



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
CENTRO DE CIÊNCIAS DO AMBIENTE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DO
AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE NA AMAZÔNIA**



PPG/CASA

**A PRODUÇÃO DE ARTESANATOS PELA AVIVE COMO
UMA PROPOSTA DE DESIGN SUSTENTAVEL**

LILIA VALESSA MENDONÇA DA SILVA

**MANAUS - AMAZONAS
2011**

LILIA VALESSA MENDONÇA DA SILVA

**A PRODUÇÃO DE ARTESANATOS PELA AVIVE COMO
UMA PROPOSTA DE DESIGN SUSTENTAVEL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia, do Centro de Ciências do Ambiente da Universidade Federal do Amazonas, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Ciências do Ambiente, área de Concentração: Política e Gestão Ambiental.

Orientadora: Prof^a. Dra. IVANI FERREIRA DE FARIA

**MANAUS - AMAZONAS
2011**

Ficha Catalográfica
(Catalogação realizada pela Biblioteca Central da UFAM)

S586p Silva, Lilia Valessa Mendonça da

A produção de artesanatos pela Avive como uma proposta de design sustentável/ Lilia Valessa Mendonça da Silva. – Manaus, AM : UFAM, 2011.

130f.: il.color. ;

Dissertação (Mestrado em Ciências do Ambiente) – Universidade Federal do Amazonas, 2011.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Ivani Ferreira de Faria

1. Artesanato – Amazonas 2. Sustentabilidade – Amazonas 3. Design sustentável I. Faria, Ivani Ferreira de (Orient.) II. Universidade Federal do Amazonas III. Título

CDU (1997) 334.712:746(811.3)(043.3)

BANCA EXAMINADORA

Profª Drª. Ivani Ferreira de Faria, Presidente
Universidade Federal do Amazonas

Profª Drª. Maria do P. Socorro Rodriguez Chaves, Membro
Universidade Federal do Amazonas

Prof. Dr. Jackson Colares da Silva, Membro
Universidade Federal do Amazonas

DEDICO

Esta dissertação a Deus e a minha família, pelo apoio que sempre me foi dado ao longo de toda minha vida acadêmica.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, a *Deus* por estar ao meu lado nos momentos mais difíceis, por me dar força interior para superar as dificuldades, além de mostrar qual caminho seguir nas horas mais incertas.

Agradeço também à minha orientadora, Prof^ª. Dr^ª. *Ivani Ferreira de Faria*, pela oportunidade e confiança e por acreditar em mim e mostrar o melhor caminho a seguir.

A Associação Viva Verde da Amazônia (AVIVE) – uma entidade de mulheres, mães, artesãs, caboclas ribeirinhas – por me dar a chance de fazer parte de suas vidas e do seu trabalho.

Aos meus queridos pais, *Manuel Messias Mendonça da Silva* e *Maria de Fátima Araújo Mendonça*, que ajudaram em muito a definir o meu caráter, agradeço a dedicação, amor e paciência que me dedicaram, pois sem isso, não chegaria até aqui. Agradeço, inclusive, por ter me sido concedida a honra de ser filha deles.

Ao meu companheiro *Áldrin de Oliveira Barbosa*, pela compreensão, amor incondicional e mimos. Por seu apoio e abraços, nos momentos de maior tristeza e desamparo.

Em especial, à *Dra. Theresinha de Jesus Pinto Fraxe*, por seu carinho e astral, por suas palavras de incentivo, sempre acreditando no meu potencial.

Aos tantos amigos, por sua amizade, alegria e força. Em especial, a *Denise Cunha* que no início nas horas mais inoportunas dedicou tempo reforçando meu conhecimento na língua inglesa com muita paciência e dedicação. A *Isabela Xavier* que por muito me apoiou, dedicando atenção e amizade, sempre auxiliando nos momentos de necessidade. A minha grande amiga *Hostília Campos* que, com esse ar de grande mãe ajudou-me nas horas mais incertas e sempre me encorajou dando conselhos e estímulos, nunca deixando que eu desistisse do próximo passo.

A uma pessoa que se demonstrou grande amiga nessa grande jornada que é o mestrado, a Prof^ª. MSc. *Sheila Mota*, do curso de design. Obrigada, por sua amizade, orientação e carinho. Em momentos de desespero nunca faltaste comigo!

Agradeço a *Universidade Federal do Amazonas* e ao *CNPq* pela concessão de uma bolsa de estudos.

Por fim, a todos os colegas e professores da pós-graduação em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia, pelo convívio e aprendizado.

"É melhor tentar e falhar, que preocupar-se a ver a vida passar. É melhor tentar, ainda que em vão, que sentir-se fazendo nada até o final. Eu prefiro na chuva caminhar, que em dias tristes em casa me esconder. Prefiro ser feliz, embora louco, que em conformidade viver."

Martin Luther King

RESUMO

Esta dissertação refere-se ao estudo sobre o processo de produção dos artefatos desenvolvidos pela Associação Viva Verde da Amazônia – AVIVE, que desenvolve atividades produtivas a partir do uso de recursos florestais não madeireiros, envolvendo comunidades tradicionais do interior do Amazonas. O foco é compreender o processo de produção de artefatos dentro de perspectivas do design, propondo melhorias para o sistema, tanto para os produtos quanto para os processos; considerando os aspectos culturais, sociais e ambientais; e seguindo as premissas do desenvolvimento sustentável. Especificamente falando, buscou-se: descrever as formas de extração e uso da matéria-prima utilizada na confecção dos produtos artesanais, além de descrever os processos de manufatura e beneficiamento da matéria-prima (Andiroba, Copaíba, Breu, Cumaru e Puxuri) utilizada pela AVIVE e, por fim, analisar os aspectos do design sustentável mediante o processo de produção do artesanato da AVIVE. Para a pesquisa, no que consiste a fundamentação teórica foram estudadas as seguintes categorias: populações tradicionais, extrativismo na Amazônia, produtos florestais não madeireiros, artesanato e o design sustentável. Diante destas categorias, foi possível realizar uma reflexão sobre a problemática ambiental e concluir que diante de intensas mudanças sociais, culturais e econômicas em uma perspectiva mundial, houve uma transformação no contexto cultural dos consumidores. Hoje a exigência é por produtos que expressem uma marca verde e, conseqüentemente, uma identificação tradicional cultural e de território. A coleta de dados ocorreu com envolvimento direto com as mulheres da Avive, além da observação direta e participante, assim como a aplicação de questionários e outros. Assim, chegou-se a um entendimento de que, diante dos parâmetros no que consiste o design sustentável, é possível propor a integração de estratégias e ações que visem valorizar os traços culturais da Amazônia, além da inclusão social das comunidades, o incremento de geração de renda e melhora da qualidade dos produtos, bem como do artesanato local e regional, agregando valor a esses produtos e sugerindo mudanças em sua comunicação visual e nos seus processos de produção, semi industrialmente caracterizados.

Palavras Chave: Sustentabilidade. Design sustentável. Populações tradicionais.

ABSTRACT

This dissertation concerns the study of the production process of the artifacts developed by the Associação Viva Verde da Amazônia (AVIVE, in Portuguese) that develops productive activities from the use of non-timber forest resources, involving traditional communities of the Amazonas state. The focus is to understand the production process of artifacts within the design perspective, proposing improvements to the system – both for products and for the processes – and considering the cultural, social and environmental aspects, as well as following the premises of sustainable development. Specifically speaking, the aim was to sought to describe the ways of extraction and use of raw material used in the manufacture of craft products, describe the processes of manufacturing and processing of raw material (as Andiroba, Copaiba, Breu, and Cumaru Puxuri) used by AVIVE, and, finally, to analyze the sustainable design aspects related to the production process of crafts by AVIVE. For the research, as regards the theoretical foundation, we studied the following categories: traditional populations, extraction in Amazon, non-timber forest products, handicrafts and sustainable design. Given these categories, it was possible to perform an environmental assessment of the issue and conclude that – in the face a global perspective of intense social, cultural and economic conditions – there was a transformation in the cultural context of consumers. Today the demand is for products that reflect a green flag and, consequently, a traditional cultural identity and territory. Data collection was made in partnership with the AVIVE women. Besides observing and participating, these women also answered to questionnaires and others. Thus, the reached understanding was that, given the parameters regards sustainable design, it is possible to propose the integration of strategies and actions to enhance the cultural traits of the Amazon, and also to valorize social inclusion of communities, to increase the income and improve quality of products as well as local and regional crafts, adding value to these products and suggesting changes in their visual communication and semi industrial characterized production processes.

