tradição que tomou conta da Antropologia brasileira na década de 1950, a partir do contato com os trabalhos de Willems em Cunha (1948) e Redfield em Yucatán (1949), e cujos principais expoentes na Amazônia foram

6. Ver Vila Nova (1992) para um breve apanhado sobre os estudos de comunidade no Brasil

Wagley (1977) e Galvão (1976), com seus estudos de organização social e sistemas de crenças em povoados ribeirinhos do Baixo Amazonas. Segundo Wagley,

*nas comunidades existem relações humanas de indivíduo para indivíduo, e nelas, todos os dias, as pessoas estão sujeitas aos preceitos de sua cultura (...). Na comunidade a economia, a religião, a política e outros aspectos de uma cultura parecem interligados e formam parte de um sistema geral de cultura, tal como o são na realidade. Todas as comunidades de uma área compartilham a herança cultural da região e cada uma delas é uma manifestação local das possíveis interpretações de padrões e instituições regionais. (Wagley, 1977).*

Sem dúvida, as cinco comunidades cujas representantes compareceram à reunião convocada entre artesãos do Aritapera partilhavam, sim, uma herança cultural comum, além de se situarem em terras contíguas ou interligadas por um complexo de rios e lagos que as aproximavam. Mas havia diferenças marcadas entre elas, e o Aritapera representava uma realidade em múltiplos níveis, nem sempre objetivamente apreensíveis.



Nenhum critério – geográfico, demográfico, sociológico, religioso, etc – daria conta, por si só, de estabelecer os contornos daquela comunidade imaginada como base do projeto de apoio ao artesanato de cuias. O próprio termo era, sem dúvida, capcioso, embora fosse eloquente na lógica dos projetos que precisam delimitar seu público alvo e território para os financiadores, e também na dos movimentos sociais e filiações religiosas – estas que, na prática, ajudaram a forjar e difundir a noção por intermédio do Movimento Eclesial de Base (MEB) – em povoados ribeirinhos da região. Azevedo e Apel relatam que:

*sociais (em sua maioria informais), que surgiram deste trabalho garantiram um sucesso (duradouro ou não), em muitas comunidades, no fortalecimento, tanto interno como externo, destes atores sociais. Este contexto sociorganizativo vem passando por um processo evolutivo dinâmico e se adaptando e/ou sendo adaptado, às novas realidades políticas, sociais e ambientais na Amazônia. (Azevedo e Apel, 2004:16).*

Em estudo sobre a implantação de acordos de pesca e projetos de cogestão comunitária de recursos naturais na região de várzea, inclusive o Aritapera, os autores entrevistaram a pedagoga

Maria Fernanda Pimentel, que atuou no MEB em Santarém durante 10 anos e, mais tarde, em ações de educação ambiental do Projeto Várzea e do Projeto Manejo dos Recursos Naturais da Várzea (ProVárzea)/Ibama. Dentre os objetivos do movimento, conforme relatados por ela, destacavam-se os de “criar, em torno de cada grupo, uma vida comunitária, despertando o espírito de coletividade e da solidariedade, numa visão crítica da realidade” e de “contribuir na integração do homem do campo com sua comunidade, na perspectiva de transformação global, a partir de sua condição concreta, cultural e histórica” (in Azevedo e Apel, *op. cit.*:18). A “grupalização” era uma vertente fundamental de atuação do movimento, entendida como a formação de grupos comunitários, chamados “grupos de base”, que deveriam receber acompanhamento sistemático e assessoria de organização.

A comunidade, nessa ótica, não se assentaria apenas em laços de parentesco, vizinhança e compadrio, nem na partilha de um território ou uma cultura comum (Tönnies, 2001). Dependia da construção de um senso comunitário associado a uma “visão crítica da realidade” e à proposição de ações objetivas de transformação dessa

realidade. A lógica comunitária fomentada pela Igreja Católica nas várzeas de Santarém combinava-se, assim, com os princípios associativos fundantes do projeto de intervenção social para valorização do artesanato de cuias no Aritaperá.

### Transformando a comunidade

O projeto Cuias de Santarém se definia e apresentava às artesãs como uma proposta de apoio ao seu artesanato tradicional, compreendido como todo o saber-fazer das cuias tingidas com pigmentos naturais e ornamentadas com incisões. Era voltado para um contexto marcadamente coletivo e não abarcava, por exemplo, artesãos urbanos



Marta Maduro preparando o tingimento de cumatê

que ornavam cuias lisas com pinturas de tintas industrializadas, ainda que trabalhassem em meio a grupos familiares no núcleo doméstico.

A existência da *comunidade*, então, era um fator importante para implementação do apoio proposto. Não havia, contudo, obrigatoriedade de identificação dessa comunidade com fronteiras geopolíticas preexistentes, e os limites da comunidade produtora de cuias poderiam se estender até mesmo para o Município de Alenquer, desde que houvesse entre as artesãs algum acordo sobre isso. Tratava-se, portanto, de, junto delas, (re)definir a(s) comunidade(s) produtora(s) de cuias pretas e decoradas visadas pelo projeto. Ao mesmo tempo, o projeto acabaria por estimular a criação de uma nova comunidade. Acabaria, também, por se tornar a personificação de um novo agente no contexto local, de modo que se tornou comum mencioná-lo como se fosse um ente.

Desde o início dos trabalhos o nome do Aritaperá ficara gravado em relatórios, depoimentos e lembranças, e, do ponto de vista técnico, já denominava o território do projeto. Ele também era eficaz em Santarém para designar um conjunto de localidades próximas que mantinham

relações estreitas em experiências mais antigas de atuação coletiva no âmbito de projetos voltados para catequização, pesca, educação e preservação ambiental. No entanto, no que tange ao artesanato de cuias, era forçoso considerar dissensões entre artesãs das cinco localidades reunidas em torno da proposta oferecida pelo CNFCP.

As primeiras diferenças marcantes entre artesãs se revelaram em discursos acerca da beleza e qualidade atribuídas às cuias de distintas procedências. Já na primeira reunião do grupo, um debate intenso se formou em relação às formas de tingimento das peças – se o pigmento era extraído com água fervente ou aquecida ao sol. Toda a discussão, mais que propriamente a qualidade das peças, revelava a dinâmica de aliança e separação entre as comunidades de pertencimento das artesãs querelantes. Assim, na esfera de um saber comum, pequenas variações nos modos de fazer carregavam grandes distinções entre as artesãs de diferentes localidades. Conforme relato da primeira reunião, realizada no Cabeça d’Onça:

*A rivalidade se acentuou com o caso do cumatê fervido, que apareceu na reunião e causou problema, discussão que rendeu até hoje. De um lado,*

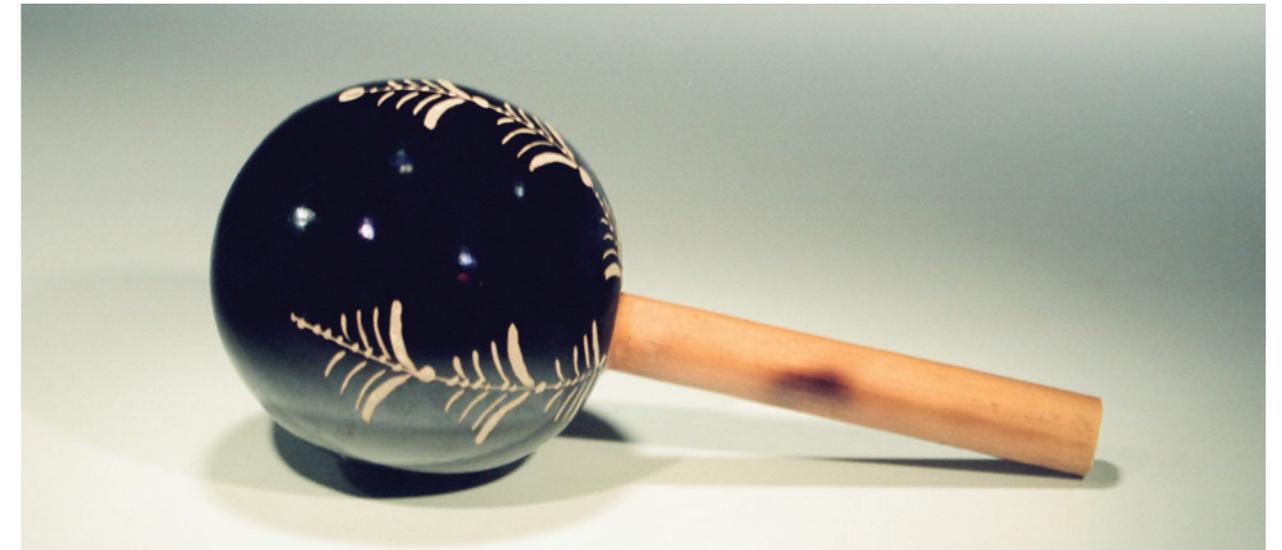
*Aritapera com o cumatê cru, melhor qualidade das cuias – segundo alegam. De outro, Cabeça d’Onça e Surubim-Açu, com o cumatê fervido. As primeiras, revoltadas com as outras, que dizem que suas cuias espocam em menos de 3 meses. No entanto, há quem diga na própria comunidade que o certo é o cru, que realmente não se deve ferver, como antigamente. Isso complicou, algumas mulheres do Cabeça d’Onça saíram da reunião se sentindo provocadas pelas de Aritapera (...). Mas todas já sabem que a qualidade será um ponto-chave na relação com o projeto. Acho que vão pensar duas vezes antes de cozinhar o cumatê – se é que de fato isso interfere na qualidade, e não é só uma questão de marcar diferenças entre rivais.*

*Apesar do problema cru-cozido, minha avaliação é de que foi um bom papo, estão animadas com o projeto e já querendo saber por onde começar. Principalmente o Aritapera... Embora não tenham muitas cuieiras dando fruto agora e tenham encomendado do Cabeça d’Onça – que já não quer mais vender, porque está com raiva... Mas acho que isso passa... (Carvalho in Cavalcanti e Matoso, 2003:35).*

A comunidade de atuação do projeto, como ficou evidente, nunca seria um lugar só. Ora se

apresentaria integrada, ora partida. Assumiria fluidas fronteiras que sucessivamente se redesenhariam conforme os interesses das artesãs e para com elas, por parte de agentes externos envolvidos no projeto ou por esse atraídos. Enquanto isso, a comunidade imaginada do Aritapera ganhava projeção nas ações de pesquisa, documentação, difusão e comercialização de cuias produzidas nas cinco comunidades já identificadas.

Tais ações, por sua vez, pressupunham intensificação da divulgação, abertura de novos pontos de venda e reorganização do trabalho para a comercialização das tradicionais cuias junto a públicos diferenciados e ainda não acessados pelas comunidades produtoras. Na prática, significava propor um rearranjo da cadeia produtiva do artesanato, especialmente no que se refere à intermediação operada por agentes – geralmente designados como atravessadores ou, na linguagem local, marreteiros – que facilitavam a chegada dos objetos, feitos nas comunidades ribeirinhas, até a sede de Santarém e aos canais de comercialização que a partir dela se espriavam dentro da própria cidade. Para esses agentes, em geral, as cuias eram vendidas em dúzias pelo preço médio de três reais à vista, em 2002, e, como exposto



Maracá

na primeira seção deste artigo, eram preferencialmente lisas. Quando ornadas com incisões, o preço médio da dúzia aumentava em torno de 50 centavos.

Para atingir diretamente públicos externos, sem a dependência de intermediários, o projeto propunha, de imediato, duas mudanças importantes: primeiro, as artesãs deveriam retomar a prática dos desenhos incisos nas cuias – no linguajar técnico, essa medida agregaria valor cultural ao produto. Como havia um quadro de relativo “esquecimento” do repertório iconográfico tradicional do artesanato, algumas mulheres foram buscar inspiração para os desenhos em bancas

de jornal da cidade, mais especificamente em revistas de bordado. Diante de relatos de tentativas falidas de transposição dos pontos bordados para as cuias, o projeto iniciou um trabalho de pesquisa e reprodução de motivos ornamentais de cuias encontradas em coleções de museus brasileiros e particulares, provenientes de Santarém e Monte Alegre.

Esse trabalho, feito por Luciana Alem Gennari e estudado em outro capítulo desta obra, abrangeu três classes de padrões. Primeiramente, concentrou-se nas coleções pesquisadas, das quais sobressaíam os motivos florais – coras, ramos, ramalhetes, flores de todos os tipos e tamanhos –,

aplicáveis nos centros ou bordas das cuias. Num segundo momento, observando linhas contemporâneas de produtos artesanais baseados em motivos “étnicos”, estendeu-se à reprodução de padrões geométricos da cerâmica tapajônica, referência cultural de Santarém. Por último, já ao longo do andamento do projeto, debruçou-se sobre representações faunísticas criadas pelas artesãs a partir de figuras encontradas em livros paradidáticos. Todos os padrões reproduzidos foram impressos em cor preta sobre papel branco e reunidos numa encadernação a que deram o nome de “apostila”. Esta foi distribuída nas localidades envolvidas no projeto e, para alívio das artesãs mais antigas e habilidosas, que passaram a ensinar as mais jovens a riscar cuias, os desenhos ali correspondiam ou à memória do repertório conhecido desde suas avós, ou a referências culturais locais.

A segunda mudança aventada pelo proje-

to envolvia, para as artesãs, apostar no envio de sua produção para lojistas, consumidores e outros pontos de venda fora da cidade e até mesmo do estado. Para esses casos, o sistema de consignação foi apresentado ao grupo, que, inicialmente, se mostrou reticente diante de um modelo de troca comercial descombinado do pagamento imediato, em dinheiro (ainda que pouco). Assim mesmo, animadas com a perspectiva de receberem melhores preços nas peças tão desvalorizadas em Santarém, aceitaram os riscos vislumbrados e se engajaram em consignações com alguns pontos de venda articulados pelo próprio projeto.



Cuia pitinga decorada com incisões

A nova forma de comercialização, por sua vez, exigia transformações na esfera da produção e da distribuição do trabalho. Era preciso, por exemplo, identificar a autoria e a procedência das peças para que os revendedores, longe das produtoras, pudessem

lhes remeter os devidos pagamentos. Portanto, uma etiqueta de identificação e preço deveria acompanhar cada peça. Isso era uma novidade no contexto local e trazia pelo menos duas questões: a definição de autoria e procedência, e a operacionalização das transações financeiras.

A resposta à primeira questão revelou algo insuspeitado sobre a organização das artesãs. De costume, como se sabia, cada uma trabalhava em sua casa, sozinha ou com auxílio de familiares. Porém, a partir da primeira grande remessa de peças para o projeto, começaram a adotar uma forma coletiva de produção. Quando se viram individualmente desprovidas de recursos para adquirir todos os insumos necessários à produção de cuias para uma encomenda, formaram cinco pequenos núcleos de produção, um em cada comunidade, exclusivamente com as mulheres que aderiram ao projeto.

Nesses núcleos, nem todas eram exímias artesãs; havia até mesmo algumas aprendizes e ajudantes que, sem dominar as técnicas do artesanato, ajudavam nas etapas mais pesadas de trabalho, que não exigiam habilidades específicas (por exemplo, a coleta, o corte, a raspagem e alisamento dos frutos

da cueira), numa espécie de linha de produção. De todo modo, passaram a trabalhar no mesmo horário e local escolhido pela maioria (à sombra de uma árvore, num quintal ou casa de farinha), e a perseguir juntas parâmetros de boa qualidade e acabamento das peças (destreza dos traços, regularidade da superfície, suavidade do corte, fixação, durabilidade e brilho do tingimento).

Assim, a coletivização do trabalho nos chamados núcleos de produção deu a regra de identificação das peças: a autoria era coletiva, e a procedência era a comunidade. O núcleo tornara-se, portanto, a unidade mínima e autossuficiente da produção.

A remessa de dinheiro das vendas fora de Santarém era uma questão mais complicada. Quase ninguém tinha conta bancária, e era preciso enviar dinheiro para contas de agentes do projeto, que ficavam encarregados de ir às localidades para fazer a distribuição dos ganhos entre os núcleos, conforme planilhas de vendas. Essa dificuldade só seria sanada, e mesmo assim parcialmente, com a criação da Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém (Asarisan), representando os cinco núcleos de produção.

Na nova lógica de produção e distribuição do artesanato, o projeto incentivava as artesãs a participarem de feiras, exposições, rodadas de negócios e outros eventos pelo país afora, onde deveriam buscar atingir diretamente segmentos que, além de pagar melhores preços pelos objetos de cuias, valorizassem as técnicas seculares dominadas pelas produtoras, reconhecendo-lhes o status de detentoras de conhecimentos tradicionais que integram o patrimônio cultural regional.

O senso de unidade, solidariedade, corresponsabilidade e confiança mútua era estimulado entre elas, independentemente de sua localidade de residência. Sempre escolhiam uma ou duas para representar o grupo e o projeto nas feiras, exposições e eventos fora das comunidades, com a responsabilidade de cuidar do transporte, da arrumação e das vendas das peças enviadas por todas.

Desde o primeiro evento de que participaram foi possível dimensionar o apelo e o valor comercial que o artesanato alcançava fora do mercado restrito de Santarém. Esse era, sem dúvida, um bem de consumo desejado nos grandes centros urba-

nos, onde 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).

Bons ganhos no mercado externo a Santarém fortaleceram os núcleos, que formaram capital de giro e puderam reinvestir recursos nas esferas de produção (compra de insumos), distribuição (despachos de encomendas pelos correios e transportadoras) e comercialização (montagem de barracas e participação em feiras, por exemplo). Por outro lado, o sucesso no comércio de artesanato trazia consequências nem sempre tão positivas na vida pessoal.

Na esfera familiar, mulheres que vieram a obter rendimentos mais altos que os do marido ou que foram participar de exposições e feiras em cidades como Belém, Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte enfrentaram um bocado de estranhamento, rejeição e críticas: certa vez, o esposo de uma artesã desabafou que ela nem sequer sabia mais o que era plantado na roça da família, e que, agora, ele é que tinha que levar o almoço para ela nos dias de trabalho no núcleo das artesãs.

Muitas jamais aceitaram os convites, alegando obrigações diárias com a casa, os filhos e o marido. Outras alegaram medo de avião e da cidade grande para não viajarem. É fato que várias delas raramente haviam saído de suas localidades de residência, e a perspectiva de se deslocar para tão distante parecia-lhes assustadora demais.

Aquelas que viajaram para os eventos voltaram para casa transformadas interna e, às vezes, externamente: uma senhora chegou a provocar

sobressalto na família quando vestiu, na comunidade, uma calça jeans comprada no Rio de Janeiro. Surpreendente também foi notar que, após ver as cuias expostas em vitrines e paredes de um museu, uma artesã pendurou na parede da sala de casa uma cuia riscada com incisões ao lado de outra, pintada com paisagens, que ostentava há anos como sinal de bom gosto.

Na esfera do artesanato propriamente dito, o novo tipo de contato das artesãs com bens e padrões de



Artesãs do Centro do Aritapera

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”. Na mesma região, os padrões florais chegaram a ser considerados expressões de uma estética *kitsch* popularizada no século 20, enquanto, em Santarém, correspondem aos motivos guardados na memória mais densa das artesãs, dos quais se tem registros desde o século 18.

Por fim, vale dizer que a apropriação dos desenhos foi diferenciada nas comunidades. Em algumas, as artesãs demonstraram maior pendor e aptidão para os desenhos florais tradicionais;

noutras, como é o caso destacado do Cabeça d’Onça, os grafismos tapajônicos e geométricos – que também foram chamados “indígenas” – tornaram-se a especialidade.

Sobre as formas de transmissão dos saberes e fazeres artesanais, o núcleo de produção assumiu funções tradicionalmente devotadas à família: nele, pelo contato com artesãs mais velhas e experientes, as moças mais jovens podiam aprender o ofício em todas as suas etapas. A socialização das jovens artesãs, embora não muito numerosas, se dava já dentro do novo sistema de produção e comercialização voltado para o mercado externo a Santarém, o qual requer, além do domínio das técnicas artesanais, habilidade para fazer o preenchimento de etiquetas, listas de peças e preços, despachos de encomendas, controle de planilhas de venda, administração de capitais de giro.

Isso não significa dizer que a figura do intermediário local tenha sido de todo eliminada, porque ainda hoje as artesãs podem recorrer a ele em caso de queda nas vendas externas – “tem as cuias para o marreteiro e as cuias para o projeto. A cuia que vai pra beira vai só com um tracinho assim, que me dá até vergonha de

fazer! A cuia que vai para o projeto vai com o desenho cheio”, explica uma artesã.

Na esfera comunitária, artesãs que aderiram ao projeto foram encaradas com desconfiança e repressão por parte de vizinhas, muitas das quais também são produtoras de cuias. Na realidade, nas cinco comunidades, muitas mulheres confeccionavam esse artesanato, mas demonstraram desinteresse ou descrédito em relação às propostas do projeto e se afastaram da equipe e das demais desde o início. Com o tempo, conforme as mudanças iam se efetivando em torno dos núcleos de produção instalados nas comunidades, foram se mostrando progressivamente mais críticas. A distinção se intensificou quando da fundação da entidade representativa das artesãs ligadas ao projeto, em maio de 2003 – exatamente um ano após a primeira reunião de implantação do projeto Cuias de Santarém.

A partir daquele ano, que coincidia com o fim do projeto, a Asarisan, com personalidade jurídica constituída, passaria a intermediar o diálogo e as trocas comerciais das artesãs organizadas nos cinco núcleos de produção com interlocutores em geral, no âmbito de projetos diversos e trans-



Tigelas feitas de cuias: pitingas e tingida

ferências de recursos. Aliás, com auxílio técnico adequado, a própria Associação viria a se tornar proponente e executora de projetos próprios, captando recursos para investimento em melhorias de espaços, instrumentos e condições de trabalho. Seus principais projetos foram viabilizados pela organização Brazil Foundation (2004-2005) e pelo Ministério da Cultura, por intermédio do Programa Cultura Viva (2005-2007).<sup>7</sup> Trouxeram conquistas e também problemas, desacordos e cisões. Alteraram, por fim, a própria vivência comunitária das artesãs, criando uma espécie de nova comunidade no âmbito da entidade.

Essa nova comunidade não tem limites geopolíticos precisos, sobrepondo-se a fronteiras marcadas entre localidades. É Aritaperá, como se pretendeu desde o início do projeto Cuias de Santarém. Mas é também Cabeça d’Onça e Surubim-Açu, motivo pelo qual se votou pela menção geral a Santarém no nome da associação, e não àquela região especificamente, muito embora em algumas ocasiões e contextos as mesmas localidades se identifiquem com ela.

7. Ver mais informações dos projetos em Carvalho (2004) e em texto técnico elaborado por Carvalho para o *Dossiê dos Modos de Fazer Cuias no Baixo Amazonas*, CNFCP/Iphan, 2010.