Keywords: Sustainability. Sustainable design. Traditional populations.

LISTA DE SIGLAS

- AVIVE - Associação Viva Verde da Amazônia
- ASMOVITA - Associação Moveleira de Itacoatiara
- AFAM - Associação de Artefatos de Madeira de Maués
- ASPAC - Associação de Pais e Amigos do Centro de Reabilitação
- ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária
- COPRONAT - Comercio de Produtos Naturais LTDA
- CDER - Centro de Desenvolvimento Regional
- DFID - Department for International Development ou Departamento Internacional para o desenvolvimento
- FSC - Forest Stewardship Council ou Conselho de Manejo Florestal
- FUCAPI - Fundação Centro de Análise, Pesquisa e Inovação Tecnológica
- FINEP - Financiadora de Estudos e Projetos
- GTZ - Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit
- GPS - Sistema de Posicionamento Global
- INPA - Instituto de Pesquisa da Amazônia
- IDAM - Instituto de Desenvolvimento Agropecuário e Florestal Sustentável do Amazonas
- ICCO - International Cocoa Organization
- ICEI - Instituto Cooperazione Economica Internazionale
- IBAMA - Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais
- IPAAM - Instituto de proteção Ambiental do Amazonas
- MMA - Ministério do Meio Ambiente
- MPF - Ministério Público Federal
- MIT - Instituto Tecnológico de Massachusetts
- NDEMA - Núcleo de *Design* e Meio Ambiente
- NTECS - Núcleo de Tecnologias Sustentáveis
- P&D - Pesquisa e Desenvolvimento
- PFNM - Produtos Florestais Não Madeireiros
- PAC - Plano de Anual de Coleta
- PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUFRAMA - Superintendência da Zona Franca de Manaus

UFAM - Universidade Federal do Amazonas

UEA - Universidade estadual do Amazonas

UF - Unidade Familiar

TNT - Tecido Não Tecido

LISTA DE TABELA

Tabela 01: Ações da Natura ligadas ao setor social e ambiental	57
Tabela 02: Ações do design para valorizar e promover os produtos de um território ...	62
Tabela 03: Comunidades identificadas pela AVIVE com potencias de produção	70
Tabela 04: Localidades identificadas pela AVIVE com potencias de produção	71
Tabela 05: Produtos florestais não-madeireiros transformados artesanalmente	73
Tabela 06: Produtos florestais não-madeireiros transformados artesanalmente	87
Tabela 07: Compradores dos produtos	88

LISTA DE FIGURAS

Figura 01:	Esquema dos principais eventos que sucederam até chegar ao conceito de desenvolvimento sustentável	21
Figura 02:	Localização da cidade de Silves – Amazonas – Brasil	25
Figura 03:	Esquema das fases e planejamento que procederam à pesquisa	26
Figura 04:	Esquema dos principais eventos que sucederam na história do design a problema ambiental	45
Figura 05:	Móveis para a decoração de ambientes - Design Tropical	49
Figura 06:	Móveis para a decoração de ambientes - Design Tropical	49
Figura 07:	Produtos do Projeto APROREM	50
Figura 08:	Oficina realizada com a comunidade Santa Isabel do Rio Negro	53
Figura 09:	Modelos de arranjo de piaçava	55
Figura 10:	Natura Ekos Safra Açaí 2010.....	59
Figura 11:	Associadas, administradoras e artesãs, na frente ao prédio da Avive.....	66
Figura 12:	Artesã da Avive - Maria da Conceição de Almeida	68
Figura 13:	Artesã da Avive - Anete de Souza Canto.....	68
Figura 14:	Localização das comunidades e localidades com potenciais para o manejo sustentável de produtos florestais não-madeireiros no município de Silves – Amazonas – Brasil.....	71
Figura 15:	Sistema desenvolvido para a destilação do óleo essencial.....	83
Figura 16:	Produtos artesanais da Avive.....	84
Figura 17:	Produção de produto da Avive – Produto artesanal Velas.....	84
Figura 18:	Produção de produto da Avive – Produto artesanal Sabonete.....	85
Figura 19:	Esquema de produção e transporte.....	86
Figura 20:	Embalagens promocionais desenvolvidas pelas associadas.....	90
Figura 21:	Embalagens promocionais desenvolvidas a partir do TNT pelas associadas.....	91
Figura 22:	Embalagens promocionais desenvolvidas por encomendas a artesãs locais	91
Figura 23:	Embalagem secundária.....	93
Figura 24:	Embalagem secundária – a cor utilizada varia de acordo com a espécie	93

vegetal.....	
Figura 25: Embalagem primária contato direto com o produto.....	94
Figura 26: Embalagem primária – invólucro de plástico flexível.....	95
Figura 27: Embalagem primária – saco plástico e etiqueta.....	96
Figura 28: Embalagem primária– plástico flexível.....	97
Figura 29: Embalagem primária – frascos de vidro.....	98
Figura 30: Incenso - Produto sem embalagem	99
Figura 31: Marca da Avive	101
Figura 32: Sugestão de embalagem secundária para sabonete e identidade visual. Vista planificada	102
Figura 33: Sugestão de embalagens secundárias para sabonetes e identidade visual	102
Figura 34: Sugestão de embalagem e identidade visual para os sabonetes	103
Figura 35: Sugestão de embalagem e identidade visual para as velas	104
Figura 36: Sugestão de embalagem e identidade visual para incenso	105
Figura 37: Sugestão de produtos de divulgação do produto e território	105
Figura 38: Sugestão de <i>ecobags</i>	106
Figura 39: Sugestão de etiqueta para os produtos promocionais da Avive	107
Figura 40: Sugestão de embalagens em três formatos	107

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO		15
INTRODUÇÃO		18
CAPÍTULO I –	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	27
	I Extativismo na Amazônia, Artesanato, Povos Tradicionais e Design Sustentável	27
	1.1 Populações Tradicionais E Uso Dos Recursos Naturais	31
	1.2 O Extrativismo de Produtos Florestais Não Madeireiros	35
	1.3 Artesanato	36
	1.4 Design Sustentável	40
	1.5 O Design e a Sustentabilidade na Amazônia	47
	1.5.1 FUCAPI: Projetos de Sustentabilidade	48
	1.5.2 Agência de Apoio ao Empreendedor e Pequeno Empresário – SEBRAE	52
	1.5.3 Caso Natura Cosméticos S.A	55
	1.6 Parâmetros do Design Sustentável: Intervenção no Artesanato	60
CAPÍTULO II –	FORMAS DE EXTRAÇÃO E USO DA MATÉRIA-PRIMA UTILIZADA NA CONFECCÃO DOS PRODUTOS ARTESANAIS	64
	2.1 Conhecendo a Associação Viva Verde da Amazônia – Avive	64
	2.1.1 Área de Estudo	64
	2.1.2 Associação Viva Verde da Amazônia – AVIVE	66
	2.2 - Produtos Florestais Não Madeireiros utilizados pela Avive	70
	2.2.1 Metodologia de Manejo Florestal não madeireiro praticado pela AVIVE	79
CAPÍTULO III –	PROCESSOS DE MANUFATURA E BENEFICIAMENTO DA MATÉRIA-PRIMA	81
	3.1 Formas de Extração e Coleta da matéria-prima.....	81
	3.2 Transformações e Uso da matéria-prima	82
	3.3 Mercado: Compradores	87
CAPÍTULO IV –	A ANÁLISE DO DESIGN SUSTENTÁVEL NA AVIVE	88
	4.1 Processo de Produção do Artesanato	88
	4.1.2 Análise das Embalagens	92
	4.2 Proposta de Design Sustentável para a Produção do Artesanato da Avive	99
	4.2.1 Proposta de materiais promocionais	101
CONSIDERAÇÕES FINAIS		109
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA		112
ANEXOS		120

APRESENTAÇÃO

Nos últimos anos vários fatores vêm influenciando o desenvolvimento sistemático da produção artesanal seja pela valorização da sociedade, ou por fatores psicológicos que influenciam o consumidor na compra de produtos diferenciados, ao agregarem ritos e simbolismos ao artesanato. Nesse contexto, surgem instituições que passam a investir em moldes sustentáveis e constroem a ideia de marca verde para os pequenos produtos, otimizando processos projetuais do artesanato, por meio da interferência de designers na perspectiva de conquistar o mercado local, nacional e mundial.

Autores como Botelho e Krucken afirmam que para que ocorra a intervenção efetiva e de forma significativa do design na produção de artesanato, torna-se necessário trabalhar algumas vertentes essenciais: o produto e o processo de produção artesanal, ou seja, buscar ações para melhorar a qualidade dos produtos, assim como organizar o ambiente de trabalho visando tornar mais eficientes os processos realizados. Nesse contexto, o desenvolvimento dos projetos deve ter objetivos que valorizem o artesanato produzido por cada região, buscando sempre esse relacionamento entre a ótica do design, dos produtores e o do público que consome, sempre dentro de uma perspectiva sustentável.

Dentro dessa perspectiva a pesquisa intitulada “A PRODUÇÃO DE ARTESANATOS PELA AVIVE COMO UMA PROPOSTA DE DESIGN SUSTENTAVEL” procurou identificar e descrever o uso dos recursos que os povos tradicionais fazem de seu ambiente natural, desde a extração de produtos florestais não madeireiros à sua utilização no desenvolvimento de artigos que expressam a identidade regional. Buscou-se ainda, dentro de uma perspectiva do Design, como área do conhecimento, analisar a produção dos artefatos, integrando estratégias e ações, e, por fim, como essa atividade pode incrementar a geração de renda proporcionando a inclusão social e econômica das comunidades.

A pesquisa se desenvolveu no município de Silves no Estado do Amazonas, na AVIVE – Associação Viva Verde da Amazônia; uma associação local que desenvolve atividades que envolvem comunidades tradicionais ribeirinhas, que têm como objetivo principal extrair matérias-primas por meio do manejo sustentável, que o meio ambiente seja conservado.

Essa dissertação é constituída por cinco partes. Na introdução faz-se uma discussão panorâmica sobre desenvolvimento sustentável, na perspectiva dos vários teóricos do tema, tais como: Enrique Leff (2001; 2000), Clóvis Cavalcante (1998; 1997), Ignacy Sachs (2008; 2002) e outros. Nesse tópico foram abordadas questões importantes dentro de uma filosofia ambiental e suas vertentes, entre êles a crise ambiental que foi desencadeada pelo capitalismo e a globalização, quando surgem pensadores com propostas de modelos alternativos de desenvolvimento sustentável e por meio de eventos são estabelecidos conceitos (desenvolvimento sustentável e ecodesenvolvimento) em resposta a esse cenário de desgaste antrópico. Nesta parte da dissertação também se descreveu os objetivos da pesquisa, a justificativa e a metodologia utilizada para a formulação e concretização do trabalho.

Na sequência, no que se denominou de primeiro capítulo, houve preocupação com a fundamentação teórica que norteou o trabalho e nesse momento discutiu-se sobre: o extrativismo de produtos florestais não madeireiros na Amazônia, sua história, a falta de políticas públicas que favoreçam essa atividade; populações tradicionais e uso dos recursos naturais; o design, sua história e as mudanças de paradigmas que resultaram no design sustentável, assim como o estabelecimento de parâmetros que propõem o design dentro de uma filosofia ambiental; e/ou o artesanato e sua contextualização. A partir desse levantamento estabeleceu-se um embasamento teórico e diante da reflexão foi possível constituir os elementos que seriam analisados e comparados na produção do artesanato da Avive.

Diferentes autores de diferentes áreas do conhecimento foram utilizados para compor a fundamentação teórica. Diante do número de citações as contribuições mais significativas foram às seguintes: no âmbito do extrativismo e os PFM: Alfredo Homma (1993), Emperaire & Pinton (2000), Bentes-Gama (2005), José Drummond (1997). Quanto às populações tradicionais destaca-se Carlos Diegues (1999), Roque Laraia (1986), Stuart Hall (1997), Edna Castro (1997). Para o aporte teórico do design utilizou-se as obras de Wilton Azevedo (1991), Luiz Barros (2006), Vinícius Botelho (2005), Eduardo Barroso (2001; 1999), Thierry Kazazian (2005), Lia Krucken (2009), publicações do SEBRAE (2004; 2004-A) e Rafael Cardoso (2000).

No segundo capítulo nos dedicamos a descrever sobre os seguintes assuntos: formas de extração e uso da matéria-prima utilizada na confecção dos produtos artesanais. Neste momento da dissertação, abriu-se uma discussão sobre a Associação Viva Verde da Amazônia – AVIVE, as comunidades que desenvolvem atividades para a AVIVE e os

produtos florestais não-madeireiros utilizados por esta associação. No primeiro momento caracteriza-se a Associação Viva Verde da Amazônia demonstrando como funcionam, os seus objetivos, como está estruturada, funcionários, como funciona a logística, enfim, uma descrição minuciosa sobre o seu trabalho. No segundo momento são identificadas as comunidades que apresentam possíveis potenciais de produção e manejo dos recursos. Por fim, são demonstradas as espécies selecionadas pela associação que contemplarão o plano de manejo visando à certificação para o processo.

O terceiro capítulo trata dos processos de manufatura e beneficiamento da matéria-prima, no qual foram estabelecidas as formas de extração e coleta da matéria-prima pelas populações tradicionais; transformações e uso desses recursos; os principais compradores dos produtos da AVIVE, análise da produção dentro de ações estabelecidas pelo o design sustentável. Para o segundo e terceiro capítulo foi de fundamental importância às referências bibliográficas geradas pela Avive, entre eles relatórios, publicações e projetos com a organização da Barbara Schmal¹ (2009; 2008; 2006).

A metodologia utilizada para o desenvolvimento desse trabalho foi o etnográfico com procedimento da pesquisa participante. Fundamentalmente, os procedimentos metodológicos foram fontes bibliográficas e documentais, observação direta e participante, questionários e outros.

Nas Considerações Finais, o trabalho mostra que o design como área do conhecimento, tem buscado a integração de estratégias e ações que visem dar valor aos traços culturais da Amazônia, além de propor a inclusão social das comunidades, o incremento de geração de renda e melhora da qualidade dos produtos do artesanato local e regional, agregando valor a esses produtos e sugerindo mudanças nos processos de produção clássica. Desta forma, o design para os produtos regionais se configura como agente mediador, que diante dos problemas propõe alternativas para a cadeia produtiva e a inserção do produto e do território no mercado.

¹ Sócia fundadora entrou na AVIVE em 1999. Atualmente é a presidente da associação.

INTRODUÇÃO

A crise ambiental foi o ponto de partida para se questionar o modelo capitalista de desenvolvimento, um sistema fundamentado no crescimento econômico acelerado e na exploração dos recursos naturais. Com o surgimento da globalização, na pós-modernidade, ocorre um novo ciclo da expansão do modelo econômico, interligando em rede a sociedade mundial e generalizando os problemas ambientais e não-ambientais. De acordo com Stahel (1995, p.107) a eficiência produtiva, mesmo que à custa de uma ineficiência social ou de uma ineficiência ambiental é a necessidade de ser do capitalismo. Diante dos avanços tecnológicos, o sistema estimulou o consumo em massa e a exploração desenfreada dos recursos naturais. Esse processo impulsionou a desigualdade econômica e social, além da degradação ambiental. Em resposta a esse cenário de deterioração antrópica e na tentativa desesperada em acompanhar o tempo da biosfera surge o desenvolvimento sustentável.

O desenvolvimento sustentável, segundo Martínez (1998, p. 101) é a combinação de ideias, como o desenvolvimento econômico e a capacidade de sustento, dentro de premissas da ciência ecológica. Para Cavalcanti (1997, p.38) “é o reconhecimento dos limites biofísicos colocados, incontornavelmente, pela biosfera no processo econômico”. Em suma, os conceitos de desenvolvimento sustentável estabelecem por fim que a sustentabilidade é a capacidade das populações do presente em satisfazer as suas necessidades sem comprometer a satisfação das futuras gerações.

Historicamente esse conceito surgiu com a ideia que provém do Relatório intitulado “Os Limites do Crescimento” (*The Limits to Growth*), segundo a publicação Capítulo 1 (2008, p. 5) o documento analisava as seguintes vertentes: tecnologia, população, nutrição, recursos naturais e meio ambiente. Evidenciava que ao fim do século XXI com o ritmo do crescimento da população e pela sua utilização dos recursos naturais, a humanidade estaria exposta a sérios riscos de sobrevivência. O relatório foi elaborado pelo Instituto Tecnológico de Massachusetts - MIT para o chamado Clube de Roma fundado por Aurélio Peccei.