Relações de parentesco, vizinhança e compadrio, bem como uma herança cultural comum, também a perpassam. Mas o que efetivamente pode ser destacado como traço comum entre seus membros foi a assunção de uma identidade profissional até então raramente acionada.

Apesar de produzirem cuias pintadas e desenhadas desde jovens, muitas mulheres, quando questionadas sobre sua ocupação, mencionavam serem agricultoras, pescadoras ou donas de casa, omitindo o trabalho artesanal como ocupação. Se diretamente questionadas sobre a produção de cuias, frequentemente respondiam “sim, eu cuido em cuias desde que me entendi”, e logo se punham a descrever os processos de confecção das peças.

No entanto, artesã não era uma identidade adotada na maioria dos casos. Razões práticas fundamentam essa evitação, sendo a principal delas o receio da perda do seguro pago aos pescadores no período do defeso na Amazônia. Razões subjetivas também concorriam para a omissão, principalmente a associação do artesanato com o velho, sujo e ultrapassado, que se difundiu a partir dos processos de urbanização, industriali-



Fundadoras da Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém

zação e modernização da região, junto com um ideal de higienização que fez priorizar objetos de vidro e aço inox para o serviço de refeições.

A escolha do termo “artesã” para se apresentarem como grupo – a propósito, numa combinação com o termo “ribeirinha”, também desqualificado na região – representou uma mudança interna das mulheres que se envolveram em projetos. Marcou também a distinção entre elas e as demais produtoras de cuias nas localidades em que residem, frisando a diferen-

ça entre “cuidar em cuias” e “ser artesã”, ainda que essa identidade seja manipulada e/ou omitida em situações em que é preciso defender outros interesses.

Afinal, ser artesã não confronta com ser pescadora, agricultora, dona de casa, parteira, ribeirinha, indígena, quilombola, extrativista, etc – a não ser na lógica de políticas, programas e projetos que precisam delimitar muito bem seu público-alvo a partir do recorte simplificado de perfis de indivíduos e grupos complexos.

## Questões finais

*Se vier a existir uma comunidade no mundo dos indivíduos, só poderá ser (e precisa sê-lo) uma comunidade tecida em conjunto a partir do compartilhamento e do cuidado mútuo; uma comunidade de interesse e responsabilidade em relação aos direitos iguais de sermos humanos de igual capacidade de agirmos em defesa desses direitos.* (Bauman, 2003:128).

O artesanato de cuias produzido em Santarém na contemporaneidade é decerto resultado de uma série de trocas culturais passíveis de serem, senão detalhadamente descritas, ao menos hipoteticamente sustentadas. Não perdeu sua tradição, embora se tenha modificado ao longo dos séculos de contatos interétnicos no Baixo Amazonas, iniciados antes mesmo da conquista europeia e intensificados a partir da colonização portuguesa.

Tal como as cabaças decoradas do Peru, pode-se dizer que foi reestruturado “para manufaturar objetos estrangeiros e locais em benefício econômico dos conquistadores” (Acuña, 2010), mas suas transformações avançaram no tempo, acentuaram-se com a urbanização e industria-

lização da Amazônia, e, mais recentemente, se associaram a lógicas globais de intervenção em realidades de comunidades locais.

As mudanças mais recentes correspondem à entrada das mulheres produtoras de cuias no universo dos projetos. Como sugeriu Carneiro da Cunha, entenda-se por esse termo, hoje tão difundido e utilizado nos discursos de organizações não governamentais, instituições de governo, movimentos sociais, aldeias, quilombos e demais comunidades consideradas tradicionais, o seguinte:

*No vernáculo dos movimentos sociais amazônicos, a expressão ‘fazer um projeto’ adquiriu um significado muito próximo de solicitar uma doação, um presente, um financiamento... Embora a linguagem local enfatize a natureza econômica da atividade, sugiro que se deva entender por ‘projeto’ qualquer combinação de empreendimentos culturais, políticos e econômicos que dependam de agentes externos tanto quanto da população indígena.* (Cunha, 2009:340).

Na lógica dos projetos, a noção de comunidade e o sentimento de pertencimento a uma coletividade são postos como condições fundamentais



Fruteiras

de participação nas atividades propostas. Entretanto, comunidades, na prática, não são lugares de homogeneidade nem comunhão total de interesses. A existência de motivações, expectativas e heranças compartilhadas não anula o papel do indivíduo, que exerce distintos papéis sociais simultaneamente, participa de redes complexas de relações, e tem, por fim, autonomia para decidir integrar ou não os projetos apresentados às suas comunidades de pertencimento.

Ainda retomando Cunha, é notável que:

*‘projetos’ bem sucedidos geram uma modalidade associativa que por definição deve transcender a política local dos conflitos de aldeias e de facções que cons-*



*tituem a vida cotidiana. Não surpreende, portanto, que associações floresçam e declinem com o início e o fim de projetos.* (Idem)

A distinção operada entre “artesãs” e “mulheres que cuidam em cuias”, no caso estudado, teve expressão máxima justamente na esfera da associação criada como *persona* jurídica que subsumiu os indivíduos de diferentes localidades vizinhas e que, por meio de projetos específicos caracterizados como “de apoio ao artesanato de cuias”, os envolveu em torno de um projeto geral de valorização da identidade compartilhada, forjada no ofício que todos realizam, sem contrapor as diferenças enraizadas nas lógicas de pertencimento às comunidades de moradia de cada um.

## Referências bibliográficas

ACUÑA, Sirley Rios. El arte del mate decorado: trayectoria histórica y continuidad cultural. *Patrimonio cultural inmaterial latinoamericano II*. Artesanato. Cusco: CRESPIAL, 2010.

ALMEIDA, Cícero Nobre de. Os pinta-cuias. *Mosaicos de Monte Alegre*. S/l: s/d, p. 135-138.

AZEVEDO, Cleidimar Ribeiro de e APEL, Marcelo. *Co-gestão: Um processo em construção na várzea amazônica*. Manaus: Ibama/ProVárzea, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CARNEIRO DA CUNHA, M. “Cultura” e cultura: conhecimentos tradicionais e direitos coletivos. In: *Cultura com asas e outros ensaios*. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

CARVALHO, Luciana. *Dossiê dos Modos de Fazer Cuias no Baixo Amazonas*, CNFCP/IPHAN, 2010.

\_\_\_\_\_ Inventariando saberes, criando patrimônios. Textos escolhidos de cultura e arte populares. Semana de Cultura Popular. Rio de Janeiro: UERJ, 2004.

CAVALCANTI, Claudia e MATOSO, Chico. *Da sede ao pote*. São Paulo: Comunitas, 2003.

DUTRA, Manuel. *O Pará dividido: discurso e construção do Estado do Tapajós*. Belém: UFPA/NAEA, 1999.

FERREIRA, Alexandre Rodrigues. *Memoria sobre as cuyas (1786)*. Revista Nacional de Educação. Março de 1933, nº 6, p. 58-63.

GALVÃO, Eduardo. *Santos e visagens: um estudo de vida religiosa de Itá, Baixo Amazonas*. São Paulo: Nacional, 1976.

HARTMANN, Thekla. Evidência interna em cultura material. O caso das cuias pintadas do século 18. *Revista do Museu Paulista*, São Paulo, 1988, 33: 291-302.

HOBSBAWN, E. & RANGER, T. (orgs.) *A invenção das tradições*. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

PEREIRA, José Carlos Matos. *Importância e Significado das Cidades Médias na Amazônia: uma abordagem a partir de Santarém (PA)*. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido, do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos da Universidade Federal do Pará, 2004.

PORRO, Antônio. *O povo das águas: ensaios de etno-história amazônica*. Petrópolis: Vozes, 1995.

SANTOS, A.M. Aritapera: Uma comunidade de pequenos produtores na várzea amazônica (Santarém, PA). *Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi, Antropologia*, Belém, 1982, 83:1-58.

SANTOS, Paulo Rodrigues dos. *Tupaiulândia*. Santarém: Tiagão, 1999.

TÖNNIES, Ferdinand. *Community and Civil Society*. Cambridge Texts in the History of Political Thought. Cambridge University Press, 2001.

VILA NOVA, Sebastião. *O singular e o universal nos estudos de comunidade*. Texto apresentado na IV Jornada de Ciências Sociais, na Universidade Estadual Paulista. Marília, 1992.

WAGLEY, Charles. *Uma comunidade amazônica: estudo do homem nos trópicos*. São Paulo: Nacional, 1977.

WILLEMS, Emílio. *Cunha, tradição e transição em uma cultura rural do Brasil*. São Paulo: Secretaria da Agricultura do Estado de São Paulo, 1948.



# Acerca dos padrões de risco em cuias no Baixo Amazonas

Luciana Alem Gennari



*O fruto do cabaceiro, árvore de aspecto singular, que cresce isolado no tronco ou na parte nua de seus galhos, é muito apreciado pelos selvagens, porque lhes fornece recipientes naturais. Esses vasilhames, chamados cuias, são conhecidos de todos os índios que deles se servem para beber seus licores espirituosos nos dias de festas [...].* Jean-Baptiste Debret, <sup>1</sup>[s.l.], 1816/1831 (apud Bruno, 2001b:188).

## Cuias de Santarém

A laca preta contrasta com o fundo exposto pelas incisões que formam diferentes desenhos numa vasilha que, à primeira vista, parece ser tão frágil, mas é tão resistente a líquidos, alimentos ou usos cotidianos diversos e contínuos como um recipiente de primeira linha deve ser. Ao tatear o objeto semiesférico, a sensação que se tem é a de acariciar uma renda aplicada a uma super-

fície leve, fina e dura. O produto final passa ao largo da ideia de seu processo de produção, e ao mesmo tempo é impregnado de seu meio de origem. A cuia, parecida com a cabaça na forma, nos usos e na origem vegetal, fruto arredondado de uma árvore baixa e verdejante, é indissociável do imaginário na tradição indígena brasileira.

*Em lugar de pratos e copos, os aborígenes usam calabças (cabaças) cortadas ao meio e pintadas por fora com uma tinta vermelha a que dão o nome de “Uruku”, e, por dentro com tinta preta. Usam, também, calabças em lugar de latas, copos e canecas, a que dão os nomes de “Kuite”, “jaroba” e “kribuka”. As maiores dessas calabças têm capacidade para 30 ou 35 quartilhos; a estas dão o nome “Kuyaba”: quando, porém, são cortadas ao meio, têm o nome de “kuipeba”. Johann Nieuhof,<sup>2</sup> [s.l.], 1640/1649 (Idem:182-3).*

1. Jean-Baptiste Debret foi um pintor francês membro da Missão Artística Francesa, que esteve no Brasil entre 1816 e 1831.

2. Johann Nieuhof foi um comerciante holandês que viveu no Brasil entre 1640 e 1649 a serviço da Companhia Holandesa das Índias Ocidentais.

Cada uma das bandas do fruto da cuieira (*Crescentia cujete*), depois de partido ao meio, esvaziado do miolo e seco, é a cuia. Ela é encontrada nos relatos dos viajantes desde o século XVI, em várias localidades das regiões Norte e Nordeste. Ainda que Cícero Nobre de Almeida,<sup>3</sup> jornalista de Monte Alegre, reivindique para sua cidade o pioneirismo no trabalho de ornamentação das cuias do Baixo Amazonas,<sup>4</sup> reitera Cascudo (1998), a fama das cuias negras de Santarém, no Pará, ornamentadas, usadas, entre outras coisas, para servir líquidos e alimentos ou como objetos decorativos (Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular, 2006).

*As mulheres aqui [...] pintam cuias, que é uma certa espécie de cabaças redondas, que nascem em grandes árvores, e partindo as tais frutas ao meio servem para beber, sendo as mais estimadas nesta altura as que têm no lábio ou borda a pedra verde muiraquitã.* D. Frei João de São José Queiroz,<sup>5</sup> Santarém (PA), 1762 (apud Bruno, 2001b:188).

3. ALMEIDA, Cícero Nobre de. Mosaicos de Monte Alegre. Belém: Gráfica Santo Antônio, 1979. Os monte-alegrenses têm o apelido de pinta-cuias.

4. "Aqui se trabalha em algodão, e se fazem as mais galantes cuias de beber. Elas são cobertas de tinta preta com um verniz tão forte e tão fino, que não perdem facilmente o lustre, nem as diversas cores com que em linhas diferentes se pintam e embrecham." D. Frei João de São José Queiroz, Monte Alegre (PA), 1763 (apud Bruno, 2001b:188).

As cuias decoradas mereceram atenção desde os primeiros tempos da presença dos europeus na região do Baixo Amazonas e foram relatadas por muitos observadores com bastante entusiasmo. Chamava sua atenção a destreza das índias no ofício de ornamentação dos objetos, curiosamente constando dos censos da época, em torno dos séculos XVIII e XIX, "pintora de cuyas" como uma ocupação reconhecida (Hartmann, 1988; Porro, 1992). O artesanato de cuia sempre foi, sobretudo, um ofício feminino, aprendido ainda hoje no próprio núcleo familiar, cujo processo de produção se alterou muito pouco ao longo dos séculos.

Comparando a descrição do processo de produção das cuias pretas de Santarém contida no relato de Alexandre Rodrigues Ferreira<sup>6</sup> com o atualmente empreendido pelas mulheres ribeirinhas das várzeas santarenas<sup>7</sup>, a semelhança no fabrico é um singular hiato no tempo. Ainda

5. Frei João de São José Queiroz foi o quarto Bispo do Grão-Pará entre os anos de 1760 e 1763.

6. Alexandre Rodrigues Ferreira foi um naturalista que empreendeu, entre os anos de 1783 e 1792, no centro-norte, a *Viagem Filosófica pelas Capitanias do Grão-Pará, Rio Negro, Mato Grosso e Cuiabá*. Este relato consta de suas *Memórias sobre as cuias que fazem as índias de Monte Alegre e de Santarém*, de 1786.

hoje os frutos são colhidos e partidos ao meio com auxílio de serrotes ou facões, deixados de molho antes da raspagem e do polimento, para, então, receber o cumatê<sup>8</sup>, após o que repousam sobre uma *puçanga*<sup>9</sup> para que o verniz enegreça e a cuia possa receber tinta ou incisões (Ferreira, 1933; Carvalho, 2002; 2007).

A ornamentação foi invariavelmente ensinada às índias artesãs. Em parte, transmitida pela memória do próprio grupo, mas elas também aprenderam junto aos "brancos" a imitar originais europeus com excepcional destreza.<sup>10</sup> Essas cuias adornadas, além de servirem ao gosto da população local, despertaram interesse por seu potencial comercial, sendo bastante apreciadas tanto em âmbito local, seja pelo valor de uso, seja pelo valor de troca, como em outros países. Relatos de viajantes chamam a atenção para a habilidade das mulheres em decorar as cuias e para a versatilidade

7. Este comentário se refere às localidades Enseada do Aritapera, Centro do Aritapera, Carapanatuba, Surubim-Açu e Cabeça d'Onça.

8. Pigmento natural extraído da casca do axuazeiro ou cumatezeiro (Carvalho, 2002). De acordo com Houaiss (2009), o cumati ou cumatê é uma árvore nativa da Amazônia de cuja casca se extrai uma tintura roxa.

9. Estrado, também chamado de cama, preparado com uma camada de areia e cinzas, onde se borrifa urina humana, colocado em local protegido de intempéries. Sobre este estrado é feito um forro de palha onde repousam as cuias abafadas com uma lona,

de desses objetos, o que pode ter estimulado sua produção e a manutenção de determinados padrões decorativos (Easby, 1952; Hartmann, 1988).

*Aí residem algumas famílias de indígenas, que ocupam em fabricar louça ornamentada e cuias pintadas, que vendem aos negociantes ou aos viajantes de passagem [...]. As cuias são pintadas, às vezes, com muito gosto. O negro intenso do fundo é obtido por uma tinta, feita da casca da árvore chamada Cumatêa [...], cuja consistência permite receber belo polimento. As cores amarelas são feitas de tabatinga; o vermelho com as sementes de urucum; e o azul com o anil, que é plantado em redor das cabanas. A arte é própria dos índios amazônicos [...].* Henry Walter Bates,<sup>11</sup> Breves (PA), 1849 (apud Bruno, 2001a: 107).

Nas últimas décadas esse quadro sofreu alteração significativa, quando, em especial, o baixo

para que seu verniz enegreça em contato com a amônia extraída da urina (Carvalho, 2002).

10. É a esses exemplares que Hartmann (1988) se refere quando busca, nas coleções reunidas tanto por Alexandre Rodrigues Ferreira, entre 1783 e 1792, quanto por Spix e Martius, entre 1819 e 1820, associar ao contexto das relações interétnicas em áreas de alta cultura a incorporação de padrões artísticos ocidentais em sua produção artesanal.

11. Henry Walter Bates foi um naturalista inglês que, junto com Alfred Russel Wallace, empreendeu uma viagem à Amazônia em 1848, com o objetivo de recolher material para o Museu de História Natural de Londres.

preço do produto e a presença de atravessadores em sua comercialização contemporânea fizeram com que as mulheres responsáveis pelos riscos em cuias deixassem de ter interesse em comercializar os objetos ornamentados, legando seu repertório ao lugar do esquecimento (Carvalho, 2003).

A cuia é, ainda hoje, comercializada, lisa ou decorada, como artesanato característico do Pará; é na cuia, por exemplo, que se serve e se consome o tacacá<sup>12</sup>. A ela é dado este sentido de pertencimento ao lugar, como objeto tipicamente paraense, ou, talvez mais importante do que isso, o reconhecimento por parte da sociedade desse valor. A cuia tem ainda, para a população ribeirinha de Santarém, o mérito do uso cotidiano, pois são elas que se prestam

para “[...] pegar e armazenar água do rio, para tomar banho, cozinhar, consumir líquidos e alimentos em geral; ajudam a tirar água da canoa, [...] e também são usadas como acessórios decorativos nas paredes e prateleiras das residências [...]” (Carvalho, 2002:16-7).

A revalorização da prática da ornamentação de cuias promovida pelo projeto Cuias de Santarém<sup>13</sup> deu continuidade a este ofício e viabilizou sua sobrevivência, por conta do incentivo aos grupos para que se organizassem, procurando, para sua manutenção, se inserir de maneira competitiva num mercado excludente, sobretudo se considerarmos que este tipo de atividade tem caráter artesanal<sup>14</sup> e seu processo de produção se enquadra com alguma dificuldade no cumprimento de parâmetros essenciais do sistema

12. Prato típico paraense: caldo feito com a goma da mandioca, servido com tucupi (espécie de molho feito com líquido extraído da mandioca e pimenta de cheiro), camarão seco e folhas de jambu.

13. A recuperação dos padrões gráficos de risco em cuias da região de Santarém, Pará, foi uma ação parte do projeto Cuias de Santarém, apoiado pelo Programa de Apoio a Comunidades Artesanais (Paca), do Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular, Programa Artesanato Solidário (ArteSol), Sebrae Nacional, Sebrae Pará, Associação Cultural de Amigos do Museu de Folclore Edison Carneiro (Acamufec) e Petrobras Distribuidora. Ele teve início em 2002 no distrito do Aritapera, se estendendo pelo Centro do Aritapera, Enseada do Aritapera, Surubim-Açu, Carapanatuba e Cabeça d’Onça, com o objetivo de valorizar o trabalho das mulheres artesãs, recuperando junto ao grupo

o ofício e o repertório do risco em cuias. O projeto se desdobrou no Inventário Nacional de Referências Culturais (INRC) dos Modos de Fazer Cuias no Baixo Amazonas, elaborado entre os anos de 2003 e 2005, pedindo o registro junto ao Iphan dos Modos de Fazer Cuias no Baixo Amazonas como patrimônio imaterial brasileiro e sua inclusão no Livro de Ofícios e Modos de Fazer (Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular, 2005).

14. Sem aprofundar o campo de discussão acerca da cultura (Arantes, 1990), o sentido de artesanato aqui é o de “arte e técnica do trabalho manual não industrializado, realizado por artesão, e que escapa à produção em série [e que] tem finalidade a um tempo utilitária e artística” (Houaiss, 2009).



econômico atual. Ao produto final se agregam outros valores que vão ao encontro de seu reconhecimento como patrimônio imaterial, por ser:

*[...] transmitido de geração em geração e constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade, contribuindo assim para promover o respeito à diver-*

*sidade cultural e à criatividade humana.* (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, e Artístico Nacional, 2010: s.p.).

A decoração, nesse sentido, passa a ser efetivamente um diferencial do produto final, materializando no objeto histórias, saberes e fazeres da tradição local. A cuia riscada é diferente da cuia lisa, que é diferente da cuia sem a laca (a cuia pitinga), que é diferente da cuia verde. O

ornamento traz consigo toda uma carga cultural que transcende sua compreensão formal.<sup>15</sup>

*Agora até que o objeto servia menos porque os bichos atacavam a cuia pelos sulcos sem verniz. Mas nunca que o homem largasse mais daqueles enfeites que faziam a cuia, além de útil, bonita. [...] Isso buscavam mais cores, mais desenhos para os sulcos, penavam muito pra desenvolver a técnica do enfeite, com que fim! Mas com que fim! Se a cuia até servia menos!... Não servia menos, servia mais, porque a beleza é também exigência social.* (Andrade, 1939: s.p.).

O decoro não é essencial em uma peça, seja um utensílio ou um edifício, porque não é parte estrutural dela. O objeto pode perfeitamente existir sem o ornamento, mas o contrário não é possível. Ainda que duramente combatido nos anos em que a questão da pureza da forma e da funcionalidade do objeto estavam na ordem do dia,<sup>16</sup> alguns se curvaram em algum grau ao uso deste elemento considerado “dispensável”, por reconhecerem que nem sempre é tão dispensável assim.

15. Agradeço a Angela Alem Gennari pelas sugestões de leitura sobre o tema ornamento.

A utilidade do ornamento não se encontra no plano da matéria, mas no da alma. Seu valor é estético, relativo à percepção, e reside na capacidade de fruição que pode proporcionar. Como resultado, vem a se tornar um elemento de distinção social, cultural ou econômica, já que ele é “[...] perigoso justamente por nos deslumbrar e seduzir a mente a se submeter sem uma reflexão adequada” (Gombrich, 2006:17). Ele instiga pelo olho, por aquilo que o olho é capaz de enxergar e, conseqüentemente, de levar o sujeito a sentir. Em suma,

*Ornamento – a elaboração do complemento funcional do objeto com o fim do prazer visual [...]. Sem ser constrangido pela necessidade de servir no sentido físico, o ornamento tem a intenção, primeira e última, de proporcionar prazer. Ele transforma o supérfluo na dramatização de paixão e beleza, inventividade e maestria. [...] Ao contrário da pintura e da escultura tradicionais, [...] ornamento comunica basicamente através de formas. Sua energia emocional está implícita, escondida atrás da disciplina do padrão.* (Trilling, 2001:6).