O que se percebe é que na década de 70 as políticas eram totalmente autoritárias, foi neste momento que surgiram pensadores com propostas de modelos alternativos de desenvolvimento sustentável. Em 1972 ocorreu a Primeira Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Estocolmo). Segundo Afonso (2006, p.20), esse evento teve uma grande importância histórica, pois foi à primeira reunião que abordou a

temática ambiental, voltada aos aspectos políticos, sociais e econômicos. Neste momento surge o termo ecodesenvolvimento proposto pelo economista Ignacy Sachs e utilizado pela primeira vez por Mauricio Strong no evento, esse conceito consistia em um “estilo de desenvolvimento adaptado às áreas rurais do Terceiro Mundo, baseado na utilização criteriosa dos recursos locais, sem comprometer o esgotamento da natureza...”. (LAYRARGUES, 1997, p.3).

Continuando, na década de 80, Sachs se apropria devidamente do conceito e realiza críticas fortes e severas ao modelo de produção e consumo capitalista, além de defender e valorizar a produção das populações, individualmente, como sendo o mais adequado para ser utilizado. Segundo a coletânea Brasil (2004, p. 6) “na sua visão encontrava-se também a necessidade de uma radical transformação em termos das estruturas internacionais e do comprometimento moral”. O conceito baseou-se em três pilares: desenvolvimento social, ecológico e econômico.

O desenvolvimento proposto por Sachs (1986) é denominado de Ecodesenvolvimento, isto é, um tipo de desenvolvimento em que cada ecorregião insiste nas soluções específicas de seus problemas particulares, levando em consideração os dados ecológicos e culturais locais, as necessidades imediatas e aquelas a longo prazo. Caracteriza-se por ser “socialmente desejável, ecologicamente sustentável e economicamente viável” e tem como paradigma a concepção de ecossistemas naturais. (FONTOURA *et. al* apud SACHS, 2004, p. 12)

Seguindo à linha cronológica da discussão da sustentabilidade, em 1987 a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, elaborou um documento que ficou conhecido como Relatório Our Common Future (Nosso Futuro Comum) ou Relatório Brundtland. De acordo com Leff (2000, p. 265) a comissão teve por objetivo propor dentro de uma política ambiental, uma conformidade que unificasse diferentes interesses dos países, povos e classes sociais. Diante disso, Afonso (2006, p. 23) relata que “as análises então divulgadas foram desenvolvidas a partir de eixos temáticos como energia, indústria, segurança alimentação, urbanização, relações econômicas internacionais, apresentando as preocupações e os desafios a enfrentar”. Nesse momento que se adotou o conceito de desenvolvimento sustentável.

Segundo a publicação Capítulo 1 (2008, p. 14) do relatório eletrônico Perspectivas do Meio Ambiente Mundial GEO-3, na década de 90 a discussão sobre sustentabilidade prosseguiu assumindo maiores proporções onde buscou-se uma melhor compreensão sobre o conceito de desenvolvimento sustentável, paralelamente às tendências crescentes em direção à

globalização, especialmente no que diz respeito ao comércio e à tecnologia. Entre os eventos que se destacaram pode-se citar: Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Cúpula da Terra de 1992 e a Eco-92 no Rio de Janeiro. Foi nesse momento que ao conceito acrescentaram-se os aspectos de desenvolvimento ambiental no modelo de desenvolvimento socioeconômico. Segundo Afonso (2006, p.27), buscou-se estabelecer estratégias para romper e reverter os efeitos de degradação ambiental. Esse princípio serviu como base para a formulação dos seguintes documentos: Declaração do Rio, Convenção da Biodiversidade, Convenção sobre Mudanças climáticas, Declaração de florestas e da Agenda 21. A Conferência do Rio 92, como outras que vieram antes, estabeleceu objetivos e ações buscando a mudança de padrões insustentáveis. Para tanto, o evento contou com a participação de países e organizações internacionais, além do empenho fiscalizador das ONGs com o objetivo de pressionar as autoridades mundiais a cumprir as determinações da Agenda 21, até mesmo por não terem o direito de decisão. A seguir o esquema, **Figura 01**, onde foram estabelecidos os principais eventos que discutiram a problema ambiental e desenvolveram o conceito de desenvolvimento sustentável.

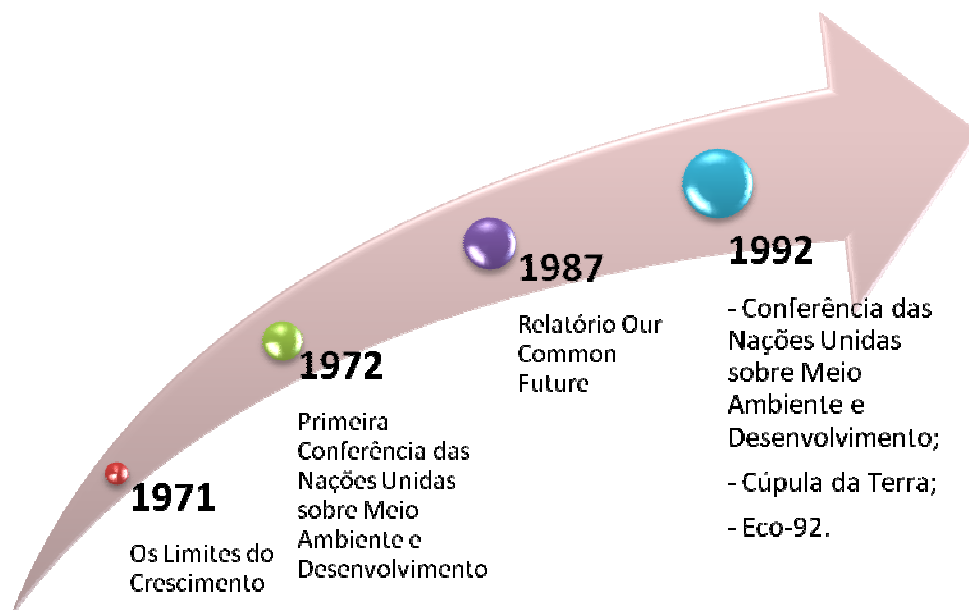


Figura 01: Esquema dos principais eventos que sucederam até chegar ao conceito de desenvolvimento sustentável.

Fonte: Lilia Mendonça, 2011.

Diante de tantos eventos e discussões dentro de uma dimensão ambiental observa-se atualmente a utilização dos conceitos de codesenvolvimento e desenvolvimento sustentável, apesar de existir a semelhança entre ambos o fato é que não são sinônimos. Segundo Dias e Tostes (2009 apud LAYRARGUES 1998, p. 148), existem diferenças que são relevantes: “1)

a noção de justiça social; 2) a questão do papel da tecnologia; 3) diferenças estratégicas de política-econômica.”

A noção de justiça social presente na proposta de ecodesenvolvimento busca um “teto de consumo material”, com um nivelamento médio dos padrões de consumo em que o “Norte” deve diminuir e o “Sul” aumentar o consumo. Por outro lado, na proposta de DS a justiça social será alcançada através de um “piso de consumo material”, com o crescimento econômico tanto do “Sul” quanto do “Norte”, desde que sejam criadas tecnologias mais eficientes que produzam mais bens com menos recursos e poluam menos (ibidem, pp. 148-151).

No que tange à questão da tecnologia, o ecodesenvolvimento almeja a produção de tecnologias que melhor se adaptem às condições naturais e culturais de cada ecorregião do mundo, de modo a satisfazer as necessidades culturais humanas e, ao mesmo tempo, respeitar os limites naturais de cada ambiente. Por sua vez, a proposta de DS aponta a necessidade da transferência de tecnologias do “Norte” para o “Sul” (ibidem, pp. 151-152).

Com relação às estratégias de política-econômica, a proposta do ecodesenvolvimento critica o livre mercado e defende uma maior participação do Estado e dos movimentos sociais, enquanto o DS defende uma política-econômica bem mais liberal, tendo inclusive a expansão do mercado como um dos eixos da proposta (ibidem, pp. 152-153).

Prosseguindo sobre os resultados do Rio-92, de acordo com o Leff (2000, p. 265), a Agenda 21 consistiu em um programa global de orientação sobre a transição para o desenvolvimento sustentável. Neste contexto, formulou-se um plano de ação implementado pelos governos nacionais e agências de desenvolvimento, para que o desenvolvimento local fosse ambientalmente racional, promovendo o tripé da sustentabilidade: métodos de proteção do ecossistema, justiça social e eficiência econômica.

Daí a necessidade do investimento em uma nova racionalidade, na qual a ética, a solidariedade entre os povos, à redução do consumo exacerbado e não exploração predatória dos recursos naturais sejam conquistados, garantindo e respeitando a autonomia e as diferentes sociedades e culturas. Para tanto, faz-se necessário a implementação de projetos a curto, médio e longos prazos para que: os recursos naturais sejam utilizados de maneira sustentável, garantindo o equilíbrio ambiental; os impactos físicos e socioambientais sejam reduzidos; e as pessoas valorizem a natureza o conhecimento e cultura local (KÜSTER *et. al.* 2004, p. 27).

No Brasil a Agenda 21 estabeleceu ações prioritárias, das quais se pode destacar o planejamento de sistemas de produção, além do consumo sustentável para combater a cultura do desperdício. No que diz respeito ao desenvolvimento local, a adoção do modelo de governança se faz necessário para a organização comunitária. Assim, segundo KÜSTER *et.al.* (2004, p. 23) o fortalecimento organizacional é necessário, por meio da autonomia das comunidades ampliando suas capacidades, se faz necessário espaços de participação e compactação de políticas públicas para os processos decisórios em busca de programas e

projetos para se alcançar o desenvolvimento sustentável. Outro documento importante foi a Declaração do Rio, também conhecida como a Carta da Terra, que estabeleceu acordos internacionais que respeitem os interesses de todos e protejam a integridade do sistema global de ecologia e desenvolvimento, “através dos quais são definidos os direitos e responsabilidades dos governos e cidadãos em relação ao meio ambiente” (SACHS, 2008, p. 27).

Se for observada cada área, mundialmente falando ficou responsável por seu território e, conseqüentemente os recursos naturais. No documento Estratégia Global de Biodiversidade está consignada a seguinte definição: “Biodiversidade é a totalidade de genes, espécies e ecossistemas de uma região”. De acordo com Dobson (1996, p. 136), biodiversidade é “A soma de todos os diferentes tipos de organismos que habitam uma região, tal como o planeta inteiro, o continente africano, a Bacia Amazônica, ou nossos quintais”. A Convenção da biodiversidade define a necessidade de sua conservação; dispõe ainda sobre os direitos dos países detentores de biodiversidade significativa, sobre a participação em pesquisa e o direito sobre os lucros resultantes (Schas, 2002). Portanto, todos os recursos genéticos como os conhecimentos tradicionais associados a estes, deixaram de ser de livre acesso, criando-se critérios para a sua regulação, por meio de normas relativas à distribuição justa de benefícios aos detentores dos citados recursos bem como às populações possuidoras dos conhecimentos tradicionais sobre os mesmos.

A mundialização da economia no século XX consegue ampliar a escala de ação das forças do mercado, ao estender as teias de apropriação do território (e dos recursos naturais a ele associados) às “mais antigas periferias da economia-mundo” (BECKER, 2001, p. 135; BECKER 2006, p.24), sobretudo, a Amazônia.

Durante as últimas décadas do século XX as áreas protegidas vêm sendo alvo de discussões internacionais através de convenções mundiais, como a “Convenção sobre Diversidade Biológica” e os “Objetivos de Desenvolvimento do Milênio”, enquanto instrumentos políticos e ambientais para conservação da biodiversidade, ao mesmo tempo como reserva de capital futuro, como fornecedoras de serviços de ecossistemas, além de contribuir para a redução da pobreza através da propagação de ideais sustentáveis de manejo dos recursos naturais (LEA SCHERL *et al.*, 2006).

Consolida-se, então, nos últimos anos, um novo entendimento para construção e implementação de políticas de planejamento do uso e ocupação do território na Amazônia brasileira. Essas visam à conservação da biodiversidade de suas florestas e a instituição de programas de sustentabilidade para as populações locais através da criação de áreas

protegidas, com a finalidade de mitigar os “impactos físicos, ecológicos, sociais e fundiários” produzidos pelo modelo econômico vigente principalmente, a partir da década de 60 (AB’SABER, 2004).

Nesse contexto, Ribeiro (2005) afirma que se vivencia atualmente uma Ordem Ambiental Internacional, na qual determinados discursos e instrumentos ambientalistas, como exemplo as convenções ambientais mundiais, são apropriados pelo capitalismo, logo, investidos como mercadorias (BECKER, 2006), mercadorias fictícias, como o caso dos serviços ambientais da floresta, que segundo Ribeiro (2005) defronta-se com a manifestação do ecocapitalismo.

Diante disso, Leff aponta (2000, p. 277) estratégias para a produção e utilização dos conhecimentos e técnicas necessárias para o emprego racional dos recursos de cada ecossistema por comunidades tradicionais por meio do ecodesenvolvimento. Assim sendo, inicia-se a discussão sobre formas alternativas do uso dos recursos naturais numa perspectiva de desenvolver a produção de artesanato, como estratégia de diminuir as desigualdades sociais que acaba atendendo a finalidade da liberdade econômica tornando-se exemplo de desenvolvimento diferenciado (FACHONE & MERLO 2010, p. 460).

Daí a importância de investigar a organização social produtiva das culturas tradicionais, das comunidades “primitivas” e das sociedades camponesas, para conhecer o processo histórico de assimilação dos processos ecossistêmicos e das transformações que sofreu o meio, assim como os traços culturais fundamentais que constituem a identidade étnica de uma comunidade. Isto permite descobrir a racionalidade de suas práticas de uso dos recursos e reorientá-las para os objetivos de desenvolvimento sustentável (LEFF 2000, p. 97).

O presente trabalho sob o título “A PRODUÇÃO DE ARTESANATOS PELA AVIVE COMO UMA PROPOSTA DE DESIGN SUSTENTAVEL” apresenta os resultados de uma pesquisa realizada no interior do Estado do Amazonas, no município de Silves (ver **Figura 02**), localizado no médio Amazonas, a 283 km em linha reta da cidade de Manaus, em um território de 3.749 Km², a localidade possui cerca 8.200 habitantes. A pesquisa atuou diretamente na AVIVE – Associação Viva Verde da Amazônia, que desenvolve atividades produtivas a partir do uso de recursos florestais não madeireiros com mulheres associadas e envolvendo comunidades tradicionais.

A pesquisa traz como proposta, compreender o processo de produção de artefatos dentro de uma perspectiva de *redesign* sustentável, propondo melhorias para o sistema, tanto para os produtos quanto para os processos, considerando os aspectos culturais, sociais e ambientais, seguindo a guisa do desenvolvimento sustentável. Especificamente, buscou-se:

descrever as formas de extração e uso da matéria-prima utilizada na confecção dos produtos artesanais, além de descrever os processos de manufatura e beneficiamento da matéria-prima (Andiroba, Copaíba, Breu, Cumaru e Puxuri) utilizada pela AVIVE e, por fim, analisar os aspectos do design sustentável mediante o processo de produção do artesanato da AVIVE.

Quanto à metodologia utilizada destaca-se: a pesquisa etnográfica, com procedimento da pesquisa participante, antes de qualquer coisa fica esclarecida que não será realizada uma descrição e discussão densa de todos os detalhes das atividades. Segundo Michaliszyn (2006, p. 57) o trabalho etnográfico consiste em observar as ações de um grupo social, em um trabalho de campo por meio do conjunto de relações pessoais estabelecido pelo pesquisador, possibilitando uma conexão a essa rede cultural.

No que consiste aos procedimentos metodológicos, durante a pesquisa realizou-se levantamento de dados secundários utilizando-se de fontes bibliográficas, e documentais; além de levantamento de dados primários, realizados por meio de trabalho de campo, cujos instrumentos adotados para atingir os objetivos do estudo foram diário de campo, observação direta e participante, reuniões com as mulheres membro da associação, registros cartográficos das comunidades e sua respectiva produção.