16. Período referente aos movimentos ligados ao modernismo, entre meados do século XIX e meados do XX.

## Ornamentação, entre gosto e tradição

Ainda na primeira metade do século XVI, frei Gaspar de Carvajal<sup>17</sup>, quando passou pela região do rio Amazonas onde mais tarde seriam fundadas Santarém e Monte Alegre, considerou:

*É algo muito a ver as pinturas que todos os índios deste rio fazem nas vasilhas que têm para seu serviço, tanto de barro como de madeira, e nas cabaças com que bebem, assim acabadas e lindas folhagens e figuras bem ordenadas, como a boa arte e ordem que convém haver nelas; e colocam cores e as usam muito bem, e são muito boas e finas, cada uma em sua espécie e maneira.* (apud Hartmann, 1988:297).

Carvajal atesta a presença de padrões fitomórficos anteriores à presença das missões, que se estabeleceriam na região quase um século depois. Entretanto, Barata (1953:185), em sua análise estilística da cerâmica santarena, observa que alguns ornatos vegetais que aparecem em cachimbos são de inspiração europeia, lembran-

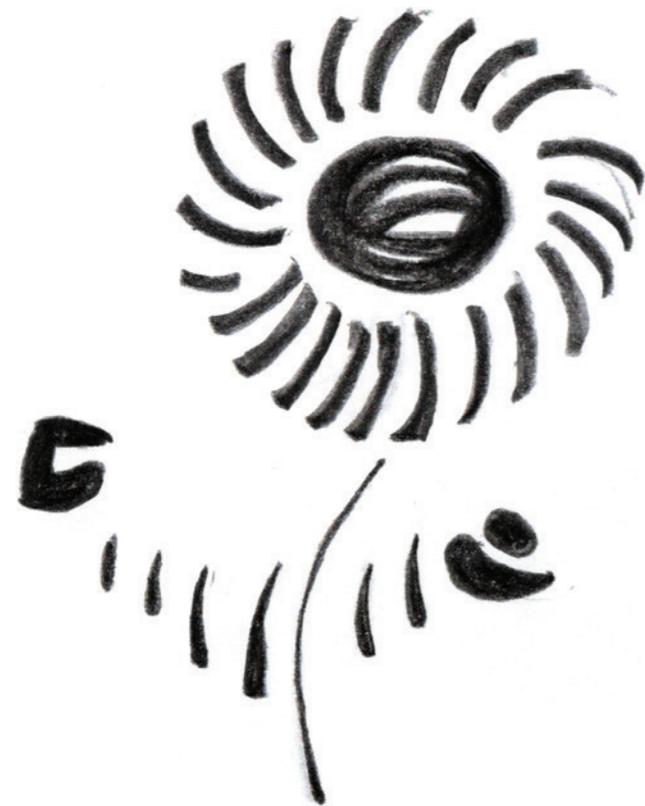
17. Gaspar de Carvajal foi um frei dominicano espanhol que acompanhou a expedição de Francisco de Orellana no Amazonas entre os anos de 1541 e 1542.

do o Barroco português, o que pode indicar que essa decoração não vinha diretamente da tradição tapajônica, mas sim era “[...] obra de grupos esporádicos dirigidos pelos jesuítas ou por estes executada”. Portanto, ainda que alguns elementos que inspiravam padrões decorativos tivessem a mesma fonte, a linguagem em sua apropriação se alterou com a influência europeia.

Os Tapajós eram um grupo indígena que, antes da chegada dos europeus, tinha seu principal núcleo na foz do rio Tapajós, região onde hoje é a cidade de Santarém (Menezes, 1972). “O termo tapajônico tem sido usado como sinônimo do estilo que caracteriza a cerâmica originária de Santarém e áreas adjacentes”, partindo da ideia de que esta cultura teve ampla distribuição pelo território (Gomes, 2002:77).

A cerâmica tapajônica é marcada por algumas técnicas de decoração, entre elas o alto relevo, como nos vasos de cariátides ou de gargalo, o ponteados ou as incisões. Vernizes que deixavam objetos mais impermeáveis e com fino acabamento, assim como a policromia, sobretudo o vermelho, o branco, o preto e o amarelo, também são encontrados nos artefatos deste grupo (Easby, 1952).

Em termos estilísticos, a cerâmica tapajônica não sofreu transformação muito significativa até o século XVIII, mantendo-se preservada de influências externas até o extermínio de sua comunidade. Os principais aspectos de sua ornamentação são os motivos escultóricos, que tinham caráter realístico, e os motivos incisos, que eram estilizados e bastante geométricos.



Do repertório tradicional, alguns padrões são mais significativos na identificação dessa produção cultural, como os geométricos, independente do grau de rebuscamento ou de complexidade da forma, e as formas figurativas que remontam a elementos da flora e da fauna, ainda que esta última fosse em número relativamente diminuto, escolhido por um imperativo cultural, representadas de maneira abstrata, reduzida ou estilizada.

Nesse sentido, os padrões zoomórficos incisos “[...] demonstram ser, em última análise, representações simbólicas e convencionalizadas dos mesmos seres. [...] Alguns ornatos incisos, todavia, derivam de detalhes característicos do animal e não de sua forma integral [...]” (Barata, 1953:188-9).

*Tem-se a impressão de que a influência da arte representativa e desses animais eleitos era tão grande entre os Tapajós que o desenho geométrico, ali, não se pôde fazer independente e acompanha a linha de conduta dominante como uma consequência da poderosa limitação que os padrões herméticos e as normas de comportamento, tradicionais e consagrados, impunham à atividade técnica e à liberdade interpretativa.* (Barata, 1953:186).

Ainda segundo Barata, as rãs<sup>18</sup> estão sempre presentes na cerâmica tapajônica, seja como apêndice escultórico, seja na ornamentação incisa e geométrica, na qual ela perde sua figuração – a imagem do animal – para uma abstração geometrante. São representações frequentes formas que se aproximam de um “X” ou “>”, curvas derivadas ou não de dois semicírculos dispostos oposta ou paralelamente um ao outro, e triângulos opostos.

Junto à figura da rã, a figura da cobra, estilizada ou não, aparece em diversos suportes cerâmicos provenientes da cultura tapajônica. Linhas sinuosas, formas derivadas do “S” e espirais denotam sua presença simbólica, da mesma forma que sua representação mais figurativa expressa nos incisos corpo e volume.

A coruja é outro animal presente na ornamentação da cerâmica tapajônica e a abstração de sua forma se dá especialmente na figuração de dois grandes olhos na forma de um “8” deitado, interrompido ao centro por um elemento que representa o bico da ave (Barata, 1953). Os quelônios, que desde cedo serviram tanto à alimentação quanto à ornamentação cerâmica dos tapajós, são representados por sua carapaça na forma de polígonos e quadrados concêntricos, aproveitando-se não a figura do animal como um todo, mas um detalhe bastante característico dele (Idem). Dentro dessa mesma lógica, a onça é representada por sua característica mais marcante, que são suas pintas.

De maneira geral, os padrões tapajônicos incisos eram usados em faixas ou no preenchimento de espaços não ornados com motivos escultóricos, como no caso dos vasos de gargalo ou de cariátides. Seu repertório era limitado, de certa forma até simplificado, variando entre linhas paralelas, espirais, “S” e “V” angulares, curvos e/ou paralelos, polígonos e círculos concêntricos e pontilhados usados como pano de fundo (Easby, 1952).

18. Barata (1953) explicita as fases de abstração e as representações possíveis das rãs no ornamento da cerâmica tapajônica.

A variedade no decoro se dava na combinação desses elementos e o que cada um deles representava, pois não havia uma regra que guiasse a ornamentação por incisões nos objetos.

Os padrões geométricos e abstratos eram executados por incisão no barro, o que os aproxima, de certa maneira, do modo de se ornamentarem as cuias. Esses padrões tradicionais geométricos e zoomórficos abstratos são os que mais facilmente foram apropriados recentemente pelas artesãs, na retomada da produção de cuias riscadas em Santarém. Eles aparecem, sobretudo, na composição das bordas das peças, combinados ou não com outras formas que, repetidas, imprimem ritmo ao traçado. O risco em cuias é também uma incisão; a simplicidade de determinadas formas, proporcionada pelo caráter de abstração e de generalidade na aplicação dos motivos, somada ao fato de que a própria forma do suporte, a cuia, recebe bem esta ornamentação podem ter sido a razão da escolha de alguns padrões em detrimento de outros.

19. Ainda que haja algumas ressalvas a esse respeito, em se tratando da colonização portuguesa nas Américas, de maneira genérica, pode-se dizer do caráter de povoamento do europeu como permanente, em comparação ao modo de vida e de assentamento da população nativa. As mudanças de local de vilas, aldeias e povoados aconteciam como exceção à regra de fundação de núcleos no Brasil colonial.

20. O padre jesuíta Antonio Vieira, que esteve como missionário no

A presença dos europeus na região amazônica significou, naquele meio, a inserção de um agente externo que lida de outra forma com as “forças modeladoras da seleção natural local”. De acordo com Meggers (1987:211), “[...] a substituição das práticas culturais indígenas pelas atitudes e pelo comportamento que se desenvolveram num contexto ambiental muito diverso e incompatível com as condições ecológicas locais”, doenças, o sistema europeu de povoamento permanente<sup>19</sup>, que conflitava com o hábito da população local de se mudar, e a força da presença do europeu, seja pela vantagem numérica, seja pela subjugação, fez com que ocorresse rarefação e aculturação da população local.

A região do Baixo e do Médio Amazonas esteve por longo período sob a influência dos missionários jesuítas, estando ainda algumas áreas, antes de sua laicização legal, sob a ascendência dos padres franciscanos.<sup>20</sup> De acordo com relatos, até meados do século XVII, quatro ou cin-

Grão-Pará na década de 1650, enviou o padre João Felipe Bettendorf para estabelecer a primeira missão na aldeia dos Tapajós, à foz do grande rio, em 1661 (Easby, 1952). Esta missão deu origem à cidade de Santarém. O Regimento das Missões de 1686 conferiu, além da administração espiritual, o poder temporal sobre as aldeias aos missionários. Por este regimento, a região onde se encontra Santarém esteve sob influência dos padres jesuítas (Tavares, 2005).

co diferentes etnias devem ter vivido juntas na área da foz do rio Tapajós, corroborando a ideia de intercâmbio relativamente intenso, já que o transporte aquático ligava com alguma facilidade diferentes pontos localizados às margens dos rios que compõem o sistema fluvial da região (Easby, 1952; Gomes, 2002).

A utilização de determinados padrões decorativos nas cuias denota um possível sincretismo cultural entre os povos que já habitavam a região e os que depois vieram, proporcionado pela longa presença de missões e descimentos ao longo do curso do Amazonas. “No início do século XVIII, entretanto, só restavam da população indígena alguns esparsos remanescentes, pois que a maior parte havia sucumbido vítima das expedições predadoras de escravos, da ação missionária, das doenças e outras inovações da civilização europeia” (Meggers, 1987:186).

Mesmo que o processo de aculturação tenha sido violento e que, pela presença da água, os grupos nesta região não estivessem isolados geograficamente, é fato que o repertório formal introduzido pelos europeus perdurou no imaginário local durante muito tempo, como sugerem

os artefatos recolhidos na região ao longo dos séculos XVIII e XIX (Hartmann, 1988, Porro, 1992). A influência dessa estética na ornamentação das cuias fica bastante evidente na descrição de algumas peças, onde constam, entre outros aspectos, ramos florais mais ou menos estilizados, faixas, fitas, corações alados, medalhões, dizeres que remetem ao lugar de origem e o uso de cor (Aragão, 1892).

Os missionários portugueses trouxeram na bagagem, além de seu repertório cultural, objetos outros para seu uso cotidiano, com os quais a população local travou contato. Há de se levar em consideração que, dos meios mais eficientes de difusão de determinado padrão estético, fazem parte viagens de artistas, ou de pessoas interessadas por arte num sentido mais amplo, e a circulação de obras e peças (Oliveira, 2003). Embora os motivos fitomórficos já integrassem o vocabulário artístico da população local, essas peças, em especial a faiança, seriam possíveis fontes de inspiração para novos elementos introduzidos no ofício da ornamentação.<sup>21</sup>

21. A associação entre os novos padrões florais e a faiança portuguesa foi sugerida pela antropóloga Luciana Gonçalves de Carvalho.

O que se produziu aqui guarda semelhanças com movimentos estéticos europeus, sem ser, evidentemente, a mesma coisa. O caminho das ideias e dos gostos até atingirem o Baixo Amazonas talvez possa ser sobreposto ao da corrida comercial, ao do processo de colonização dos séculos XV e XVI e ao de migração dos povos. Essa troca ocorreu efetivamente, ainda que pelos relatos não fiquem precisamente claros os contornos assumidos pelo impacto do embate cultural e ideológico. Todavia, é fato que a produção das cuias ornamentadas tem sua história num tempo e num lugar específicos, e, pelos remanescentes, podemos recuperar parte desse caminho formal.

Portugal foi durante os séculos XVI e XVII um dos principais responsáveis pela divulgação no ocidente da porcelana oriental, introduzindo ao repertório europeu novos elementos formais decorativos. No final do século XVII esses temas orientais começam a dar lugar a temas europeus, iniciando outro momento na decoração de louças portuguesas. Para a estética, é relevante a hegemonia exercida pela Itália ao longo do seiscentos e pela França ao longo do setecentos, e peças vindas desses países circularam pelo mundo colonial português (Santos, 1960).

Na faiança, os motivos florais já estão presentes desde o período das grandes navegações, sobretudo os de inspiração chinesa, assim como a decoração de bordas e a utilização de faixas decorativas com motivos abstratos e regulares, geométricos ou não. Formalmente, há árvores e flores estilizadas à maneira oriental, bem como o uso da policromia, de cujo repertório fazem parte o azul, o amarelo, o branco e o rosa. Alguns temas da arte ornamental portuguesa foram se tornando híbridos ao longo do século XVII e as paisagens das louças chinesas foram sendo esvaziadas de sentido, dando lugar a novos temas oriundos de outros movimentos (Idem).

Os portugueses copiavam a decoração dos símbolos, da flora e da paisagem, e não há um marco preciso que indique o momento em que a faiança portuguesa adotou esse hibridismo como linguagem formal. Na virada para o século XVIII, os temas passaram a sofrer a influência do Barroco, privilegiando formas geométricas e simétricas (Santos, *op. cit.*), da mesma maneira que, mais tarde, ao longo do setecentos, a expressão formal preponderante nas artes sofreria influência de um Barroco tardio e do Rococó, cujas principais características são o uso de “[...] linhas flexíveis e sinuosas, a assi-



metria das composições ornamentais e a prevalência dos efeitos decorativos sobre os arquitetônicos estruturais [...]” (Oliveira, 2003:43).

[...] A imitação das Índias também trabalham nas Cuyas algumas Mazombas<sup>22</sup>: trabalhão já ensinadas pelos Europeos no tocante às cores, ao gosto, e

22. Segundo Houaiss (2009), mazombo é um substantivo masculino de uso pejorativo que significa “filho de pais estrangeiros, sobretudo de portugueses, que nasce no Brasil”.

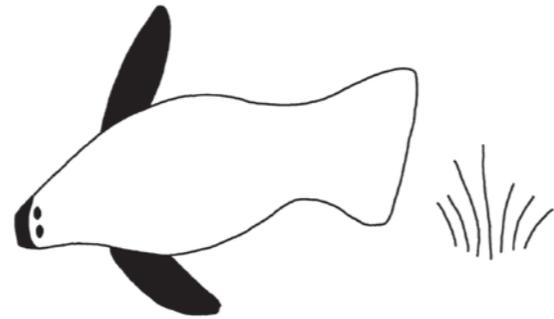
á riqueza da pintura, ora dourada, ora prateada, mas ha Cuya destas de encomenda [...]. Ella não tinha diferença do mais bello e rico Xarão<sup>23</sup>. (Ferreira, 1933:62-3).

A faiança e os objetos trazidos para as regiões tradicionais produtoras de cuias pintadas, cuja

23. Segundo Houaiss (2009), charão é um substantivo masculino cuja associação por metonímia significa “objeto revestido de charão”, um “verniz negro ou vermelho preparado na China ou no Japão esp. com a laca em associação com outras substâncias”.

decoração pode ter servido de tipo ou de modelo para a ornamentação, veio de Portugal já fruto de um processo de assimilação da estética de suas áreas de influência. A matriz formal foi oriunda tanto do além-mar quanto da observação do meio em que estavam inseridos. A cópia de modelos não foi a única técnica utilizada pelas índias artesãs; elas certamente lançaram mão de alguns tipos que estavam disponíveis, seja dos objetos importados, seja de seu próprio repertório, para sua produção.<sup>24</sup>

Com relação ao padrão estético, nenhum movimento formalizou seus ideais em doutrinas teóricas sistematizadas, o que de certa maneira facilitou sua difusão e assimilação por sistemas culturais diferentes (Oliveira, 2003:43). Cada região por onde circularam os padrões, sejam as “chinesices”, os modelos barrocos ou os motivos rococós, se apropriou da linguagem, copiando determinados modelos ou os sincretizando em sua arte. No caso das cuias decoradas, o processo



de adoção de determinados padrões ornamentais teve filiação nesses movimentos de circulação de gostos e ideias, resultando numa estética bastante peculiar da região.

*Prainha vive de pesca e salga do pirarucu, da preguiça e dum pequeno negócio de cuias pintadas, essas escudelas da casca do fruto da Crescentia Cujeto, já tantas vezes descritas. Compram-se essas escudelas chinesas – pois são pintadas em estilo chinês – muito barato em Prainha. Fariam certamente sucesso na Europa como genuínos produtos naturais do Amazonas e da arte Tapuia.* Robert Ave-Lallemant,<sup>25</sup> Prainha (PA), 1859 (apud Bruno, 2001b:189).

24. “O emprego da palavra tipo em francês é com menos frequência técnico e mais comumente metafórico. Isto não significa que a palavra não se aplique a algumas artes mecânicas. [...] Utilizam-na também como sinônimo de modelo, ainda que haja entre elas uma diferença bastante fácil de compreender. A palavra tipo apresenta menos a imagem de uma coisa a copiar ou imitar por completo que a ideia de um elemento que devia ele mesmo servir de regra ao modelo.

[...] O modelo, considerado na execução prática da arte, é um objeto que deve se repetir tal qual é, o tipo, ao contrário, é um objeto a partir do qual cada um pode conceber obras que não se assemelham entre si. Tudo é preciso e dado no modelo; tudo é mais ou menos vago no tipo.” Quatremère de Quincy, 1832 (apud Pereira, 2008:303-5).

25. Robert Ave-Lallemant foi um naturalista alemão que esteve no Brasil por 17 anos em meados do século XIX.

Nos motivos florais das cuias riscadas encontramos diversos elementos que remetem a essas passagens dos modelos decorativos sob influência de Portugal. Ramos, folhagens, flores grandes e pequenas adornam os objetos. O decoro também varia entre o exagero e o excesso de detalhes, ainda que presentes em poucos exemplares, vindos sob a influência de um Barroco tardio, ou a delicadeza de pequenos ramos sinuosos e motivos florais que ornaram apenas uma porção da parte côncava das peças, remetendo ao Rococó.

É usual em peças de períodos diferentes a presença de flores e folhas estilizadas, bordas decoradas, figuras zoomórficas, como cobras e aves, motivos geométricos abstratos, entre outros. Também é comum a representação de paisagens fictícias, imaginadas em sua maioria, por adotarem em sua composição elementos que não existem na flora e na fauna locais e, portanto, não são fruto da observação de seu entorno imediato para o processo criativo, mas do uso de tipos, modelos e referências externas ao grupo.

Símbolos também são frequentes no adorno de peças, lembrando a estética e a linguagem do suvenir. Os corações alados e os medalhões descri-

tos por Aragão (1892) não são mais usuais. Em especial os medalhões poderiam denotar alguma identidade às peças, aos produtores ou aos destinatários. As antigas faixas com dizeres levam hoje o nome do lugar, do estado ou da cidade, acompanhado ou não da ideia de *lembrança*.

Curiosamente, algumas peças pertencentes às coleções do Museu Nacional, no Rio de Janeiro, e do Museu Paraense Emílio Goeldi, em Belém, apresentam em sua decoração símbolos republicanos, como brasões e bandeiras. Essas peças foram incorporadas por estas instituições entre o final do século XIX e o final da década de 1930, tendo sido produzidas, portanto, mais ou menos durante a Primeira República. A tentativa de construção de uma identidade nacional para um país com as características do Brasil que aparece nos discursos de alguns pensadores sobretudo na primeira metade do século XX de certa forma se materializa nesses objetos, indicando possivelmente a força política que a instauração desse novo regime obteve nas mais diferentes regiões do país.<sup>26</sup>

26. A intenção aqui não é abordar com profundidade o tema, mas especular sobre possibilidades de leitura a partir da conjuntura política nacional do período, tendo como mote a decoração das cuias.

## Padrões gráficos incisos<sup>27</sup>

O registro dos padrões gráficos de risco em cuias, parte do projeto Cuias de Santarém, privilegiou a recuperação apenas dos ornamentos incisos nas cuias pretas, ainda que combinados com pintura, abrindo mão da decoração de cuias exclusivamente pintadas. O trabalho teve como objetivo disponibilizar os desenhos, fruto desse levantamento, para reprodução em suportes diversos, servindo a diferentes fins, dentro dos propósitos do projeto e de seus possíveis desdobramentos.

Como de fato ocorreu, esses padrões foram adaptados para a confecção, entre outros, do catálogo e painéis da exposição Cuias de Santarém – realizada em 2003, na Sala do Artista Popular, do Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular, no Rio de Janeiro, com catálogo de Luciana Gonçalves de Carvalho –, do cd-rom “Artesanato brasileiro: preservando tradições” (Ministério da Cultura, 2004), da apostila de apoio a oficinas,<sup>28</sup>

do Inventário dos Modos de Fazer Cuias no Baixo Amazonas (Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular, 2005) e dos banners da exposição Cuias de Santarém realizada em Santarém<sup>29</sup>.

Para que houvesse relativa flexibilidade em seu uso, optou-se por reproduzir os padrões em suporte digital. Todavia, foi preciso fazer uma primeira versão em grafite sobre papel, posto que os registros do levantamento não tinham sido feitos diretamente em formato eletrônico. A lógica deste processo se deu, em primeiro lugar, pela facilidade em se transportar o material – papel e lápis – para os locais de pesquisa, e, em segundo, pela possibilidade de, feita uma primeira versão dos desenhos, ela poder ser analisada, decomposta e tratada em parcelas reprodutíveis no suporte da cuia, na forma de incisão.

Ainda que houvesse cores – e no caso do universo de pesquisa desse tipo de cuia incisa o número foi reduzido –, um dos aspectos mais marcantes dessa produção se pauta no contraste entre figura e

fundo causado pelas incisões ornamentais na laca preta. Mesmo quando o ornato é realizado por meio das incisões, a ausência de perspectiva desses desenhos enfatiza seu caráter bidimensional, o que simplifica sua reprodução e leitura no papel. Assim, para que essas características fossem contempladas, a solução adotada foi o uso de uma imagem negra sobre fundo branco, a fim de, levando-se em consideração a técnica do risco, proporcionar uma leitura mais imediata dos lugares onde devem ser feitos os entalhes no objeto.

A transposição desses padrões de risco em cuias para o papel pressupôs sua reprodução como se a superfície da cuia fosse cindida e “aberta” sobre um plano horizontal, e os padrões fossem, um a um, decompostos, sendo o seu “negativo” (já que o traço escuro estaria sobre um fundo claro, e não o contrário) reproduzido eletronicamente. Essa espécie de “planificação” possibilitava que os ornatos fossem representados como desenho, já que eram aplicados sobre um suporte tridimensional, de forma semiesférica, e decompostos em partes, já que os motivos eram integrados por alguns elementos que se repetiam, em especial os fitomórficos, como ramos, folhas e flores, pétalas e miolos, entre outros.

Este trabalho, assim como o das artesãs, foi mecânico. O objetivo que se procurou atingir com os resultados do produto final foi dar menos ênfase à autoria dos desenhos, seja com relação aos *rascunhos*<sup>30</sup> nas cuias, seja à reprodução dos padrões em papel, e mais aos aspectos formais de composição. Dessa maneira, a linguagem do desenho ganharia autonomia para a forma poder ser decomposta como tipo ou, eventualmente, como modelo para as artesãs que assumiriam o ofício.

Os desenhos das cuias apresentam algumas repetições formais de partes, que, rearranjadas, dão ensejo a novas composições. É comum encontrar em reproduções de padrões distintos elementos ou modos de representação que se repetem, desde a forma, como flores, folhas, ramos, elementos abstratos que compõem as bordas, até a maneira de se representar o miolo, as pétalas, as folhas e algumas partes inteiras de conjuntos fitomórficos, entre outros. Esses fragmentos não foram reproduzidos em separado; todavia, quando da execução digital dos desenhos, procurou-

27. Os desenhos ao longo do texto são os originais das reproduções em grafite sobre papel dos padrões gráficos do projeto Cuias de Santarém.

28. Organizada em 2002 contendo os padrões levantados para apoio a oficinas ministradas com o objetivo de repassar às artesãs as técnicas

de produção das cuias. *Levantamento de padrões tapajônios: Santarém-PA* teve apoio do Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular, Programa Artesanato Solidário, Sebrae, Funarte e Petrobras Distribuidora.

29. Esta exposição foi realizada no Centro Cultural João Fona, na cidade de Santarém, em 2010-11.

30. Rascunho é o modo como as artesãs denominam as incisões nas cuias.

se manter da maneira mais neutra e distanciada possível a semelhança formal entre as partes dos diferentes exemplares.

Embora algumas questões sobre o desenho pudessem ser resolvidas no âmbito formal, outros pontos acerca do objeto em si e dele enquanto expressão cultural não poderiam ser reproduzidos, planejados ou objetivamente ensinados nas oficinas. A cuia tem forma, cor, cheiro, textura, tamanhos (ainda que variados, dentro do universo restrito da natureza do fruto) e limitações enquanto suporte, assim como seu risco.

A cuia oferece atrito no ato de riscar e sua forma delimita o universo da representação. O risco que repousa sobre a superfície laqueada tem muitas vezes menos a ver com a expressão formal em si, que é uma decisão tomada pela artesã como um desdobramento de seu repertório e fruto de uma demanda, e mais com a habilidade que ela tem em seu ofício. O “erro” no traço não dá margem a correções, ele fica impresso no objeto.

Quanto à metodologia de seleção dos modelos que foram reproduzidos, foram utilizados dois critérios diferentes, conforme a natureza do do-



cumento: por um lado, havia alguns exemplares de cuias riscadas vindas tanto de coleções particulares quanto de pesquisa em catálogos e acervos de museus brasileiros e estrangeiros; por outro, empreendemos um levantamento bibliográfico acerca de padrões gráficos tradicionais da região de Santarém.

Na pesquisa bibliográfica, foram buscados desenhos tradicionais que faziam parte do repertório de adorno da cerâmica tapajônica. A recuperação deste arquétipo se apoiou na importância que aquela cultura exerce ainda hoje sobre a população santarena, no sentido de buscar na me-

mória coletiva<sup>31</sup> motivos que dissessem respeito ao cotidiano das artesãs.

Um exemplo deste legado cultural se encontra no próprio desenho, sobretudo em alguns padrões geométricos e zoomórficos, como os derivados do muiraquitã, que fazem parte do imaginário local, presentes desde os suvenires vendidos aos turistas aos mosaicos que pavimentam a orla no centro da cidade.<sup>32</sup>

*[...] cultura é um processo dinâmico; transformações (positivas) ocorrem, mesmo quando, intencionalmente se visa congelar o tradicional para impedir a sua “deterioração”. É possível preservar os objetos, os gestos, as palavras, os movimentos, as características plásticas exteriores, mas não se consegue evitar a mudança de significado que ocorre no momento em que se altera o contexto em que os eventos culturais são produzidos. (Arantes, 1990:21-2).*

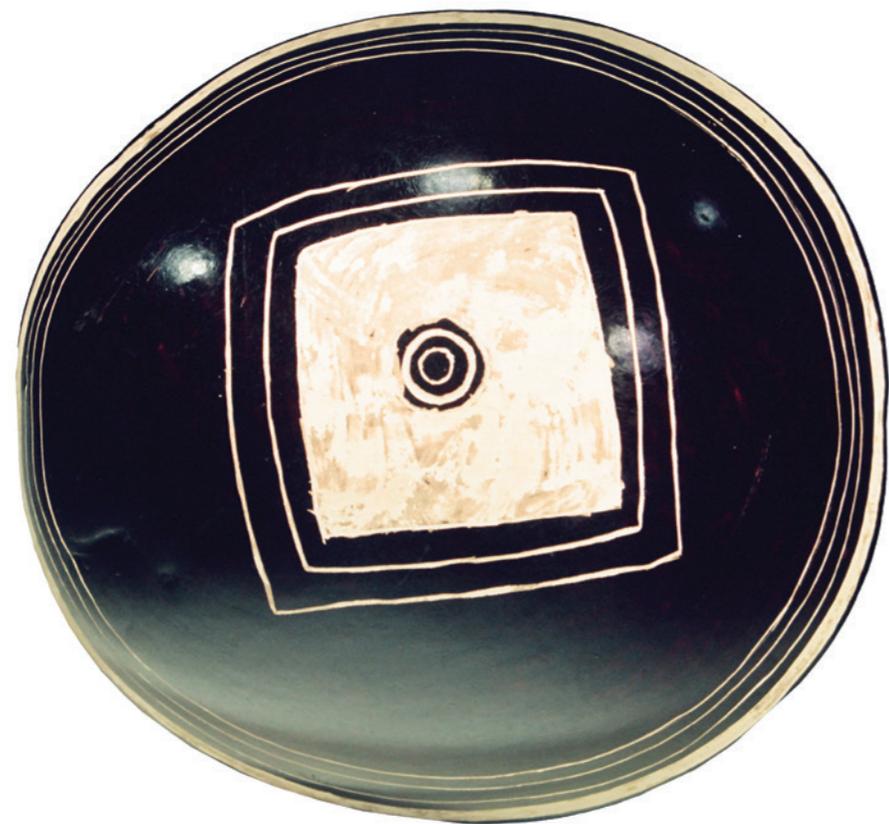
31. Halbwachs (2006:133), a respeito da ideia de história relativa a grupos sociais em sua multiplicidade de tempos, afirma que “a memória coletiva retrocede no passado até certo limite, mais ou menos longínquo conforme pertença a esse ou aquele grupo [...] [e] é precisamente o que está além desse limite que prende a atenção da história. [...] Parece que a memória coletiva tem de esperar que os grupos antigos desapareçam, que seu pensamento e sua memória tenham desvanecido, para que se preocupe em fixar a imagem e a ordem de sucessão e de fatos que agora só ela é capaz de conservar.

Assim como o levantamento, a metodologia adotada para a reprodução dos padrões também variou de acordo com a natureza do suporte da fonte. Com relação à pesquisa bibliográfica, foram privilegiados os padrões presentes em suportes que tivessem seu aspecto e aplicação da ornamentação compatíveis com o do risco em cuias. Estão nesta categoria os padrões geométricos presentes, sobretudo, nas bordas de cerâmicas tapajônicas, cuja forma se aproxima de uma meia calota ou de um cilindro com fundo arredondado. Também aqueles de cerâmicas em forma de pratos e tigelas cujos fundos fossem arredondados e adornados foram reproduzidos para ornar o fundo de cuias.

Já no levantamento dos artefatos, todas as peças pesquisadas tiveram seus ornamentos reproduzidos, independente da natureza do padrão de sua incisão – floral, zoomórfico ou geométrico. De todo modo, a maior parte das

Certamente é necessário procurar ajuda de testemunhos antigos [...]. Na escolha que deles faz, na importância que lhes atribui, o historiador se deixa guiar por razões que nada tem a ver com a opinião de então, porque essa opinião não existe mais, não somos obrigados a levá-la em conta, não é preciso temer que ela apresente um desmentido.”

32. Gomes (2008), a partir da análise da cerâmica de Paraurá, questiona a hegemonia de um único grupo na região, mas ainda assim defende que o papel que a herança da cultura tapajônica exerce na constituição do imaginário santareno é premente.



peças que foram acessadas tinha incisões em padrão fitomórfico, sobretudo as mais antigas. Ainda que sem acesso aos objetos fisicamente, os motivos decorativos de risco das cuias pesquisadas por Tekla Hartmann (1988) e as pertencentes ao catálogo da coleção de Alexandre

Rodrigues Ferreira (1933) também foram pesquisados e reproduzidos numa fase posterior.<sup>33</sup> É curioso notar que algumas peças mais recentes, sobretudo depois de ministradas as primeiras oficinas, apresentaram imagens de bichos

33. Esses desenhos, assim como outros oriundos da pesquisa no acervo do Museu Nacional/UFRJ, não fizeram parte da apostila *Levantamento de padrões tapajônicos*, elaborada como material de apoio para as oficinas

ministradas no âmbito do projeto. Eles são parte integrante do Inventário Nacional de Referências Culturais do Ofício e Modos de Fazer (Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular, 2005).

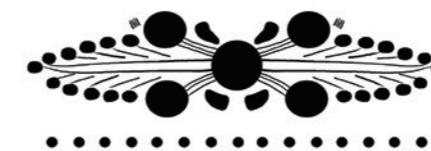
da fauna local retiradas de livros didáticos<sup>34</sup> adotados na região. Essas imagens talvez tenham tido boa aceitação entre as artesãs, entre outros aspectos, por tratarem de temas que lhes são caros, que fazem parte de seu cotidiano e de sua realidade, além de serem relativamente simples e fáceis de desenhar.

A reprodução dos padrões teve menos o sentido de servir única e exclusivamente como modelo para as artesãs e mais o objetivo de se fazer, a partir de sua própria sensibilidade, uma síntese criativa num tempo diferente daquele do documento pesquisado. A possibilidade da leitura das partes que compõem o decoro, assim como o impulso para a criação de novos ornamentos a

34. Destaca-se: Machado, S.; Pimentel, F.; Luciano, S.; McGrath, D. *O mundo da Várzea: fazendo educação ambiental*. Santarém: Ipam, 2001. Este livro foi editado pelo Instituto de Pesquisa Ambiental da Amazônia dentro de um trabalho de educação ambiental desenvolvido junto aos professores de ensino fundamental do município de Santarém.

partir dos exemplos apresentados, faz parte desse processo de retomada da decoração em cuias. O trabalho da artesã de explorar o objeto a ser decorado, as possibilidades do material a ser trabalhado e os limites das ferramentas utilizadas darão o novo tom, agora no presente, deste ofício tradicional.

Da cuia ao papel e à cuia novamente. O conhecimento transmitido pelos meios materiais – cuia ou papel – que intermediaram ao longo do tempo este ofício fica também registrado na prática cotidiana e no resultado material desse saber. Os padrões nas cuias estavam se perdendo. Foi preciso uma abstração da incisão por meio do desenho e sua transposição para uma dimensão diferente da do fruto, a do papel, para que eles pudessem ser ressignificados e retomados como prática. Os padrões voltaram, pela apostila, às comunidades de onde, antes, haviam saído.



## Referências bibliográficas

ANDRADE, Mário de. A cuia de Santarém. *Diretrizes*. Rio de Janeiro, ano 2, n. 20, nov. 1939. (Suplemento Literário).

ARAGÃO, A. C. Teixeira de. *Catálogo dos Objetos de Arte e Indústria dos Indígenas da América que pelas Festas Comemorativas do 4º Centenário da sua Descoberta a Academia Real das Ciências de Lisboa envia à Exposição de Madrid*. Lisboa: Typographia Academia Real das Ciências, 1892.

ARANTES, Antonio Augusto. *O que é cultura popular*. São Paulo: Brasiliense, 1990.

BARATA, Frederico. Uma análise estilística da cerâmica de Santarém. *Separata de Cultura*. Rio de Janeiro, Ministério da Educação e Saúde, Serviço de Documentação, ano 3, n. 5, p. 185-205, 1953.

BRUNO, Ernani Silva. *Equipamentos, Usos e Costumes da Casa Brasileira*. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2001a. (v. 3; Costumes).

\_\_\_\_\_. *Equipamentos, Usos e Costumes da Casa Brasileira*. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2001b. (v. 4; Objetos).

CARVALHO, Luciana G. (org.). *Cuias de Santarém*. Rio de Janeiro: Funarte; CNFCP, 2003. (Sala do Artista Popular; 108).

\_\_\_\_\_. Cuias de Santarém: tradição, mercado e mudança em comunidades artesanais da Amazônia. *Textos escolhidos de cultura e arte populares*. Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, p. 69-78, 2007.

CASCUDO, Luís da Câmara. *Dicionário do Folclore Brasileiro*. São Paulo: Ediouro, 1998.

CENTRO NACIONAL DE FOLCLORE E CULTURA POPULAR. *Inventário de Referências Culturais do Ofício e Modos de Fazer: Cuias pintadas: expressão gráfica, trabalho e imaginário de populações ribeirinhas no Baixo*

Amazonas (Santarém e Monte Alegre, PA). Rio de Janeiro: CNFCP; IPHAN; MinC, 2005.

\_\_\_\_\_. *Tesouro de Folclore e Cultura Popular Brasileira*. Rio de Janeiro: CNFCP; IPHAN, [2006].

EASBY, Elisabeth K. *The Pré-Conquest Art of Santarem, Brazil*. Dissertação (Master of Arts) – Faculty of Philosophy, Columbia University. Columbia, 1952.

FERREIRA, Alexandre Rodrigues. Memória sobre as cuias (1786). *Revista Nacional de Educação*. Rio de Janeiro, n. 6, p. 58-63, mar. 1933.

GOMBRICH, Ernst Hans. *The Sense of Order: a study in the psychology of decorative art*. 2. ed. New York: Phaidon, 2006.

GOMES, Denise Maria Cavalcante. *Cerâmica Arqueológica da Amazônia: vasilhas da coleção tapajônica MAE-USP*. São Paulo: Edusp; Fapesp; Imprensa Oficial do Estado, 2002.

\_\_\_\_\_. O uso social da cerâmica de Parauá, Santarém, Baixo Amazonas: uma análise funcional. *Arqueologia Suramericana*. Popayán, v. 4, n. 1, p. [4]-33, jan. 2008.

HALBWACHS, Maurice. *A Memória Coletiva*. Trad. Beatriz Sidou. São Paulo: Centauro, 2006.

HARTMANN, Thekla. Evidência interna em cultura material: o caso das cuias pintadas do século 18. *Revista do Museu Paulista*. Nova Série. São Paulo, v. 33, p. 291-302, 1988.

HOUAISS, Antônio. *Dicionário eletrônico Houaiss*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009. 1 CD-ROM.

INSTITUTO DE PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. “Patrimônio Imaterial”. In: *Portal IPHAN*. Brasília: Ministério da Cultura; IPHAN, 2010. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do?id=10852&retorno=paginaIpahan>>. Acesso em 25 de janeiro de 2011.

MEGGERS, Betty J. *Amazônia: a ilusão de um paraíso*. Trad. Maria Yedda Linhares. Belo Horizonte: Itatiaia; São Paulo: Edusp, 1987.

MENEZES, Ulpiano T. Bezerra de. *Arqueologia Amazônica, Santarém*. São Paulo: Museu de Arqueologia e Etnologia da USP, 1972.

MINISTÉRIO DA CULTURA. *Artesanato Brasileiro: preservando tradições*. Rio de Janeiro: MinC; Funarte; CNFCP/RJ, 2004. 1 CD-ROM.

PEREIRA, Renata Baesso. *Arquitetura, Imitação e Tipo em Quatremère de Quincy*. Tese (Doutorado em História e Fundamentos da Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2008.

OLIVEIRA, Myriam Andrade Ribeiro de. *O Rococó Religioso no Brasil e seus Antecedentes Europeus*. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

PORRO, Antônio. “História indígena do alto e médio Amazonas: séculos XVI a XVIII”. In: CUNHA, Manuela Carneiro da (org.). *História dos Índios no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1992. p. 175-196.

\_\_\_\_\_. “Artistas e artesãos indígenas na Amazônia colonial”. In: *O Povo das Águas: ensaios de etno-história amazônica*. Rio de Janeiro: Vozes, 1995. p. 147-153.

SANTOS, Antônio Maria de Souza. Aritapera: uma comunidade de pequenos produtores na várzea amazônica (Santarém – PA). *Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi*. Nova Série. Belém, n. 83, p. 1-58, 1982.

SANTOS, Reynaldo dos. *Faiança Portuguesa: séc. XVI e XVII*. Portugal: Galaica, 1960.

TAVARES, Célia Cristina da Silva. A escrita jesuítica da história das missões no Estado do Maranhão e Grão-Pará (século XVII). In: CONGRESSO INTERNACIONAL ESPAÇO ATLÂNTICO DE ANTIGO REGIME: PODERES E SOCIEDADES, 2005, Lisboa. *Anais eletrônicos...* Lisboa: Instituto de Investigação Científica Tropical; Centro de História de Além-Mar, 2005. Disponível em: <[http://cvc.instituto-camoes.pt/ear/coloquio/comunicacoes/celia\\_tavares.pdf](http://cvc.instituto-camoes.pt/ear/coloquio/comunicacoes/celia_tavares.pdf)>. Acesso em 08 de fevereiro de 2011.

TRILLING, James. *The Language of Ornament*. London: Thames & Hudson, 2001.



Fruto na cuieira

## Marcas coletivas como instrumentos de proteção e agregação de valor: as cuias de Santarém

Patrícia Pereira Peralta e Elizabeth Ferreira da Silva (INPI)

O Brasil possui uma grande produção artesanal, destacando-se em sua diversidade e criatividade. Boa parte dessa produção, por vezes apropriada pelo mercado, perde seu valor diferencial em função de intermediários e canais de distribuição promovedores de informações assimétricas. Outra parte mantém seu valor diferencial, mas este não é devidamente revertido para a comunidade de origem. Entretanto, é importante salientar a relevância que essas produções vêm ganhando.

*As manifestações culturais populares consideradas mais espontâneas e enraizadas conseguem, em muitos casos, sobreviver, preservando origens e mantendo valores, frente à dominação da cultura de massas, a qual insere-se enquanto atividade produtiva como um dos principais vetores propulsores da atual economia. (Cassionato e Lastres, 2005:10).*

Como exemplos dessa produção diversificada encontrada no Brasil, pode-se citar o artesanato

do Vale do Jequitinhonha, as rendas de bilro e filé do Ceará e as cuias de Santarém. Estas têm seu diferencial resultante do tratamento dos frutos retirados de uma árvore abundante na localidade conhecida como cuieira (*Crescentia cujete*), sobre os quais são aplicados pigmentos e desenhos incisos segundo técnicas tradicionais específicas que capacitam tais objetos para o uso.<sup>1</sup> O repertório de saberes envolvido em sua produção, integrante do patrimônio imaterial dos grupos de artesãs, cria o diferencial do produto em circuitos de mercado especializados na compra da produção artesanal. Mas como

1. "Sobre o processo de produção das cuias, dos registros desde o século XVII aos relatos atuais, este pouco se destacou. Consta, na sua maioria, da descrição de uma atividade eminentemente feminina que inicia na coleta do fruto retirado das cuieiras (*Crescentia cujete*) – uma árvore encontrada em abundância na região –, posteriormente da sua divisão ao meio e da retirada da polpa. Em seguida, as partes das cuias são imersas na água para amolecer, depois são raspadas e alisadas, com instrumentos como facas e colheres e matérias primas obtidas no meio ambiente, como a escama do peixe pirarucu e as folhas das árvores embaubá e caimbé. Depois desse processo as cuias são lavadas e dispostas ao sol para secagem." (Cabral, 2007:97).

proteger e agregar valor a essa produção tão específica e expressiva da identidade das artesãs?

Sinais distintivos, como as marcas, vêm sendo cada vez mais utilizados como instrumentos de diferenciação e agregação de valor para produtos e serviços. Tais sinais transformaram-se em veículos de informação entre produtores e consumidores, sendo essa uma das funções basilares exercidas pelas marcas, conforme Ramello (2006). Por essa razão, as marcas, entendidas como sinais distintivos, passaram a receber proteção por intermédio das leis de propriedade industrial, tendo em vista o papel que as mesmas exercem no combate à assimetria da informação nas transações mercadológicas.

Por sinais distintivos do comércio (como é o caso das marcas), Carlos Olavo entende serem “os sinais individualizadores do empresário, do estabelecimento e respectivos produtos ou mercadorias, que conferem notoriedade à empresa e lhe permitem conquistar ou potenciar a sua clientela” (2005:24).

2. Essa é a posição de autores como Gama Cerqueira (1984), Douglas Gabriel Domingues (1982), Maria Miguel Carvalho (2005) e Largo Gil (2006). Para esta autora: “las marcas colectivas y las marcas de garantía hunden sus raíces em las marcas corporativas renascentistas que servían, casi exclusivamente, para garantizar que ele producto

Portanto, tem-se que a categoria sinais distintivos engloba todos os sinais utilizados no mercado pelos agentes econômicos para identificar e diferenciar suas mercadorias entre si. Entre tais sinais encontram-se os nomes de estabelecimentos, os nomes empresariais, os nomes de domínio, as indicações geográficas, as marcas de empresas, as marcas de certificação e as marcas coletivas, objeto deste texto.