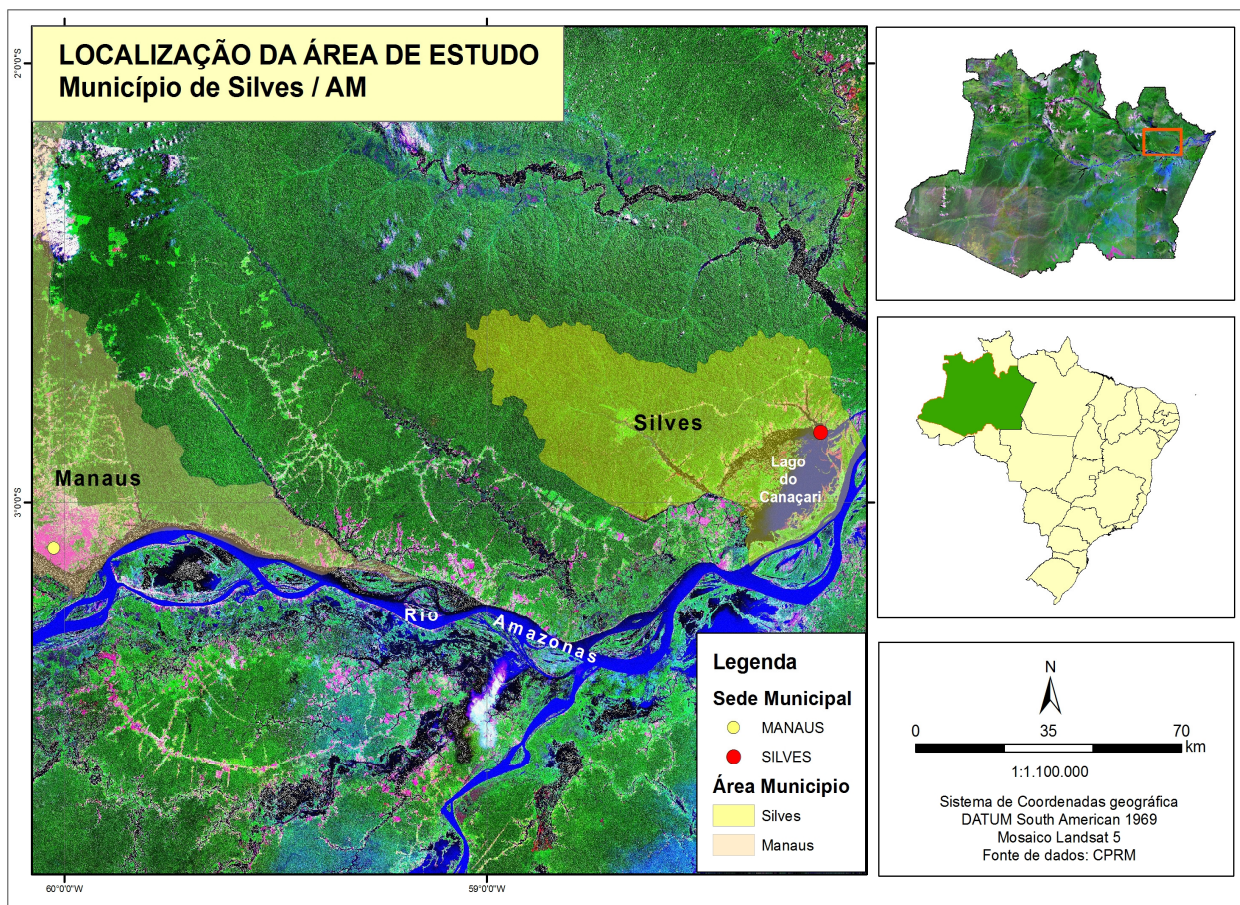


Figura 02: Localização da cidade de Silves – Amazonas – Brasil.

Fonte: Grupo de Pesquisa Planejamento e Gestão no Território da Amazônia, 2010.

De acordo com Pinto (2010, p.10) o levantamento bibliográfico normalmente estabelece o primeiro passo de toda pesquisa científica. Neste sentido, a discussão do referencial teórico abordado neste trabalho, trata do tema com aporte teórico das ciências ambientais, sociológica e geográfica a partir das seguintes categorias de análise: populações tradicionais, extrativismo na Amazônia, produtos florestais não madeireiros, design sustentável e seus parâmetros, além do artesanato. Para tanto, foram os referidos autores que ampararam a sua discussão, entre eles: Enrique Leff (2001), Joan Martínez Alier (1998), Clóvis Cavalcante (1997), Ignacy Sachs (2008), Luiz Barros (2006), Eduardo Barroso (2001), Vinícius Botelho (2005), Antônio Carlos Diegues (1999), Thierry Kazazian (2005), Lia Krucken (2009), Ezio Manzini (2008) entre outros

Durante o trabalho de campo lançando-se mão do diário, foi relatado o cotidiano da população e da comunidade. Segundo Michaliszyn (2006, p. 36), nesta ocasião o pesquisador precisa estabelecer o melhor momento para realizar os registros, percebendo o cenário ideal sem perturbar a naturalidade da situação, sem criar constrangimentos e alterar os possíveis

resultados. Por um período houve observação direta e participante realizadas durante oficinas, visitas às associadas e na sede da AVIVE.

No período da pesquisa de campo houve um trabalho de aproximação com a comunidade e apesar da aparente receio, após um tempo se demonstraram calorosos e satisfeitos em demonstrar as atividades que desenvolvem. O segundo momento ocorreu de maneira mais simples, quando as informações foram obtidas por meio de relatórios, entrevistas e observações.

Na observação participante, é preciso atentar para o aspecto ético e para o perfil íntimo das relações sociais, ao lado das tradições e costumes, o tom e a importância que lhes são atribuídos, as ideias, os motivos e os sentimentos do grupo na compreensão da totalidade de sua vida, verbalizados por eles próprios, mediante suas categorias de pensamento. QUEIROZ (2007, p.278)

Diante deste contexto, para o melhor entendimento das fases e planejamento da pesquisa foi estabelecido um esquema (**Figura 03**), que apresenta as atividades que foram desenvolvidas, além da sequência do trabalho.

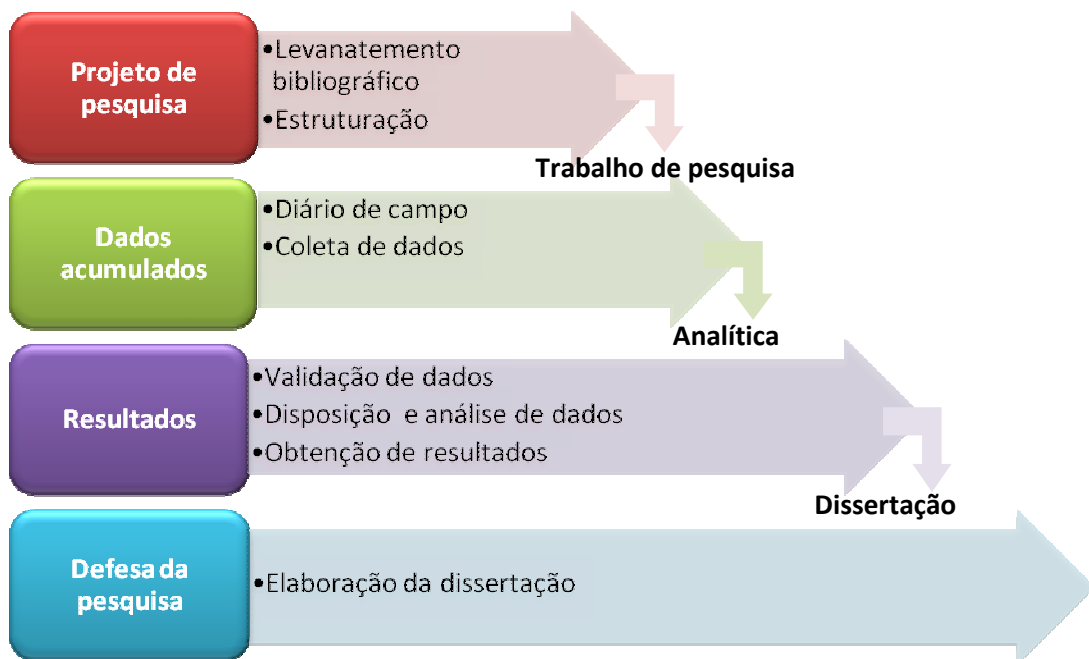


Figura 03: Esquema das fases e planejamento que procederam à pesquisa.
Fonte: Lilia Mendonça, 2011.

CAPÍTULO 1 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Na sequência, no que se vai denominar de primeiro capítulo, ocupou-se da fundamentação teórica que norteou o trabalho. Nesse momento, discutiu-se sobre o extrativismo de produtos florestais não madeireiros na Amazônia, sua contextualização, a falta de políticas públicas que favoreçam essa atividade; populações tradicionais e uso dos recursos naturais; design e as mudanças de paradigmas que resultaram no design sustentável, assim como o estabelecimento de parâmetros que propõem o design dentro de uma filosofia ambiental; e/ou o artesanato e sua contextualização. A partir desse levantamento estabeleceu-se um embasamento teórico e diante da reflexão foi possível constituir os elementos que seriam analisados na produção do artesanato da AVIVE.