As marcas coletivas são uma subcategoria das marcas, e vêm sendo utilizadas, pelo menos, desde a Idade Média.<sup>2</sup> Geralmente eram associadas às cooperativas e demais entidades coletivas que pudessem se fazer representar por um único titular. Sua proteção, entretanto, deu-se tardiamente, entre os séculos XIX e XX. No Brasil, foi internalizada somente com a atual Lei de Propriedade Industrial, a Lei 9.279, de 1996.

Atualmente, as marcas coletivas vêm ganhando destaque exatamente por serem um sinal distintivo – de uso coletivo – dos grupos de indivíduos

marcado había sido confeccionado según las reglas de la corporación y que había sido objeto de un cierto control o que provenía de determinada villa o región. Las marcas corporativas medievales tenían carácter obligatorio y eran un medio para individualizar al maestro y su bottega (taller)” (2006:36).



Artesã alisando a cuia

articulados em contextos tradicionais de produção de base familiar, comunitária e associativa, agregando valor a produções locais e regionais.

Nesse sentido, as marcas coletivas passaram a ser instrumentos auxiliares no desenvolvimento de comunidades, ajudando na construção e comunicação de uma identidade coletiva de produtos locais, que passaram, com isso, a conseguir quebrar as barreiras de inserção no mercado, não só conquistando novos pontos de venda, mas facilitando também a construção de um elo espe-

cífico entre produtores e consumidores, dada a possibilidade do reconhecimento de autoria no terreno do artesanato tradicional. Inseridas no contexto do fortalecimento regional, as marcas coletivas podem ser entendidas, portanto, como uma resposta ao processo de globalização e massificação da produção.

No caso específico do Brasil, onde há produção artesanal relevante, a marca coletiva pode vir a se tornar um instrumento essencial para a inserção dessa produção num mercado especializado, au-

xiliando na preservação de tradições artesanais. O objetivo desse tipo de marca seria, portanto, identificar e diferenciar peças artesanais baseadas num saber-fazer tradicional dos demais artigos disponíveis para consumo.

Dessa forma, este texto visa a discutir o uso da marca coletiva como um instrumento de diferenciação e agregação de valor para a produção de cuias da Associação das Ribeirinhas de Santarém (Asarisan) da região de Santarém<sup>3</sup>, que tem como diferencial não apenas a tradição, mas também a localidade, as características técnicas de pigmentação, o entalhe e todo o saber tradicional já documentado desde 1789.

Para isso, primeiramente, definiremos o conceito de marca – mais especificamente, o de marca coletiva – e como a mesma pode ser apropriada de forma exclusiva por determinada coletividade. Em seguida, apontaremos como a marca coletiva pode ser um instrumento de agregação de valor

para a Asarisan, levantando os pontos positivos e os gargalos provenientes da aquisição e gestão desse sinal coletivo. Por fim, serão realizadas algumas considerações finais sobre o uso da marca coletiva como instrumento de diferenciação e agregação de valor para as comunidades locais.

## Marcas

Marcas são sinais usados na distinção e identificação de produtos e serviços no mercado. Sua função básica é, portanto, a de distinguir. Entretanto, as marcas tornaram-se sinais tão importantes para as empresas que acabaram por exercer outras funções mercadológicas, como a informativa e a de qualidade.<sup>4</sup> Segundo Kapferer:

*Se para o jurista a marca é um símbolo que distingue a produção de uma empresa e certifica a sua origem, não adquirindo valor a não ser pelo registro e certificação, o conceito de marca tem um sentido bem maior no mundo econômico (...).*

3. “É na região de Santarém que ocorre a produção de cuias, porém é na sub-localidade de Aritapera que se concentra a produção, possuindo aproximadamente 200 famílias que se dedicam a esse ofício. Especificamente em cinco comunidades de Aritapera: Enseada do Aritapera, Centro do Aritapera, Carapanatuba, Surubim-Açu e Cabeça d’Onça, todas situadas em áreas de várzea do rio Amazonas, que inundam no período de cheia dos rios e afluentes, no inverno” (Cabral, 2007:96).

4. A marca exerce diversas funções (econômica, de qualidade, de informação, publicitária, etc). Entretanto, a única função protegida juridicamente, segundo Oliveira Ascensão (2002), é a função distintiva. Esta proposição de Ascensão se contrapõe ao pensamento de autores como Couto Gonçalves (1999) e Carlos Olavo (2005), que ainda consideram como uma das funções clássicas da marca e, portanto, protegida juridicamente, a função de indicação de origem.

*A marca só tem valor na medida em que esse símbolo adquiere um significado exclusivo, positivo, que se sobressai na mente do maior número de clientes. Portanto, ela não é, por exemplo, um simples crocodilo costurado sobre uma camisa, mas o conjunto de significados nos quais o comprador pensa quando vê esse símbolo, associado às características tangíveis do produto e às satisfações mais imateriais, psicológicas ou sociais. (2003:21).*

Como expõe Carlos Olavo (2005:71), a marca é uma realidade perceptível aos sentidos. Assim sendo, é o índice utilizado pelo consumidor nos seus atos de compra, auxiliando na redução do tempo de busca pelo produto desejado, que, ao ser sinalado pela marca, facilita o processo de escolha. Para além dessa função essencial, as marcas passaram a ter um poder de atração e fidelização da

5. Para a Ompi (Organização Mundial de Propriedade Intelectual), de uma maneira geral, a propriedade intelectual (PI) refere-se às criações da mente: invenções, trabalhos literários e artísticos, e símbolos, nomes e desenhos usados no comércio. A PI é dividida em duas categorias: propriedade industrial, que inclui invenções (patentes), marcas, desenhos industriais e indicações geográficas de origem; e Direito de Autor, que inclui trabalhos literários e artísticos como são os romances, poemas, peças, filmes, trabalhos musicais, trabalhos artísticos como desenhos, pinturas, fotografias e esculturas, e desenhos de arquitetura. Direitos relacionados com o Direito de Autor incluem aqueles de artistas performáticos em suas performances, produtores de fonograma em suas gravações, e radiodifusores em suas transmissões de rádio e televisão (Ompi, 2009).

clientela (função publicitária), o que permitiu que se tornassem fortes ativos para as empresas.

*No estado actual da organização económica, a necessidade de diferenciação da origem dos produtos ou serviços propostos ao consumidor é de uma importância primordial. Com efeito, a concorrência dá origem a que várias empresas disputem a mesma clientela, quando a dimensão dos mercados e as facilidades de comunicação distanciam as empresas dessa mesma clientela. É assim determinante, para o desenvolvimento da respectiva actividade, que cada empresa diferencie os produtos ou serviços que fornece dos produtos ou serviços das demais. A marca é o sinal que serve para diferenciar a origem empresarial do produto ou serviço proposto ao consumidor, e por isso se integra nos sinais distintivos do comércio.*

Para Couto Gonçalves, “A marca tornou-se uma exigência cada vez maior à medida que a economia se caracterizava por uma produção relativamente homogênea ou estereotipada de produtos” (1999:25). Portanto, é por sua função na economia que as marcas passaram a ser protegidas por leis voltadas à proteção dos direitos de propriedade intelectual.<sup>5</sup>

Para além do campo jurídico da proteção, a marca tem conceituações em outras áreas, como a semiologia, em que é considerada um signo, e o marketing, a partir do qual pode ser entendida como qualquer signo, símbolo, sinal ou mesmo objeto capaz de identificar produto ou serviço, diferenciando-o dos demais concorrentes no mercado. (Kotler e Keller, 2006:269).

A marca, atualmente, vem se tornando mais que um instrumento de diferenciação. Como coloca Semprini, elas “passaram por uma evolução e por transformações profundas, tanto em suas lógicas de funcionamento quanto em seu papel e seu significado” (2006:25). Marcas agregam valor simbólico ao produto ou serviço ao qual são apostas. Coca-Cola, Kibon e Natura conseguem manter uma clientela fiel que compra mais do que o produto, compra os atributos funcionais e emocionais comunicados pela marca.

Kapferer (2003) entende ser a marca o “ponto de referência de todas as impressões positivas e negativas formadas pelo comprador ao longo do tempo, quando encontra com os produtos da marca, sua rede de distribuição, seu pesso-

al, sua comunicação”. Para esse autor, ainda, quando as patentes expiram, caindo em domínio público, a marca continua a representar, pelo menos num curto prazo, uma referência de qualidade.

Entretanto, as marcas só podem agregar valor às empresas quando são apropriadas com exclusividade pelas mesmas. Para tanto, deve-se requerer a proteção legal das marcas junto à instituição competente, no caso do Brasil, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). A proteção da marca é essencial para a garantia da manutenção do investimento feito, visando à obtenção da construção de um sinal mercadológico forte, que provoque o desejo de consumo por parte do consumidor.

Para fins de proteção junto ao INPI, além de distintivas, as marcas devem ser visualmente perceptíveis, e não estar incluídas nas proibições legais estipuladas por lei<sup>6</sup>, o que vale tanto para as marcas em geral, como para as marcas coletivas, uma espécie particular de marca.

6. O artigo que estipula os requisitos das marcas é o 122 da Lei 9.279/96. Nesta mesma lei, no artigo 124, com seus 23 incisos, encontram-se as proibições legais.

## Marcas coletivas

Como dito anteriormente, as marcas coletivas são sinais distintivos que podem ser entendidos como coletivos por identificarem produtos ou serviços provenientes de dada coletividade, assim como as indicações geográficas<sup>7</sup> o fazem em relação à coletividade situada em dado território (*terroir*<sup>8</sup>). Para José de Oliveira Ascensão (2005), uma das diferenças versa sobre a titularidade<sup>9</sup>: a indicação geográfica é um direito coletivo de propriedade intelectual cujo titular é coletivo; a marca coletiva pertence a um titular singular (associação, cooperativa ou outra entidade), sendo apenas o seu uso considerado coletivo.

Maria Miguel reforça esta posição ao colocar que a “marca colectiva *lato sensu* é uma marca

7. As indicações geográficas, segundo Locatelli, “(...) são direitos relativos à propriedade industrial que atuam como signos distintivos, diferenciando os produtos e serviços por sua origem geográfica. Tais signos servem, assim, para indicar a origem geográfica dos produtos ou atestar determinada qualidade ou característica essencialmente vinculada ao meio geográfico de origem” (2008:63). Para a legislação brasileira de propriedade industrial, a indicação geográfica é um gênero em que estão incluídas duas espécies: a indicação de procedência e a denominação de origem, sendo a primeira atrelada apenas ao reconhecimento de que determinada localidade se tornou conhecida por produção ou prestação de serviço específica, enquanto a segunda é caracterizada pela presença de características e qualidades do produto que são derivadas exclusiva ou essencialmente do meio geográfico.

8. Segundo Krucken, “O conceito de *terroir* abrange o produto, o território e a sociedade que o produz, nestes termos: ‘É o espaço



## Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém

cujo registro é titulado por uma *única* pessoa [jurídica]” (2005:218). Feita a diferenciação acima, tendo em vista a aproximação e confusão existente entre marcas coletivas e indicações geográficas, pode-se tomar a marca coletiva como uma subespécie das marcas em geral, conforme dito

geográfico no qual os valores patrimoniais são frutos de relações complexas das características culturais, sociais, ecológicas e econômicas tecidas ao longo do tempo’ (Brodhag, 2000). O *terroir*, portanto, é um território caracterizado pela interação com o homem ao longo dos anos, cujos recursos e produtos são fortemente determinados pelas condições edafo-climáticas e culturais” (2009:31).

9. Para Montelione, “o elemento que diferencia (...) a marca (seja a individual ou a colectiva) da denominação/indicação protegida é a natureza publicista destas últimas que não têm como único objectivo a tutela das empresas particulares que usam a denominação/indicação mas, sobretudo, a valorização do produto típico contradistinguido por tais sinais, de modo a garantir uma espécie de ‘garantia’ institucional, sobre a proveniência e, por conseguinte, da boa qualidade do produto” (apud Carvalho, 2005:226).

anteriormente. E continua, defendendo que tais marcas “são sinais distintivos de produtos ou serviços, diferenciando-se das marcas individuais no aspecto relativo à titularidade e por algumas diferenças de regime jurídico inteiramente justificadas pelas funções sócio-económicas que visam realizar” (p.219). Do texto de Miguel, retira-se importante conclusão acerca do papel económico das marcas coletivas, ideia que teremos oportunidade de discutir a seguir.

Alguns países, como a Itália, vêm utilizando as marcas coletivas como instrumentos de desenvolvimento local e valorização de produções entendidas como tradicionais. Produtos artesanais e industriais, provenientes de determinadas áreas geográficas detentoras de saberes tradicionais, têm feito uso de marcas coletivas com o objetivo de melhor se distinguirem e se identificarem frente aos produtos homogeneizados do mercado de massa.

Em trabalho de pesquisa realizado na Itália, sobre os Presépios de San Gregório Armeno, os autores Cuccia *et al* (2007) apontam que turistas se viam mais motivados a consumir os presépios assinalados por marcas coletivas que indicassem a origem e o saber-fazer de tais produtos, inclusi-

ve pagando valores mais elevados. Neste caso, a marca coletiva funciona como um elemento que, além de agregar valor, informa aos consumidores dados sobre a origem de tais objetos, bem como sobre a tradição manufatureira local.

Outros casos italianos vêm expondo o quanto uma política voltada para o desenvolvimento de marcas coletivas atreladas a localidades tradicionais têm possibilitado sua sobrevivência frente aos produtos originados da China, comercializados a preços mais baratos, como é o caso dos vidros imitativos da região italiana de Murano.

Sendo o Brasil um país com várias áreas de produção tradicional e local, muitas voltadas para o artesanato, a comparação com os casos italianos vem a fomentar a definição de estratégias pontuais para o desenvolvimento de marcas coletivas para essa realidade. Nesse sentido, pode-se apontar o caso particular da produção das cueiras de Santarém, refletindo quais seriam os ônus e os bônus provenientes de seu uso pela associação produtora.

Um dos pontos de destaque diz respeito à necessidade da marca coletiva ter de ser depositada junto ao INPI acompanhada de seu regulamento

de utilização.<sup>10</sup> Este instrumento possibilita que o titular da marca estabeleça regras e padrões a serem seguidos pelo associado da coletividade que dela desejar fazer uso em mercadoria ou serviço prestado, sendo permitido somente àquele que atender ao contido no regulamento.

O regulamento de utilização, segundo Rita Largo Gil,

*é o eixo sobre o qual gira todo o regime jurídico das marcas colectivas. Dele depende a constituição do direito de marca e a própria subsistência desse direito, pois não só é exigido para ser concedido o direito de marca, como também poderá, se o titular da marca permitir ou tolerar o seu desrespeito, conduzir à caducidade do registro da marca colectiva.* (apud Maria Miguel Carvalho, 2005).

A partir do estipulado no regulamento de uso, tem-se que as marcas coletivas poderão exercer funções para além daquelas consideradas clássicas

10. Conforme artigo 147 da Lei 9.279/96, “O pedido de registro de marca coletiva conterà regulamento de utilização, dispondo sobre condições e proibições de uso da marca. Parágrafo único – O regulamento de utilização, quando não acompanhar o pedido, deverá ser protocolizado no prazo de 60 (sessenta) dias do depósito, sob pena de arquivamento definitivo do pedido”.

das marcas, quais sejam a distintiva e a de indicação de origem. Caso a coletividade titular da marca coletiva determine padrões de controle de qualidade a serem observados e seguidos pelos associados, o regulamento, então, exercerá também a função de manutenção de características tradicionais e até mesmo de cuidados socioambientais.

Para Maria Miguel, o regulamento de uso

*(...) estabelece que as pessoas colectivas que tutelam, controlam ou certificam actividades económicas devem promover a inserção nos respectivos diplomas orgânicos, estatutos ou regulamentos internos, de disposições em que se designem as pessoas que têm o direito de usar a marca, as condições em que deve ser utilizada e os direitos e obrigações dos interessados no caso de usurpação ou contrafação. (...) Este regulamento de uso assume uma importância inegável.* (2005:240).

O regulamento de uso de uma marca coletiva é, portanto, um instrumento de autorregulação que pode se tornar um elemento eficiente de autogestão para o titular desse sinal, estimulando a manutenção de padrões tradicionais que diferenciam o produto.

## Marca coletiva como elemento de proteção e agregação de valor da tradição das cuias de Santarém

As cuias da região de Santarém diferenciam-se pelos padrões iconográficos entalhados sobre elas. Tais padrões vinham caindo em desuso nas práticas das artesãs, sendo incentivada sua retomada no âmbito de um projeto, fomentado por um grupo de parceiros<sup>11</sup>, que viabilizou o Inventário dos Modos de Fazer Cuias no Baixo Amazonas, bem como a identificação, reunião e disponibilização desses padrões junto às artesãs.

Os padrões iconográficos passaram a ser reaplicados nas cuias, singularizando-as em relação às produções concorrentes. Segundo Fabrícia Cabral (2007:99), os padrões usados na decoração são iconográficos e descritivos, com constância de temas florais de estilo rococó, também aparecendo grafismos comemorativos à República, grafismos geométricos, formas antropomórficas



e zoomórficas. Tais padrões são pintados na parte externa da cuiá e sua conformação gráfica é, provavelmente, derivada da colonização europeia, do contato com o grafismo tapajônico e mesmo de influências atuais.

As cuias de Santarém, mais especificamente da região do Aritapera<sup>12</sup>, com sua produção gráfica, fazem parte da diversidade cultural brasileira que vem se destacando no mercado de artesanato qualificado, exatamente por possuírem valores regionais e tradicionais diferenciais.

11. Trata-se do projeto Cuias de Santarém, “o qual consiste em uma intervenção sócio econômica e cultural em comunidades produtoras de cuias da localidade de Santarém, Estado do Pará, Brasil”. Tal projeto foi desenvolvido pelo Programa de Apoio a Comunidades Artesanais (Paca), do Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNPFCP/

Iphan/MinC, tendo como parceiros a Comunitas (parceria para o desenvolvimento solidário/Artesanato Solidário) e o Sebrae, com o patrocínio da Petrobras Distribuidora (Cabral, 2007:94)

12. A região do Aritapera inclui, entre outras, Centro do Aritapera, Carapanatuba, Enseada do Aritapera, Surubim-Açu e Cabeça d’Onça.

Conforme Remédio Marques, para quem o “valor da diversidade cultural das comunidades locais tem sido qualificado como recurso econômico global (...)” (2007:352), a herança cultural das populações, seja ela indígena, nativa ou camponesa, além de ser essencial para a preservação de sua identidade, integridade e autodeterminação, é simultaneamente um valor cultural e um valor comercialmente apetecível.

A posição de Remédio Marques pode ser endossada por dois pesquisadores brasileiros que acrescentam ser a importância da diversidade cultural

*ressaltada, particularmente, nos períodos de crescente globalização, nos quais se aprofunda a tentativa de homogeneizar padrões de consumo para dar vazão à acelerada produção e venda de bens e serviços de massa, estandarizados (commodities). Assim, o conceito de diversidade se coloca como chave nesta discussão. Quanto mais denso e rico o conteúdo cultural de uma determinada sociedade, maiores as possibilidades de enfrentamento dos desafios associados a comoditização das atividades artísticas e culturais.* (Cassiolo e Lastres, 2005:9).

A diversidade cultural, por si só, tornou-se um produto almejado pelo mercado. Em *Culturas híbridas*, Canclini (2000) aponta como os agentes da cultura popular, diante da força da cultura de massa, conseguem se reorganizar, mantendo boa parte de seu saber-fazer a partir de sua inserção no mercado global como elemento diferencial. Todavia, ao entrar na dinâmica concorrencial, é importante redimensionar as estratégias utilizadas para isso, de maneira a fazer uso dos instrumentos consagrados de apropriação dessa produção<sup>13</sup> a favor da agregação de valor aos produtos artesanais a serem produzidos e comercializados. A marca coletiva parece ser um instrumento interessante que auxilia nesse processo.

Fazendo uma comparação, a partir do texto de Locatelli (2008), entre a indicação geográfica (IG) e a marca coletiva como instrumentos de desenvolvimento local, pode-se dizer que os produtos assinalados por uma marca coletiva, assim como as IGs, teriam a potencialidade de ser mais bem inseridos no mercado interno e externo;

13. Por instrumentos de apropriação, entendem-se as patentes de invenção e modelo de utilidade, registros de desenho industrial, marcas, indicações geográficas, direitos autorais, segredos de negócio, entre outros não compreendidos como direitos de propriedade industrial.

de gerar incremento à renda dos produtores e comerciantes, promovendo maior agregação de valor aos produtos ou serviços, como também emprego, fixando a população local; de auxiliar no estímulo ao desenvolvimento de atividades lucrativas indiretas; e até mesmo de incentivar a manutenção de tradições locais baseadas em saberes tradicionais.

A marca Aíra vem sendo compreendida como uma possível marca coletiva para assinalar as cuias produzidas por determinado grupo de artesãs da localidade de Santarém, no Pará.<sup>14</sup> Este grupo resolveu se organizar, em 2003, criando a Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém – Asarisan, pessoa jurídica coletiva que poderá vir a ser a titular da marca.<sup>15</sup>

A ideia das artesãs que organizaram a Asarisan, um grupo inicialmente de 33 mulheres, é utilizar a marca coletiva como um instrumento de iden-

tificação da procedência das cuias por elas produzidas, uma vez que essa produção vem sendo copiada por outros grupos de artesãos que não mantêm o mesmo padrão de qualidade nem o mesmo saber-fazer. Portanto, a primeira função da marca coletiva dessa associação é a de indicar a origem e identificar as cuias, promovendo a rastreabilidade da produção específica da Asarisan como meio de auxiliar o consumidor no ato de escolha do produto.

*As marcas colectivas podem também proporcionar uma proteção mais efectiva do que outros sinais distintivos (como é o caso das denominações de origem e indicações geográficas, que teremos ocasião de referir infra (v.I.2)), bem como uma maior segurança contra a sua violação, dado que, normalmente, há algum controlo dos produtos ou serviços oferecidos sob a marca colectiva. Por outro lado, as marcas colectivas permitem aos usuários algumas economias, designadamente relativas às taxas de registo como marcas individuais e à publicidade.* (Carvalho, 2008:216).

Como apontado por Maria Miguel Carvalho, as marcas coletivas permitem a proteção e a gestão de marcas de forma mais econômica. Contudo,

o registro de uma marca é só o primeiro passo para garantir sua proteção. Torná-la relevante para o consumidor é resultado de ações com publicidade, canais de distribuição, manutenção da qualidade do produto, entre outras atuações, o que demanda a realização de altos investimentos por parte dos detentores de marcas. Daí a dificuldade de produtores menores, locais e micro e pequenas empresas conseguirem construir marcas fortes, que possam servir como elementos de agregação e fidelização da clientela.

Entretanto, a marca coletiva, por ser de titularidade de uma coletividade, permite que os custos

de sua construção e manutenção sejam compartilhados por todos os membros da associação, o que diminui o ônus individual. Ao mesmo tempo, uma associação, coletividade e/ou cooperativa é um ente economicamente mais forte para barganhar com canais de comunicação e distribuição, posto que é necessário que a marca esteja nos pontos de venda, de forma a não decepcionar as expectativas do consumidor. Grandes redes varejistas e distribuidores são parceiros dos titulares de marcas; portanto, são atores essenciais a serem levados em consideração nas estratégias de marketing e gestão de marcas.

Conforme estabelece Muñoz Najar (2007), o uso de sinais coletivos pode capacitar as pequenas organizações para se dirigirem ao mercado como um grupo coeso, com uma estratégia comum. Isso diminuiria os custos de acesso, uma vez que a marca é explorada e promovida por diferentes indivíduos. Acertadamente, os custos para a colocação de um novo produto ou serviço no mercado passariam a ser reduzidos, pois seriam compartilhados. Também pode ser uma estratégia interessante para o aumento dos padrões de qualidade ambiental e dos padrões de qualidade do produto, dado que compartilhar o uso da marca significa comparti-



Cache pot (ou candelária, na denominação local)

14. A marca Aíra ainda não foi requerida junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) como marca coletiva. Dessa forma, apesar das artesãs terem escolhido a marca e a identidade visual da mesma, só poderemos falar em marca coletiva quando ocorrer o seu depósito com a documentação estipulada por lei junto ao Instituto competente.

15. Informação concedida pela pesquisadora Luciana Gonçalves de Carvalho em evento sobre os sinais distintivos coletivos, realizado no INPI em novembro de 2010.

lhar também o direito e o dever de seguir padrões de qualidade e características específicas do produto ou serviço suportados pela marca.

Nesse contexto, uma marca coletiva articulada, gerenciada e compartilhada entre seus membros poderia promover o desenvolvimento das localidades, tornando-se uma ferramenta para fomentar a publicidade de áreas regionais específicas a partir do desenvolvimento de marcas locais. Por fim, as campanhas de marketing, de tão alto custo para os pequenos empreendedores, poderiam ser compartilhadas, divulgando o potencial regional.

O regulamento de utilização pode ser utilizado como um instrumento para manutenção e comunicação de um dos diferenciais das cuias de Santarém, seu saber-fazer local. Dessa forma, o processo de produção artesanal específico e peculiar, formado pelas etapas de extração, corte, alisamento do fruto, tingimento, lixamento, fixação da pintura e ornamentação por meio de incisões nas cuias, pode ser estipulado e padronizado por intermédio do regulamento de utilização da marca coletiva Aira, sendo comunicado ao mercado especializado como diferencial seguido e respeitado pelas artesãs da Asarisan.

A marca coletiva, nesse cenário, se destaca como um instrumento capaz de agregar valor a essa produção local, permitindo a repartição tanto do ônus quanto do bônus de sua proteção e gestão. Quando essa marca impregnar a mente do consumidor específico, revelará seu potencial de identificação dos produtos por ela assinalados. É de fundamental importância, portanto, requerer o registro da marca coletiva Aira de forma a garantir seu uso exclusivo apenas pelos integrantes da Asarisan, titular da marca.

Dentro do conceito desse tipo de marca, a primeira coisa a ser feita pela associação titular deverá ser a formulação de um regulamento de utilização. Este se constituirá na essência da marca e na sua proposta de valor para o consumidor. Nele poderão ser postos os padrões e regras que os associados deverão cumprir para fazer jus ao direito de usá-la.

Dessa forma, padrões de qualidade – a serem mantidos nos produtos conforme acima relatados –, respeito às legislações socioambientais, uso de matéria-prima de forma sustentável, respeito aos padrões iconográficos que foram recuperados, etc, são apenas algumas regras que podem ser es-

tipuladas no regulamento de utilização de forma a serem observadas e seguidas por todos os associados interessados na aplicação da marca coletiva sobre suas cuias. Nesse contexto, a marca coletiva poderia vir a ser também um instrumento de auxílio na preservação do patrimônio imaterial local.

Focando um pouco mais a questão do uso da marca coletiva como estratégia de preservação dos padrões iconográficos resgatados e catalogados, sua manutenção – como também a melhoria de sua qualidade – poderia vir a ser a regra principal contida no regulamento de utilização, sendo destacada pela Associação, uma vez que tais padrões ajudam na criação de um diferenciador das cuias, além de terem por trás de si toda uma valorização e resgate de um saber-fazer de longa data.

Padrões iconográficos como aqueles empregados nas cuias de Santarém tenderiam a ser protegidos por desenhos industriais, por intermédio da mesma lei em que está inserida a marca coletiva (Lei 9279/96). Entretanto, no caso da legislação brasileira de propriedade industrial, para que isso seja possível, precisam atender três requisitos básicos, aplicados na análise de padrões gráficos: novidade, originalidade e aplicação industrial.

Como os desenhos aplicados hoje nas cuias foram resgatados, tendo já sido utilizados, não são novos e, por isso, não podem ser também originais. Além disso, por serem feitos manualmente, ou melhor, por não contarem com padronização industrial, não atendem ao requisito da aplicação industrial.

Dessa forma, o único instrumento de propriedade industrial<sup>16</sup> a ser aplicado na identificação e preservação de tais padrões é a marca coletiva, que possui no regulamento de utilização o instrumento adequado para a manutenção dos padrões iconográficos das cuias. Se de uma forma geral a “marca se inscreve em uma lógica de diferenciação da produção”, como coloca Kapferer (2003:40), fazendo com que as empresas procurem responder melhor às expectativas de uma certa clientela, se concentrando em fornecer a ela, de maneira constante e repetida, a combinação ideal de atributos tangíveis e intangíveis, funcionais e hedonistas, visíveis e invisíveis, em

16. Embora fale-se, aqui, apenas da propriedade industrial, poderíamos pensar no uso dos direitos autorais como forma de proteção do trabalho de cada artesã. Como essa discussão deve ser tratada com exclusividade, sugerimos uma análise pontual e aprofundada para se aferir a possibilidade de aplicação das regulações legais sobre direito autoral ao trabalho artesanal das artesãs de Santarém.



Raimunda, Vera e Lenil, artesãs da Enseada do Aritapera

condições econômicas viáveis para ela, como aponta o autor, no caso da marca coletiva, com seu regulamento de utilização, tais vantagens se tornam ainda mais garantidas para o consumidor.

O não atendimento aos padrões ou regras estabelecidos no regulamento de utilização poderá levar à perda da marca coletiva. Daí a importância de tal instrumento para a gestão desse tipo de sinal. Exatamente por causa do regulamento, algumas marcas coletivas têm se tornado indicadoras de

certos padrões de qualidade ou até de origem territorial. O estipulado no regulamento ajudará a definir o tipo de marca coletiva pleiteada e o tipo de estratégia pretendida com o uso desse sinal.

Segundo a pesquisadora Lia Krucken:

*A valorização de recursos e produtos locais é um tema muito rico e complexo, pois produtos envolvem simultaneamente dimensões físicas e cognitivas. É necessário perceber as qualidades*

*do contexto local, o território e a maneira como cada produto é concebido e fabricado – para compreender as relações que se formam em torno de produção e do consumo dos produtos. (2009:17).*

Pensando sua localidade e sua tradição, as artesãs da Asarisan poderão refletir sobre o uso da marca coletiva Aíra de forma que esta não apenas agregue valor, mas seja um instrumento promotor da continuidade da identidade local, do *ethos* do grupo, bem como da tradição de sua produção.

## Conclusão

Pensar em diferenciação e conquista de espaço no mercado qualificado é pensar em marca. Pensar em marca enquanto instrumento que possa efetivamente garantir a manutenção de determinados atributos do produto ou de seu modo de produção é pensar em marca coletiva. O uso coletivo é sua caracterização primeira, estando o regulamento de utilização posto em seguida, como essência desse tipo de marca.

Os consumidores são diariamente bombardeados por produtos de diversas empresas. A complexidade faz-se na escolha de um que

lhe possa ofertar continuidade na sua forma de apresentação e na promessa de sua marca. Determinante, portanto, é o uso de sinais que possam informar e mesmo garantir a presença de determinados atributos. Daí a importância dada às marcas coletivas, indicações geográficas e marcas de certificação. Tais sinais, para além de identificar um produto, diferenciando-o dos demais, exercem funções outras, como a de informar a presença ou ausência de qualidades, atributos, matéria-prima, modo de fabricação, tradição, rastreabilidade.

Mercados homogêneos, como os atuais, vêm dando cada vez mais importância para esse tipo de informação, tendo em vista a necessidade de aquisição de produtos com maior grau de diferenciação. Também se pode destacar a importância dada às produções locais e artesanais que se diferenciam da produção em massa por manterem características peculiares, maior respeito ao meio ambiente e à sociedade em que estão inseridas.

As artesãs de Santarém, com suas cuias com padrões iconográficos diferenciados, ofertam produtos que atendem às expectativas de um mer-

cado consumidor especializado, no qual valores como tradição, saber-fazer local, entre outros têm sido valorizados. Entretanto, tais valores precisam ser devidamente comunicados ao consumidor. É nesse momento que a estratégia de uma marca funciona, estabelecendo o elo de informação entre produtores e consumidores.

Mais que uma marca, um sinal coletivo atende de forma pontual a essa produção, uma vez que sua regulamentação ajuda na construção de padrões que permitem a manutenção da tradição resgatada e reinventada pelas cuieiras da localidade de Santarém. Numa visão mais abrangente, toda a cadeia produtiva das cuias de Santarém pode estar protegida desde que o regulamento de utilização da marca coletiva contemple esse uni-

verso, atrelando o diferencial competitivo dessa produção à preservação de um saber-fazer local.

Marcas coletivas, assim como indicações geográficas, têm sido utilizadas como instrumentos de desenvolvimento local, agregando valor a produtos e serviços que, sem tais sinais, não conseguiriam ter seus diferenciais comunicados ao mercado global. O Brasil, enquanto país mega diverso (em recursos naturais e práticas culturais), só tem a ganhar com a estratégia de uso das marcas coletivas, principalmente quando associadas às produções locais, baseadas em valores tradicionais. Dessa forma, produtos como as cuias de Santarém poderão chegar ao mercado tendo seu diferencial comunicado, possibilitando também o retorno justo àqueles que são seus produtores.



Cuia pitinga ornamentada com incisões

## Referências bibliográficas

- ALMEIDA, Alberto. “Indicações de proveniência, denominações de origem e indicações geográficas”. In.: *Direito industrial* Vol.5. Coimbra: Almedina, 2008.
- ALMEIDA, Alberto Francisco Ribeiro de Almeida. *Denominação de origem e marca*. Coimbra/Portugal: Coimbra, 1999.
- ASCENSÃO, José de Oliveira. “Questões problemáticas em sede de indicações geográficas e denominações de origem”. In.: *Direito industrial* Vol.5. Coimbra: Almedina, 2008.
- CABRAL, Fabricia Guimarães Sobral. *Saberes propostos: design e artesanato na produção de objetos culturais*. Dissertação (Mestrado em Artes e Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007. Disponível em [http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/0510320\\_07\\_cap\\_04.pdf](http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/0510320_07_cap_04.pdf). Acesso em 17 de março de 2011.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas híbridas*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2000.
- CARVALHO, Maria Miguel. “Marcas colectivas – breves considerações”. In.: *Direito industrial* Vol. 5. Coimbra: Almedina, 2008.
- CUCCIA, Tiziana, MARRELLI, Massimo e SANTAGATA, Walter. “Collective trademarks and cultural districts: the case of San Gregorio Armeno – Naples”. Dipartimento di Economia “S. Cagnetti de Martiis”. International Centre for Research on the Economics of Culture, Institutions, and Creativity (EBLA) – Università di Torino, Working paper No. 01/2007. Disponível em: [http://www.eblacenter.unito.it/WP/2007/1\\_WP\\_Ebla.pdf](http://www.eblacenter.unito.it/WP/2007/1_WP_Ebla.pdf)
- CASSIOLATO, José Eduardo e LASTRES, Helena Maria Martins. *Cultura e desenvolvimento: o APL de música*

- de Conservatória/RJ*. Texto para a Organização Internacional do Trabalho – OIT. Rio de Janeiro: RedeSist/UFRJ, 2005.
- GONÇALVES, Luís M. Couto. *A função distintiva da marca*. Coimbra: Almedina, 1999.
- LARGO GIL, Rita. *Las marcas colectivas y las marcas de garantía*. Navarra: Editorial Aranzadi, 2006.
- LOCATELLI, Liliana. *Indicações geográficas. A proteção sob a perspectiva do Desenvolvimento econômico*. Curitiba: Juruá, 2008.
- KAPFERER, Jean-Noël. *As marcas. Capital da empresa*. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- KOTLER, Philip e KELLER, Kevin. *Administração de marketing*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- KRUCKEN, Lia. *Design e território. Valorização de identidades e produtos locais*. São Paulo: Studio Nobel, 2009.
- MUÑOZ-NÁJAR, Luis Alonso Garcia. “Alternative development tools: collective trademarks, certification marks, and indications of geographic origin” In.: *Organization of American States Inter-American Drug Abuse Control Commission (CICAD)*. Forty-Second, Santa Marta (Colombia), 2007.
- OLAVO, Carlos. *Propriedade industrial. Sinais distintivos do comércio concorrência desleal*. Coimbra/Portugal: Almedina, 2005.
- RAMELLO, Giovani. “What’s in a sign? Trademark law and economic theory”. In.: *Journal of economic surveys*. Vol.20, nº 4, Blackwell Publishing, 2006.
- REMÉDIO MARQUES, João Paulo Fernandes. *Biotecnologia(s) e propriedade intelectual*. Coimbra: Almedina, 2007.
- SEMPRINI, Andrea. *A marca pós moderna. O poder e a fragilidade da marca na sociedade contemporânea*. São Paulo: Estação das Letras, 2006.

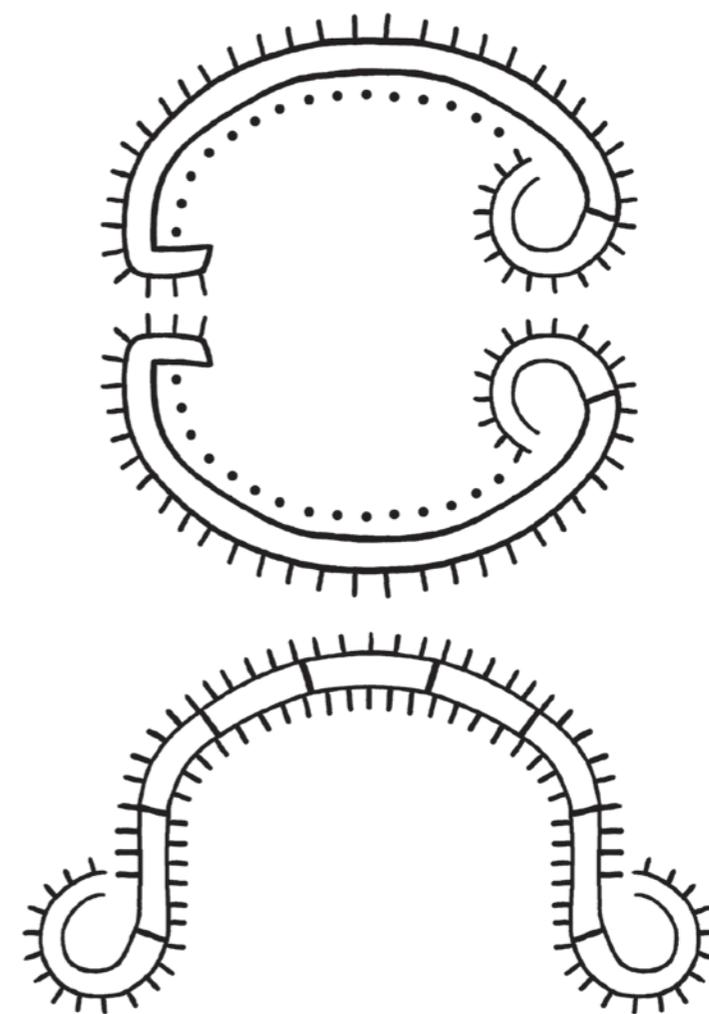
caderno de padrões: riscos

florais







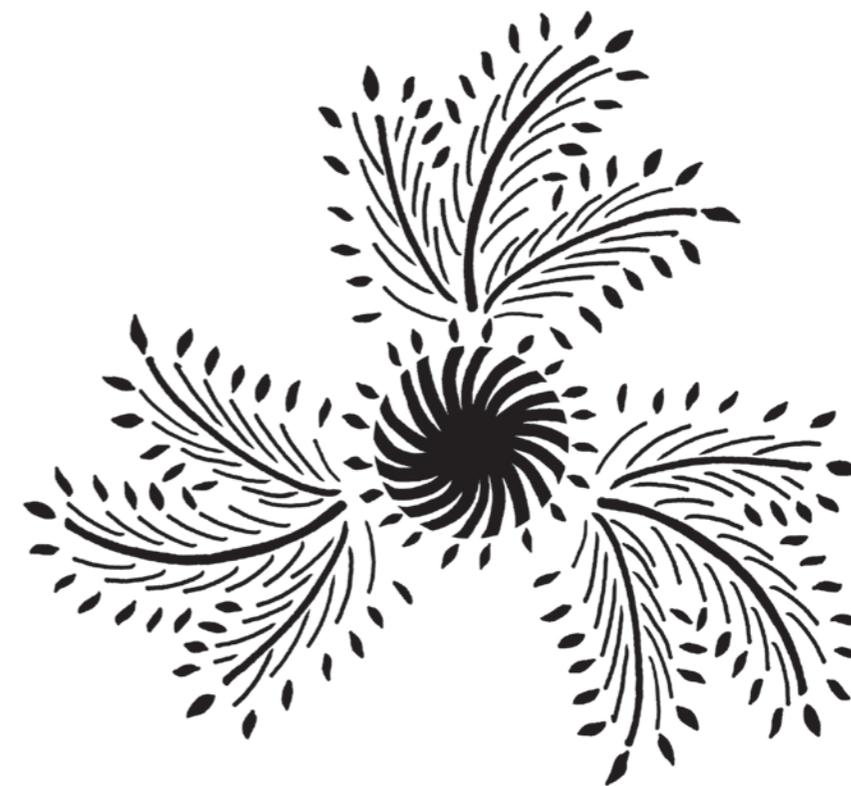


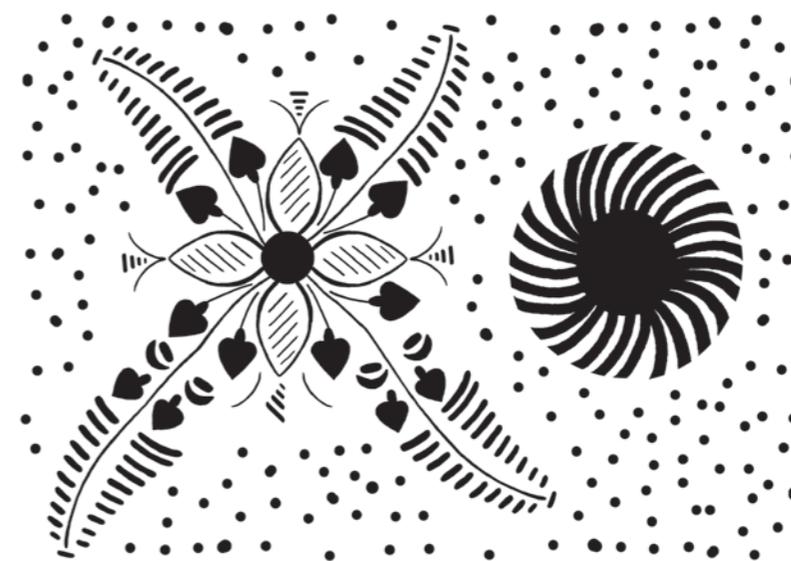






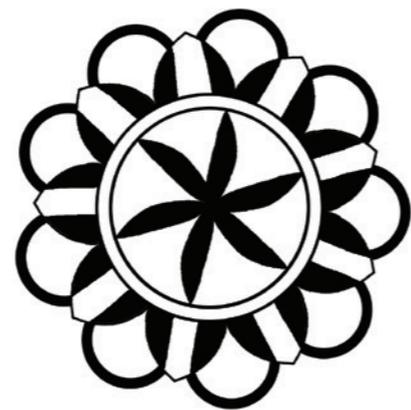
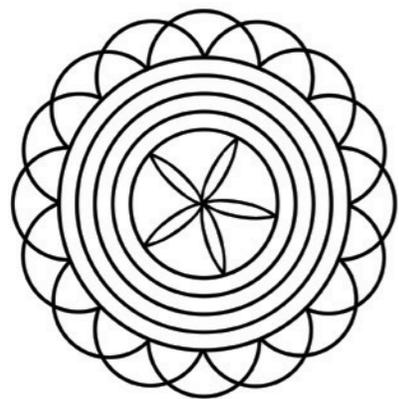