I Extrativismo na Amazônia, artesanatos, povos tradicionais e design sustentável

A Amazônia brasileira é constituída por uma área de 5,2 milhões de Km², onde se localiza 1/3 das florestas tropicais da Terra; possui também uma complexa biodiversidade de animais e plantas, espécies botânicas que catalogadas equivalem a 1,5 milhões. Neste cenário de imensa riqueza ecossistêmica surge o extrativismo, uma atividade de exploração e uso dos produtos da floresta, que vêm demonstrando ser uma alternativa econômica para as populações tradicionais que o praticam.

Para Castro (1997, p.421), o termo extrativismo é compreendido como sistemas de exploração sustentável dos produtos naturais² existentes nos ecossistemas florestais, que ocorre com técnicas de baixo impacto ambiental e onde os produtos são destinados a fins comerciais. Historicamente, o ato de extrair é considerado uma das mais antigas atividades da humanidade, afinal de contas, na pré-história o homem explorava ambientes distantes para caçar e colher alimentos e já naquela época percebia as necessidades da natureza, por isso buscava respeitar o tempo de reposição da biosfera. No Brasil, o extrativismo tem sido uma constante da história econômica, a exploração do "Pau-Brasil" (*Caesalpinia eclimata*), legou o nome ao país.

² Os Produtos naturais são de origem mineral (minério de ferro, petróleo, prata e etc.), animal (peles, carne, óleos), ou vegetal (madeiras, folhas, sementes).

De acordo com Homma (1993, p.4), no que concerne a classificação do processo extrativista na Amazônia, ocorre a divisão em dois grandes grupos segundo a sua forma de exploração:

1. Extrativismo por aniquilamento ou depredação: consiste que para a obtenção do recurso econômico, ocorre a perda ou extinção de uma espécie. A velocidade da exploração dos recursos não acompanha o seu tempo de regeneração. Exemplos é a extração da madeira do pau-rosa, a caça e a pesca indiscriminadas;
2. Extrativismo por coleta: se baseia na coleta de produtos gerados por determinados animais ou plantas. Neste caso é mais fácil o tempo de extração acompanhar o tempo de recuperação, proporcionando um maior equilíbrio ao ecossistema.

Na Amazônia os primeiros acontecimentos ligados à atividade do extrativismo comercial podem ser observados a partir do período da colonização, o século XVIII, diante da exploração das denominadas "Drogas do Sertão", plantas medicinais, óleos, resinas, cacau, peles, peixes e carnes secas. As populações indígenas foram os primeiros extrativistas a desenvolverem trabalhos em regime forçado pelos colonizadores, assim como coleta dos produtos florestais para sua subsistência. À procura pelas "Drogas do Sertão" despertava nos exploradores um anseio pelo enriquecimento acelerado e rápido o que ocasionou exploração violenta e predatória dos produtos locais (EMPERAIRE 2000, p.24).

Dubois (2011, p. 34) afirma que a realidade Amazônica mostra que “poucos povos indígenas vivem exclusivamente do extrativismo, ou seja, da caça, da pesca e da colheita de produtos encontrados nas florestas e ecossistemas não florestais da Região”, percebe-se que as comunidades indígenas na sua maioria praticam a agricultura de corte e queima, ou seja, uma agricultura de curta duração, sem preocupação com o futuro, pois o ambiente natural lhe fornece sustento todo dia.

Assim a História do extrativismo nos remete a colonização do Amazonas, pois para Chaves (2011) a borracha produzida na Amazônia passou a ser considerada como produto comercializável. Assim, no final do século XIX sofreu fortes pressões, tendo em vista que era uma fonte supridora de borracha, levando as classes dominantes locais – seringalistas e casas aviadoras – promoverem um sistema de espoliação dos trabalhadores, via sistema de aviamento, o qual escravizava ainda mais o caboclo.

Vale ressaltar que, para os habitantes da região, a floresta não se constituía e nem se constitui em prisão, pelo contrário, é vista como fonte de vida, de onde se pode garantir a existência por possibilitar a reprodução física e sociocultural, uma vez que a mesma fornece os alimentos, a caça, pesca, o

roçado e a própria seringa; tudo isto é entendido como dádiva da natureza (cf. CHAVES, 2006).

Já na segunda metade do século XIX, de 1870 a 1920, ocorreu o I ciclo da borracha, p.(latex da seringa - *Hevea brasiliensis*) um fenômeno socioeconômico, que teve impulso com a expansão da indústria automobilística norte-americana e europeia. Exigiu o aumento na demanda da matéria prima plástica para a produção de pneus. A exploração desse recurso ocasionou o crescimento da região e a necessidade de mão de obra para a extração do látex, motivando a contratação de camponeses nordestinos que estava fugindo da grande seca, em 1870. O "ciclo da borracha" possibilitou o desenvolvimento econômico da região amazônica. Nas cidades de Manaus³ e Belém os trabalhadores eram conhecidos como seringueiros⁴ e foram os menos favorecidos neste período. O declínio desse ciclo teve início em 1913, quando a concorrência do produto asiático fez com que a exportação da borracha amazônica caísse. Como consequência, as populações esvaziaram regiões rurais e se concentraram na área urbana de Manaus (EMPERAIRE 2000, p.51).

“O extrativismo da borracha ocupou em 1910 um quarto das exportações brasileiras. Foi um crescimento notável, pois ocorreu concomitante a cultura do café, que era à base da economia do país” (Souza, 2009, p. 236), portanto, a economia da borracha ganhou fama por ter espalhado um otimismo sem base concreta, por que foi fundamentado na exportação de matéria-prima, no caso dos produtores de borracha natural da Amazônia também lucraram com o produto, mesmo depois do declínio com as plantações da Indochina, no Amazonas o fim do ciclo se deu devido à exigência de trabalho extensivo e muita mão de obra, visto que não se contava com uma mão de obra barata, sendo necessário trazer do Nordeste e de outras terras trabalhadores, além da necessidade de treinamento destes trabalhadores, sem contar que custava caro arregimentar mão de obra.

Dentro deste contexto, o seringalista brasileiro, ainda no regime extrativista, não podia concorrer com os capitalistas da Malásia [...]. Os mercados mundiais transferiram sua preferência para o látex do Oriente, de preço e custo operacional mais baixos. A Amazônia ficava sem os compradores, assistindo à cotação de preço cair e de pendendo de um país essencialmente agrário, que mal despertava para a indústria (SOUZA, 2009, p. 301).

³ Segundo EMPERAIRE (2000, p. 50), nessa época Manaus passou por intensas construções com características tanto estéticas como funcionais, as edificações faziam parte do programa de urbanização. Naquele momento Manaus ficou conhecida como a “Paris dos Trópicos”.

⁴ Os seringueiros utilizavam técnicas de extração empregada pelos indígenas. O processo consistia na retirada da seiva e transformação em goma. A maioria dos seringueiros não saiu da pobreza devido ao sistema de aviação, que consistia no endividamento com os seringalistas.

Em 1942 durante a Segunda Guerra Mundial, a Amazônia viveu novamente o II ciclo da borracha, mesmo que por pouco tempo. As forças japonesas bloquearam as plantações asiáticas e o governo brasileiro pensando em suprir às necessidades da matéria prima para a produção de material bélico, em acordo com Estados Unidos da América estruturou uma intervenção para a extração em larga escala do produto, possibilitando o crescimento da produção amazônica. Desta forma, uma nova leva de nordestinos foi direcionada para a Amazônia, conhecida como “Soldados da Borracha”, com o propósito de recuperar e restaurar a produção de látex na região (EMPERAIRE 2000, p.51).

Até o início da década de 40, a ausência de alternativa econômica, o extrativismo não deixou de existir como atividade produtiva, mantendo-se de forma inexpressiva para a economia da região e do país. Com a Segunda Guerra Mundial, a borracha brasileira com cifras inexpressivas no total da produção mundial interessava para potências como Estados Unidos e Alemanha. Porém, segundo Chaves (2011, p. 31) “A demanda externa e o mercado nacional, que se expandiram, cobravam da Amazônia uma produção superior à sua capacidade, pois o volume de produção da Amazônia de 1940 pouco se diferenciava do volume de 1910”.

Assim, foram criados programas com a finalidade de viabilizar e ampliar a produção da borracha. Entre os programas polêmicos pode-se citar: a batalha da borracha, que foi marcada pela inexistência de um plano norteador de suas atividades. Esta crise foi quebrada com a elevação substancial nos preços da borracha vegetal.