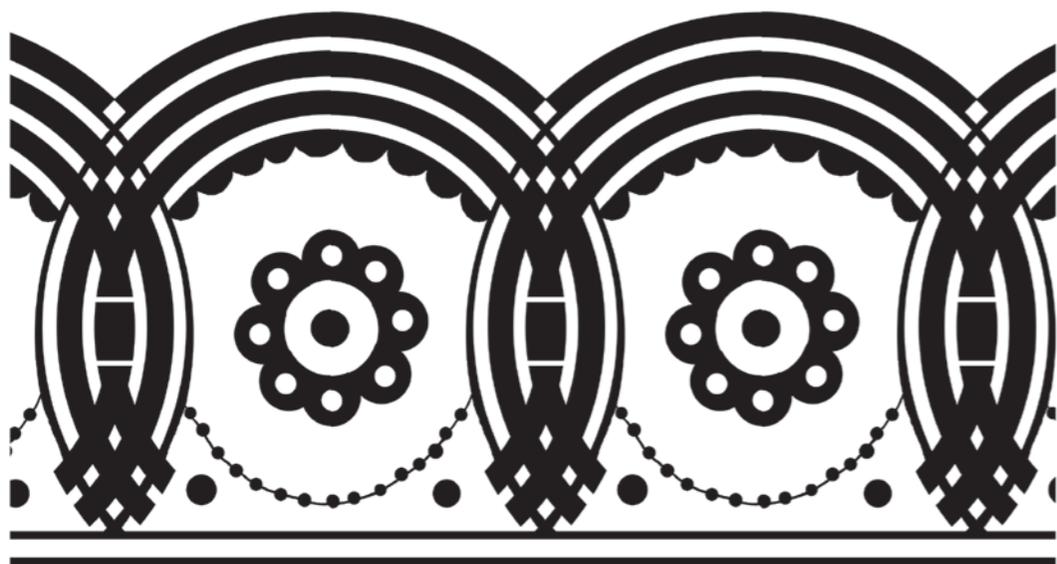














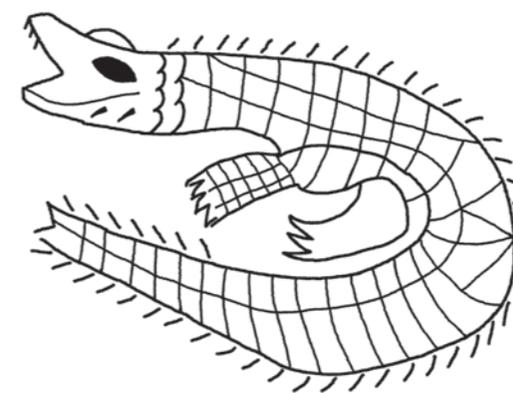
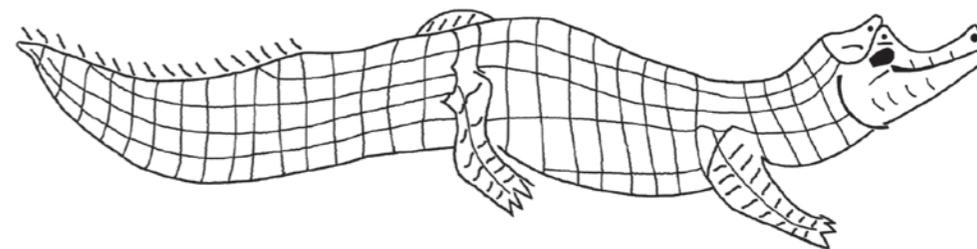


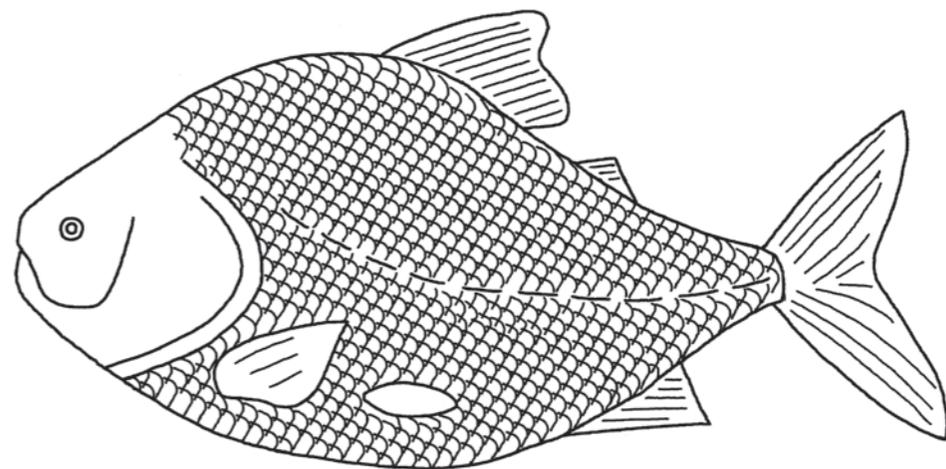
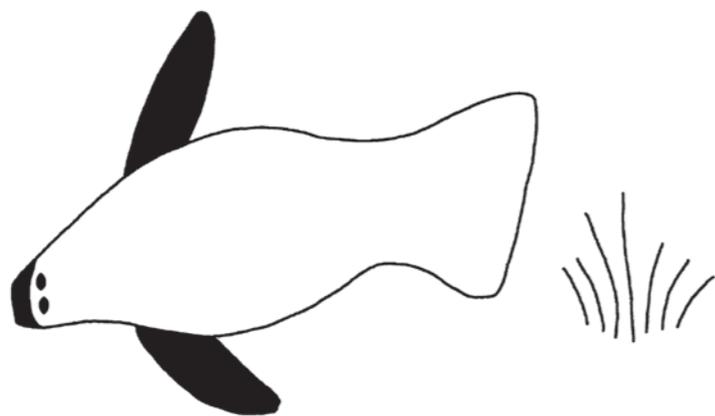
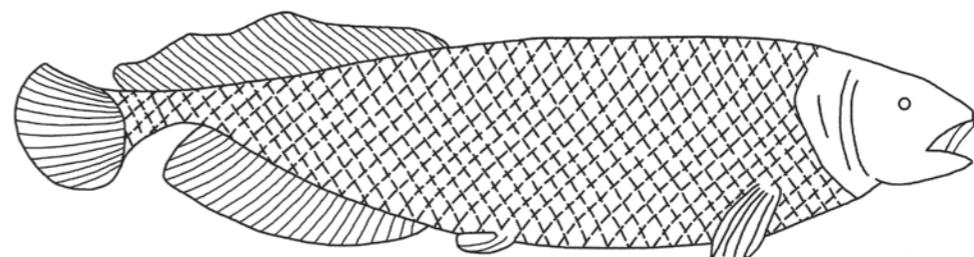
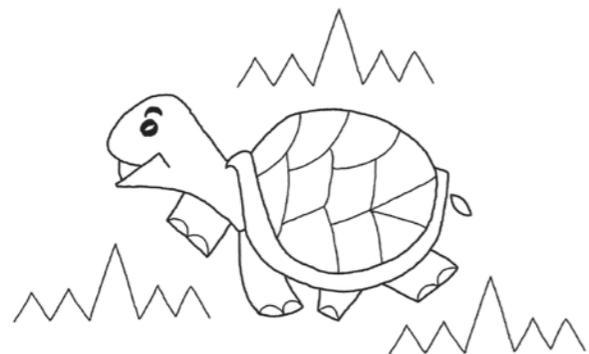


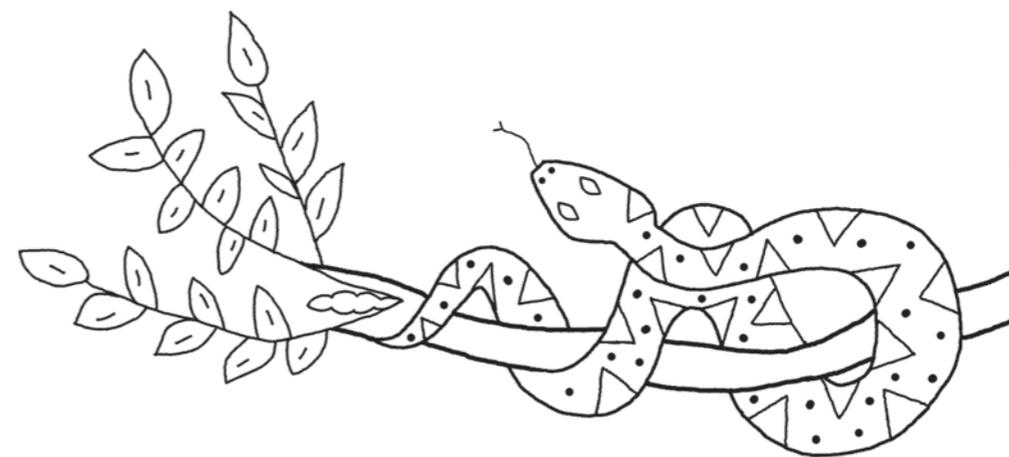
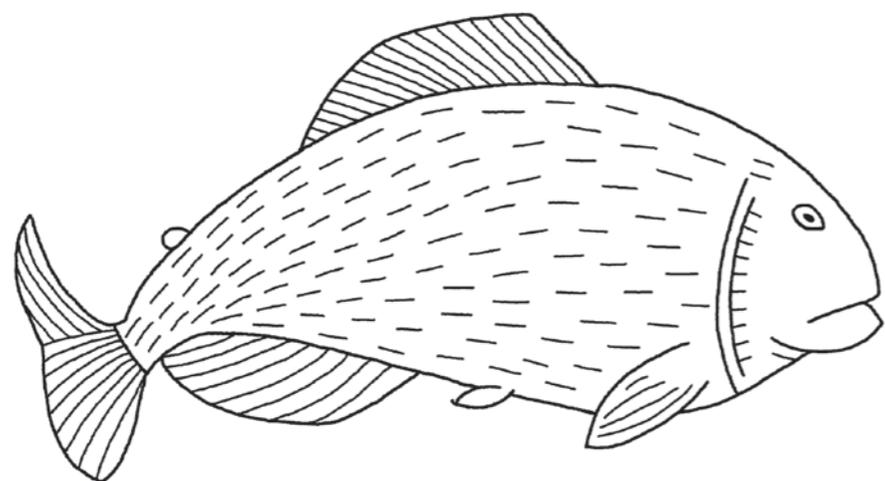
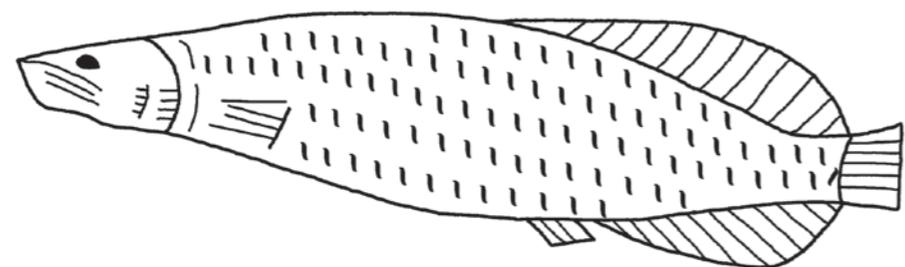


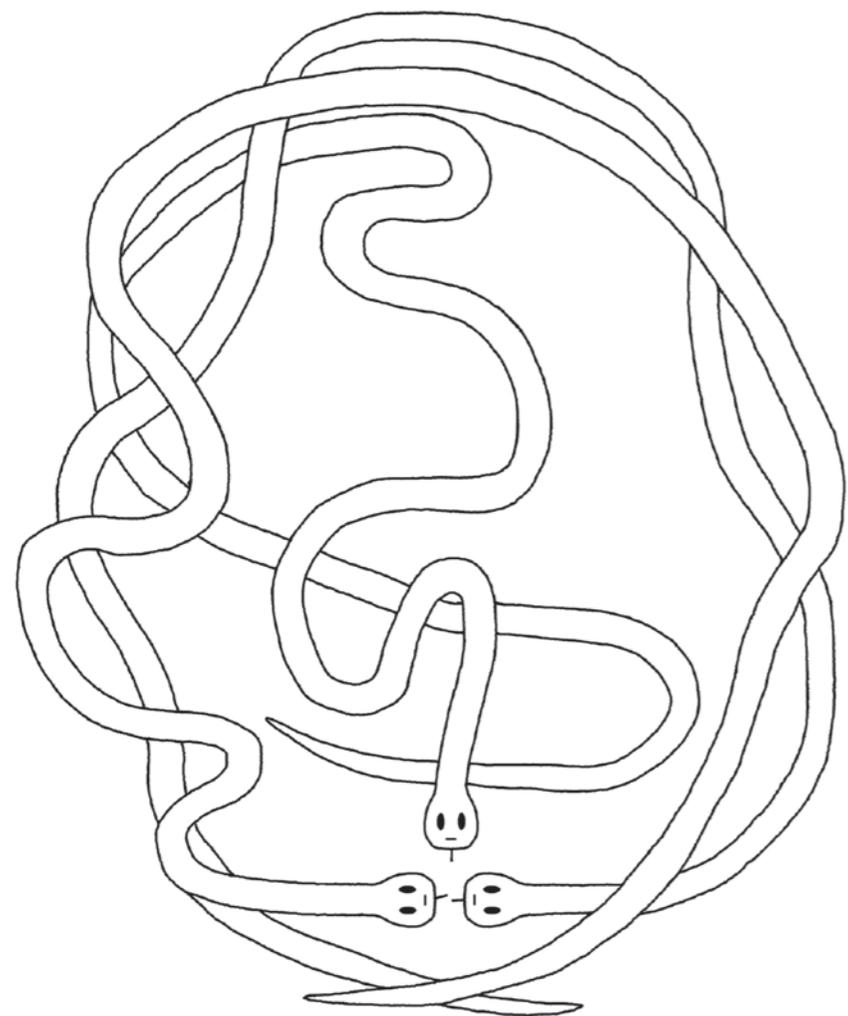


fauna

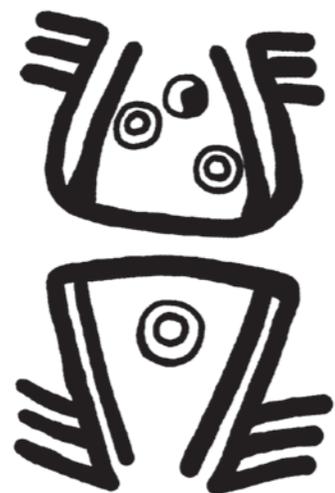


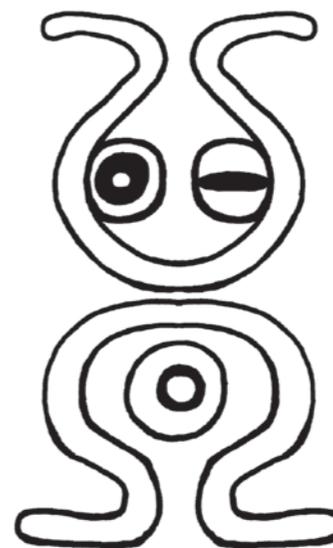


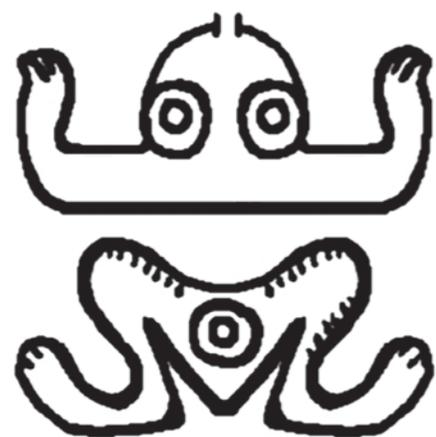


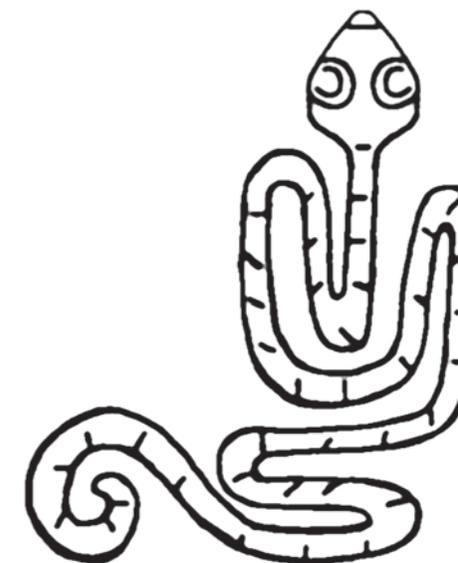


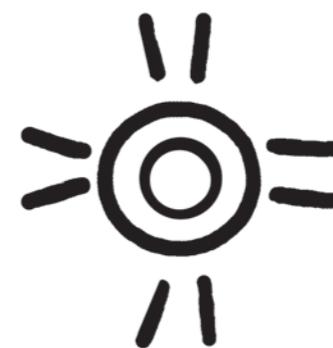
tapajônicos





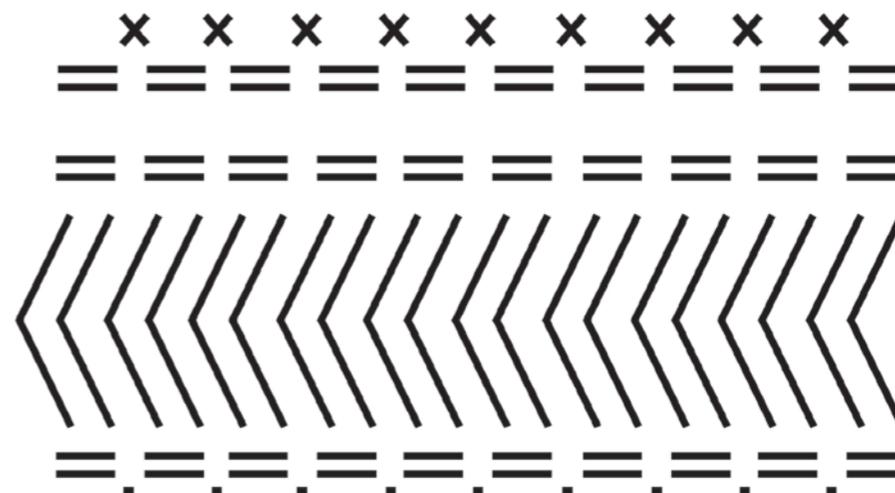
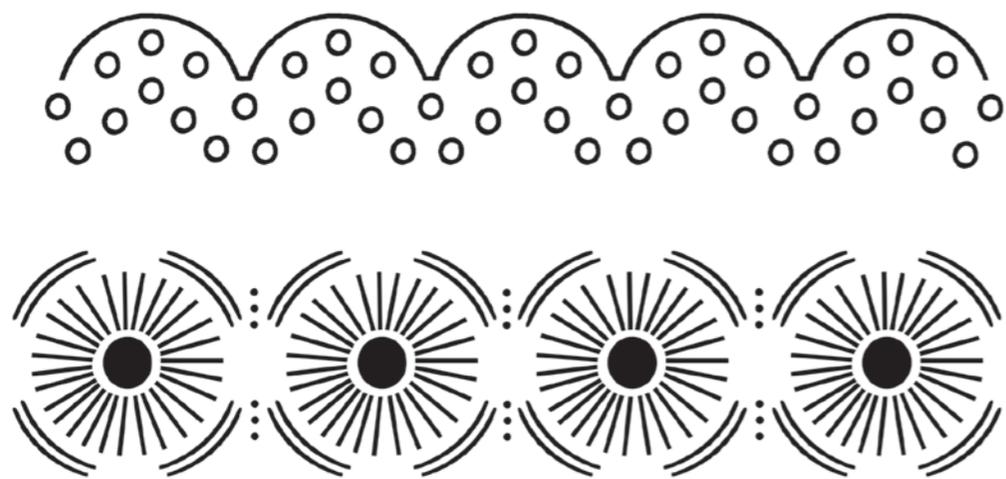


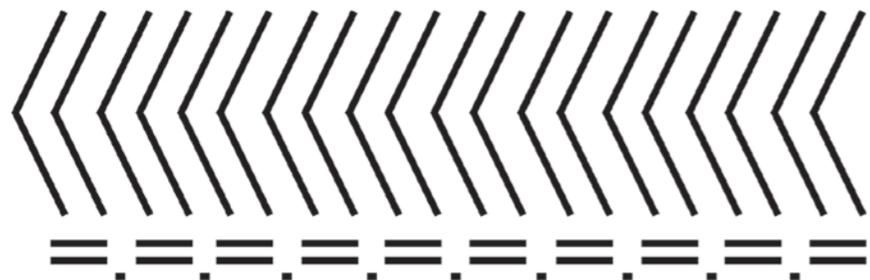
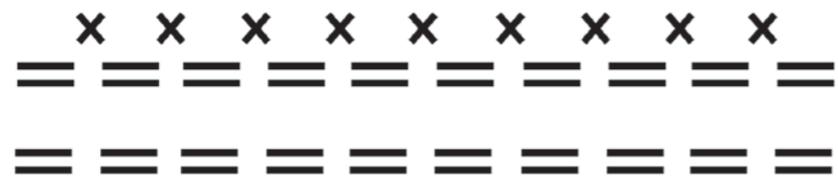
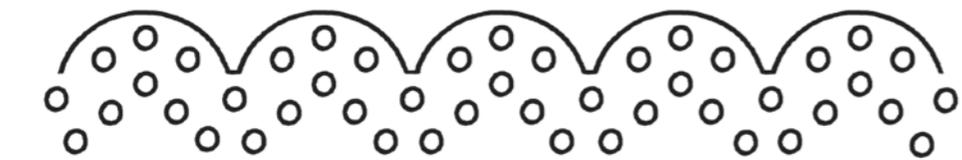


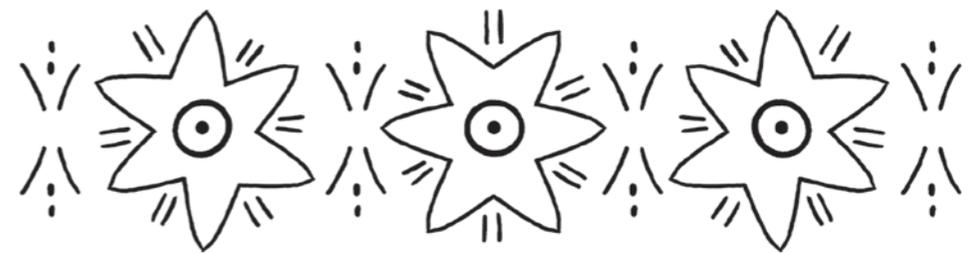
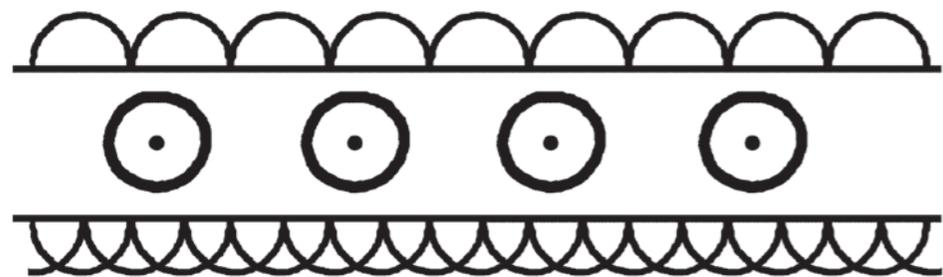


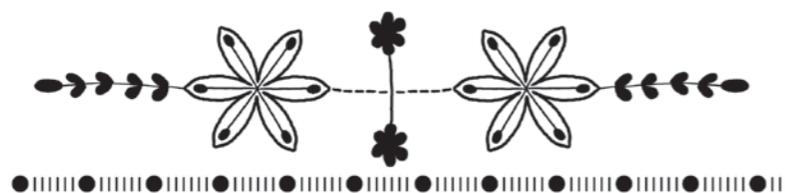


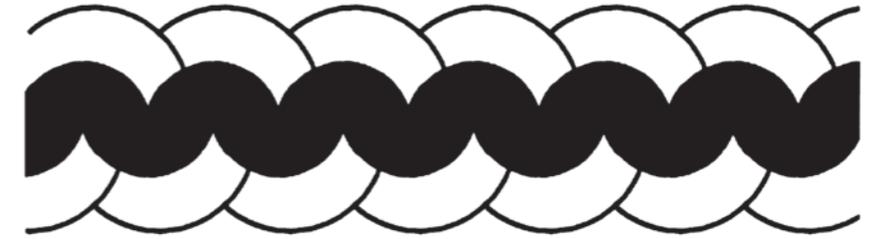
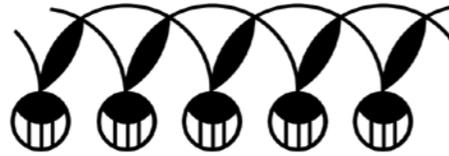
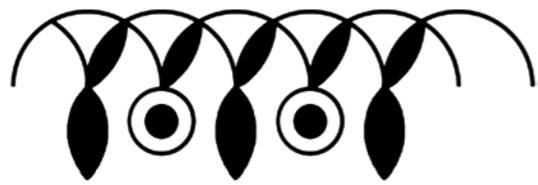
bordas

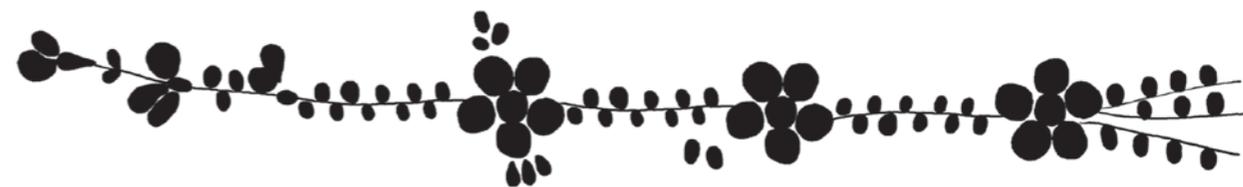
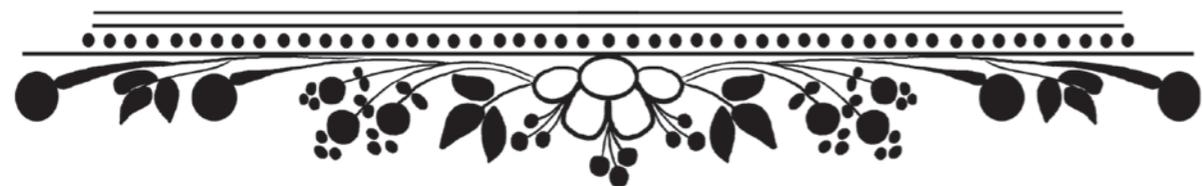


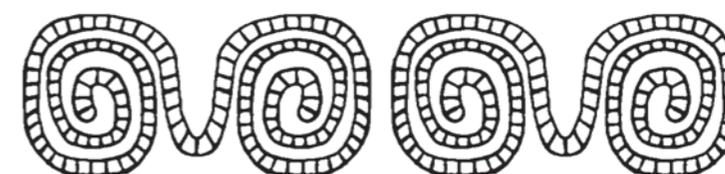


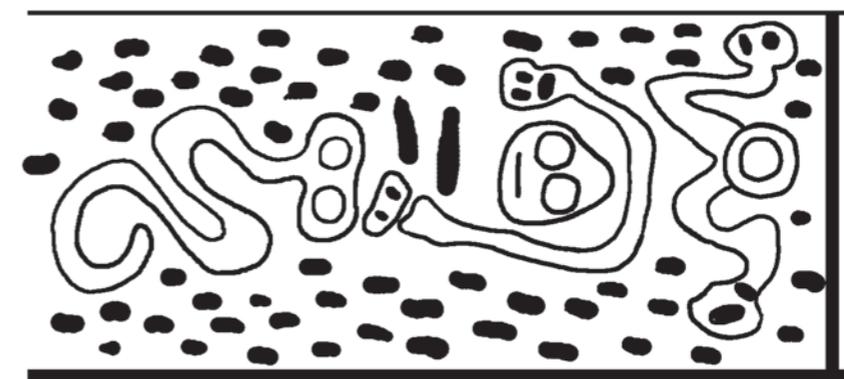
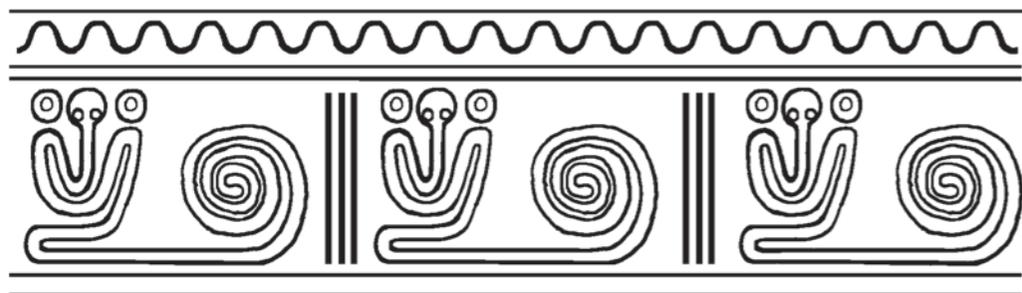


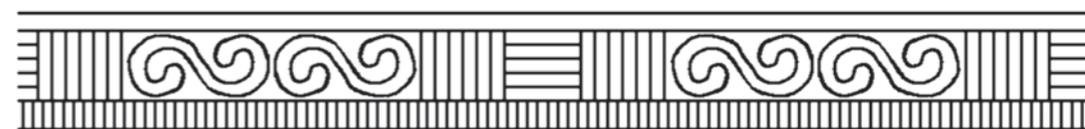
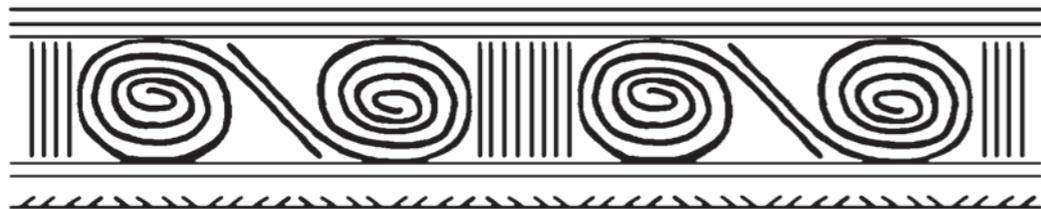


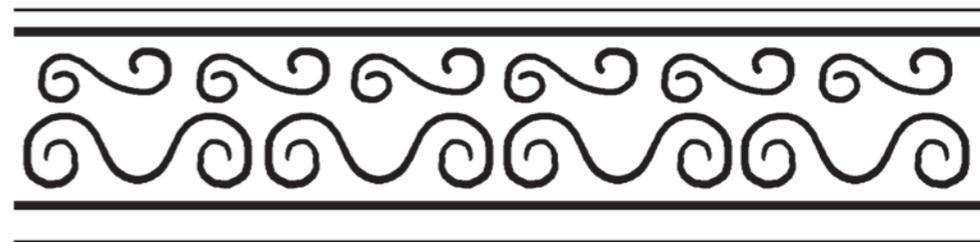
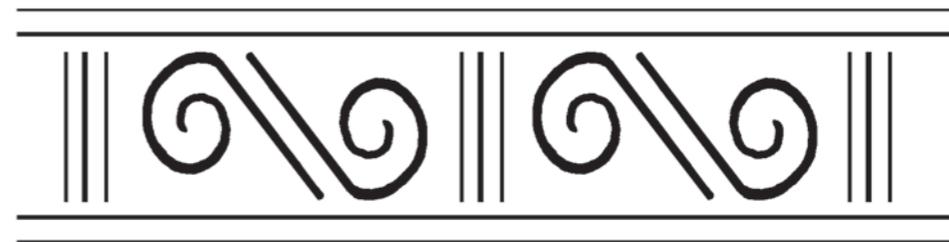


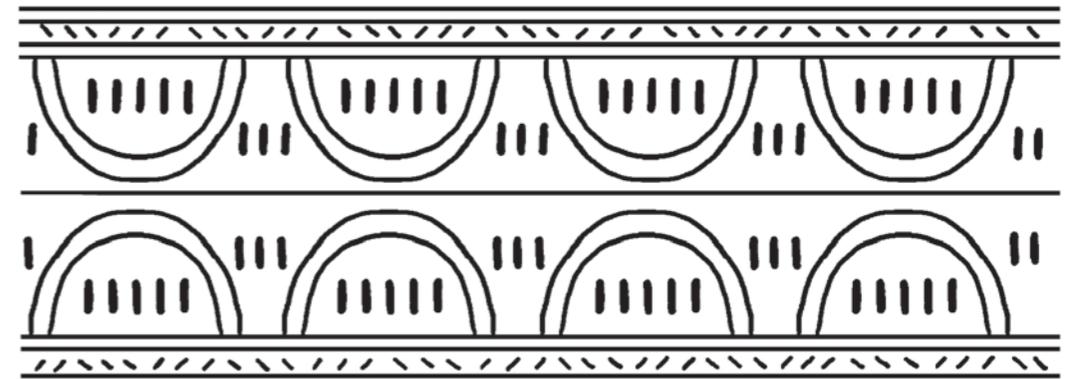
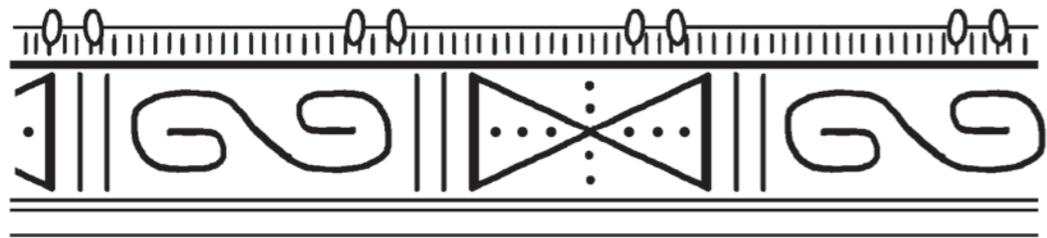


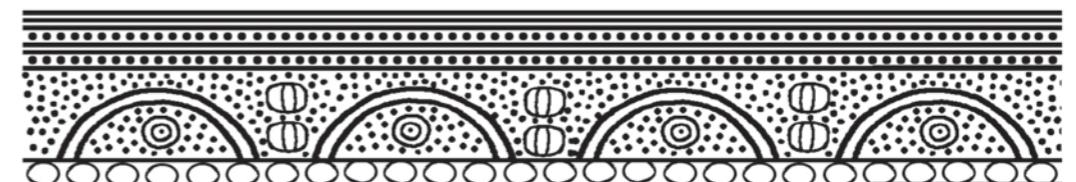
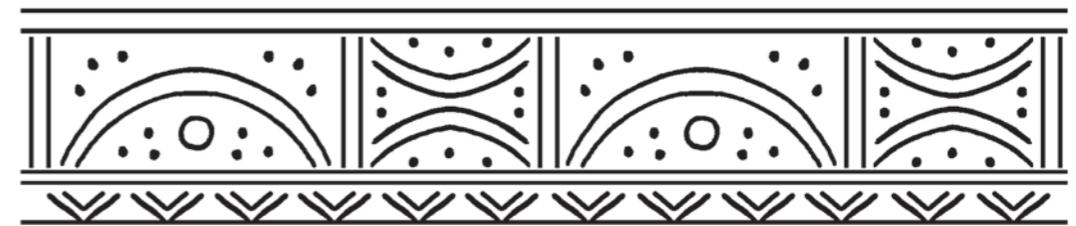


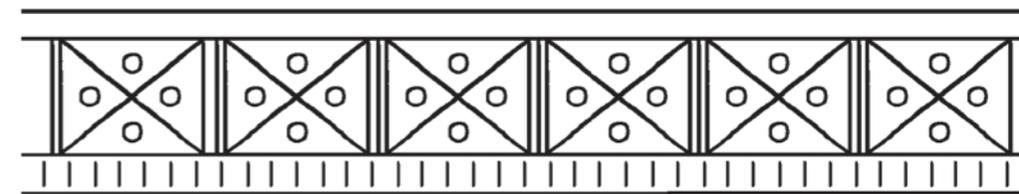
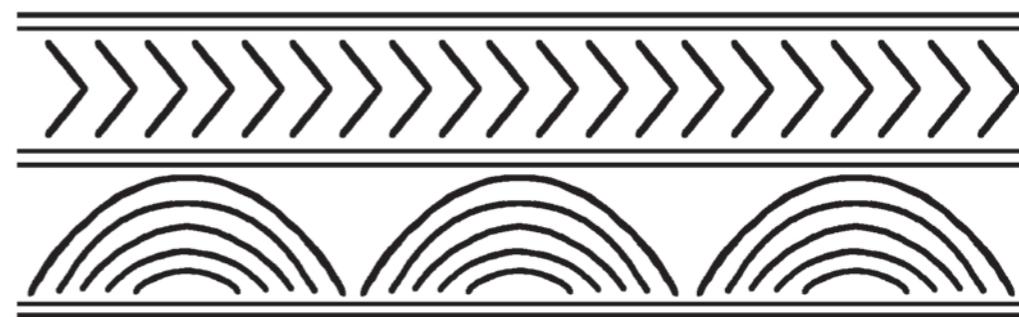
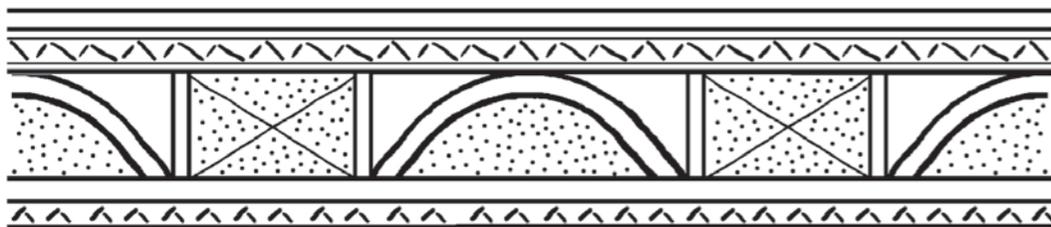
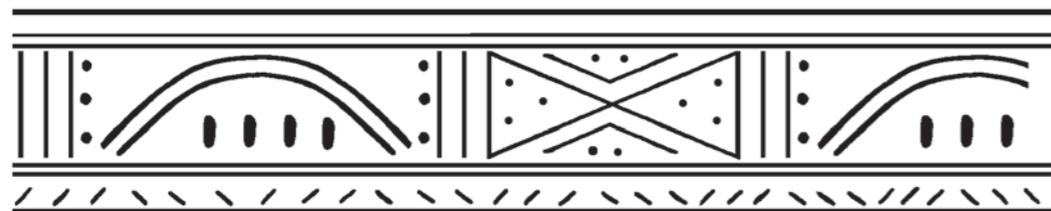


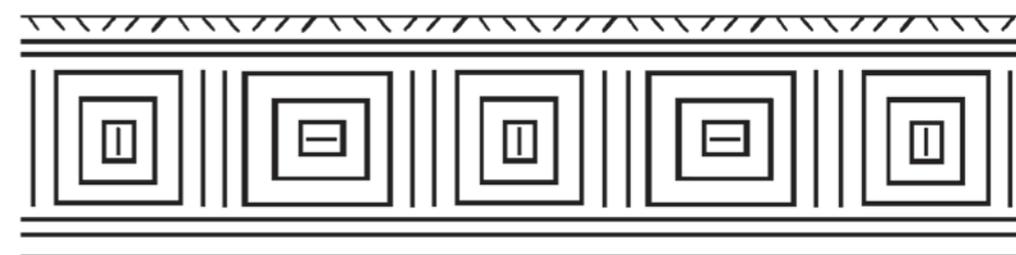
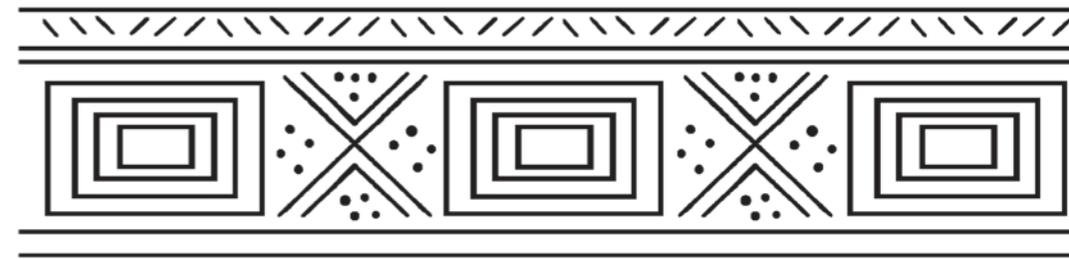
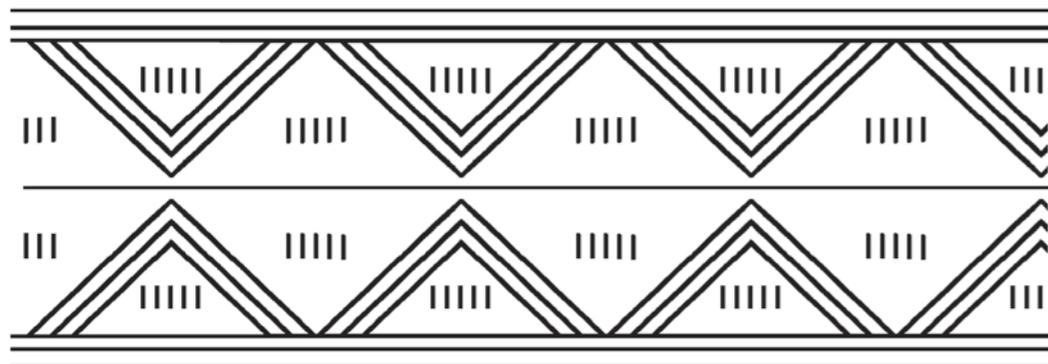


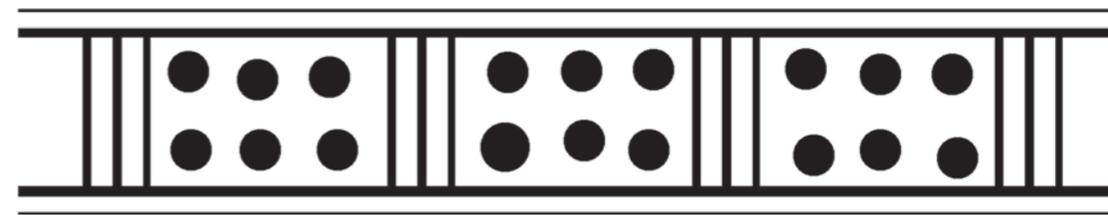
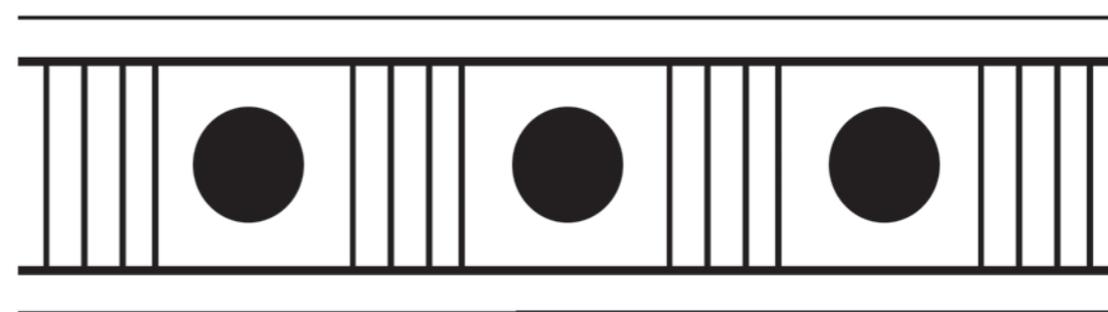














## Referências iconográficas

Padrões redesenhados a partir de:

p. 94 a 96; 99 a 103; 105 a 107; 109; 111 a 114; 158 a 161; 163-b - ornamentação de cuia, coleção particular.

p. 97 e 98 - ornamentação de bolsa feita de cuia, coleção Museu de Folclore Edison Carneiro.

p. 104; 108-a; 162-a; 163-a - ornamentação de cuia, coleção Museu de Folclore Edison Carneiro.

p. 108-b; 162-b - ornamentação de maracá feito de cuia, coleção Museu de Folclore Edison Carneiro.

p. 110; 116; 164-b; 168-b; 169-a - ornamentação de cuia, Coleção Gastão Crubs/Museu Nacional.

p. 115; 121; 164-c; 168-a; 169-b - ornamentação de cuia, Coleção Luiz de Castro Faria/Museu Nacional.

p. 118 e 119; 122 a 130; 165 e 166 - ornamentação de cuia, Coleção População Civilizada/Museu Paraense Emílio Goeldi.

p. 117; 120 - ornamentação de cuia, Coleção Heloisa Alberto Torres/Museu Nacional.

p. 134 a 140 - ornamentação de cuia, Coleção Asarisan.

p. 164-a - ornamentação de porta-joias feito de cuia, Coleção Gastão Crubs/Museu Nacional.

p. 167 - ornamentação de cuia, coleção Museu do Índio.

p. 144 a 149; 151 a 154; 172 e 173; 174-a; 175 a 180;

181-a; 182 e 183; 184-a; 185 a 187 - BARATA, Frederico. *Uma análise estilística da cerâmica de Santarém*. Separata da Revista CULTURA n° 5 para o Instituto de Antropologia e Etnologia do Pará. Pará: Ministério da Educação e Saúde; Serviço de Documentação, 1953.

p. 150 - OOSTERBEEK, Luiz Miguel; SCATAMACHIA, Maria Cristina Mineiro. *Entre o espanto e o esquecimento: arqueologia das sociedades brasileiras antes do contato*. Guia da Exposição "Brasil + 500 - Mostra do Redescobrimiento". Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, outubro 2000-janeiro 2001.

p. 170 - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico; Ministério da Ciência e da Tecnologia. *O Museu Paraense Emílio Goeldi*. São Paulo: Banco Safra, 1986.

p. 171; 174-b; 181-b; 184-b - PALMATARY, Helen Constance. *Transactions of the American Philosophical Society: held at Philadelphia for promoting useful knowledge. The archaeology of the lower tapajós valley, Brazil*. Publications of the American Philosophical Society, new series - volume 50, part 3. Philadelphia: The American Philosophical Society, march 1960.

p. 188 - GOMES, Denise Maria Cavalcanti. *Cerâmica Arqueológica da Amazônia: Vasilhas da Coleção Tapajônica MAE-USP*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo; Fapesp; Imprensa Oficial do Estado, 2002.



O miolo deste livro foi impresso em couchê matte 120g e a capa em Duo Design 350g. Os textos foram compostos em Goudy Old Style corpo 12/20. Os títulos e a numeração das páginas em Gotham Thin. Tiragem de 1.000 exemplares.