Durante esse período foi possível enxergar no extrativismo atividades que corroboraram para o esgotamento dos recursos, com a exploração desenfreada e sem meios de conservação. Em contrapartida, no decorrer dos anos surgiram movimentos com base econômica no extrativismo que contrapõem os grandes problemas provenientes da atividade.

[...] já em 1975, as primeiras ações dos seringueiros contra o desmatamento e as expulsões ordenadas pelos grandes proprietários, oriundos em geral do sul do país, surgiram no Estado do Acre. Uma progressiva mobilização e organização dos seringueiros para defender seus interesses sobre a floresta levou a criação, em 1985, do Conselho Nacional dos Seringueiros, depois de 1987, à dos Projetos Estabelecidos extrativistas e, enfim, em 1990, à das Reservas Extrativistas. A figura emblemática desta luta é a do líder sindical Chico Mendes, assassinado em 1988 (CASTRO 1997, p.422).

Na década de 80 os seringueiros diante de pontos como a economia, ecologia, política e a cultura conseguiram assumir uma nova identidade, chamada por Drummond (1997, p.116) de “ambientalistas”, em um contexto onde necessitavam explorar a floresta para

a sua sobrevivência, mas de maneira racional. Com a morte do líder sindical foi possível chamar atenção da mídia internacional sobre a luta desses trabalhadores para a preservação da Amazônia.

Segundo a Universidade Federal do Amazonas (1979) se faz necessário “a adoção de uma política florestal, que possibilite a conciliação entre desenvolvimento sócio-ecológico e respeito à ecologia da região é vital à Amazônia brasileira”. Neste contexto, é preciso planejar para trabalhar com o processo de extrativismo desde pesquisas, manejo dos recursos e a coleta do produto.

1.1 Populações tradicionais e uso dos recursos naturais

Segundo Leff (2000, p. 23) “desde o começo, o processo de acumulação impôs a necessidade de expandir suas fronteiras a todas as regiões do mundo, para a exploração de seus recursos e da sua força de trabalho”, o que significa que desde o mercantilismo o Brasil e outros, que foram colonizados, tiveram seus recursos naturais explorados bem como e, especialmente, a mão de obra das populações tradicionais que habitavam e habitam estes países. Ainda segundo Wolf e Palerm (*apud* Leff 2000, p.23): “antes da conquista destes povos, sua organização social e produtiva havia-se ajustado com harmonia às estruturas ecológicas de seu meio ambiente”

O Brasil apresenta uma magnífica estrutura geográfica, com uma rica sociobiodiversidade, entre espécies de animais, plantas e etnias. Neste contexto, é possível observar a relação entre o homem, o meio ambiente, e os sistemas que envolvem uso e acesso aos recursos naturais. Neste contexto surgem às populações tradicionais⁵ é o termo utilizado para definir povos de ocupação histórica, com identidade sociocultural, sistemas de produção especialmente voltados para a subsistência, além de ser uma forma de distinguir habitantes tradicionais dos estrangeiros.

Assim, reconhecer os povos indígenas como povos tradicionais, nos leva a entender, primeiramente, quem são esses povos, que para a Antropologia Cultural, área da ciência que possui uma gama de conhecimentos científicos produzidos sobre os povos e populações indígenas, admite o critério étnico como o responsável por definir identidades étnicas de grupos sociais (CUNHA, 1987 *apud* CHAVES *et.al.*, 2009).

⁵ Diegues (1999, p. 40) classifica as populações tradicionais em: indígena e não indígena. As não indígenas de acordo com a região são denominadas: caiçaras, ribeirinhos amazônicos, sertanejos, etc. Foram influenciadas pelas etnias indígenas tanto nos costumes, tecnologias, técnicas e etc.

Os povos indígenas são reconhecidos como populações tradicionais por regerem seus grupos “total ou parcialmente, por seus próprios costumes ou tradições”, conservando as suas próprias instituições sociais, econômicas, culturais e políticas, ou pelo menos parte delas. Tal definição reforça o critério étnico ao admitir que os direitos dos povos indígenas sejam assegurados mesmo aos que conservam parcialmente seus costumes e tradições, podendo ser usufruídos independente de estarem localizados em Terras Indígenas (TI) ou não-indígenas. (CHAVES *et.al.*, 2009, p. 114).

Segundo Diegues (1999, p.48) as populações tradicionais não-indígenas, localizadas na região amazônica, denominadas caboclo/ribeirinhos caracterizam-se por quase sempre ocupar à beira de igarapés, igapós, lagos e várzeas, dependendo fundamentalmente da pesca para a sobrevivência. Portanto, o ciclo sazonal das águas rege o cotidiano desses habitantes, influencia a cultura da região, assim como as atividades de extrativismo vegetal e agricultura.

Entre os diversos “povos tradicionais”, como no caso dos grupos indígenas, de agroextrativistas com concepção comunal de uso da Terra, a organização das atividades de trabalho não está separada de rituais sacros, de festividades ou outras manifestações da vida e da sociabilidade grupal, responsáveis por maior ou menor integração das relações familiares e de parentesco (CASTRO 1997, p. 224).

Essas populações são formadas por famílias que compreendem o varão, esposa, filhos e, muitas vezes, as suas esposas. O processo de trabalho tem como base à unidade de produção familiar (UF), onde as atividades são divididas em unidades produtivas e tarefa no lar. No geral, o homem da família, o varão, é quem toma as decisões nas unidades produtivas e na comercialização. Neste cenário, a mulher cabocla-ribeirinha desenvolve múltiplas tarefas, além de ser ativa no que se diz respeito ao trabalho em conjunto com o seu companheiro.

[...] cabem a elas as atividades ligadas aos cuidados com a saúde dos membros da família, cuidado com a criação de animais em seus quintais, com a roça, transporte de água, lenha e de produtos dos roçados, dentre outras (MACHADO 2007 p.486).

A população tradicional amazônica sofre com o conceito pré-estabelecido dos outros seguimentos sociais, seja pela dificuldade desse povo em ter acesso à educação, saúde, informação, ou por certo isolamento geográfico, ao ponto da classe científica, por meio do saber técnico-científico, não validar os saberes e práticas dessa sociedade. Nesse universo de discriminação, a mulher mesmo diante de tantas ocupações atribuídas, continua a mostrar o valor do sexo feminino dentro de um mundo com considerações machista, devido às suas próprias leis e cultura.

No campo dos saberes tradicionais, ainda que não seja possível a diferentes grupos explicar uma série de fenômenos observados, as ações práticas respondem por um

entendimento formulado na experiência das relações com a natureza, informando o processo de acumulação de conhecimentos através das gerações (CASTRO, 1997, 225)

Essas populações, por entenderem que sua relação com o meio é importante para a sua sobrevivência, desempenham papel vital nessa relação entre o homem e a natureza, uma vez que os povos tradicionais possuem propostas de desenvolvimentos baseados em práticas antigas como manejo e técnicas de exploração que visam o equilíbrio socioambiental, sempre respeitando a conservação e o tempo de reposição do ecossistema.

Algumas dessas sociedades se reproduzem, explorando uma multiplicidade de habitats: a floresta, os estuários, os mangues e as áreas já transformadas para fins agrícolas. A exploração desses habitats diversos exige não só um conhecimento aprofundado dos recursos naturais, das épocas de reprodução das espécies, mas a utilização de um calendário complexo dentro do qual se ajustam, com maior ou menor integração, os diversos usos dos ecossistemas (DIEGUES, 1999, p. 23).

Mesmo apresentando uma cultura integrada à natureza, o saber tradicional entra em confronto com as dimensões econômicas em uma discussão sobre o controle e o acesso às informações genéticas, principalmente dos países do sul. Foi em relação a isso que a Declaração do Rio de Janeiro sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento sustentável (Rio 92) estabeleceu que os Estados tivessem o direito soberano de explorar a sua biodiversidade, de acordo com suas políticas de meio ambiente e de desenvolvimento, buscando a sustentabilidade econômica e social desde que, outras áreas não fossem prejudicadas. Nesse momento se instituiu o princípio do poluidor pagador, no qual os governos e instituições são responsáveis pelos danos ambientais que venham gerar ao seu território.

Assim segundo Castro & Pinton (1997, p.143)

[...] pretende-se, há um tempo, apontar na direção de uma nova e diferente Amazônia, a do século 21, e colaborar na feitura da Agenda que permitirá viabilizá-la [...], de provocar uma bem cuidada discussão sobre um projeto de Amazônia, a estratégia para efetivá-lo e o conhecimento que [...] dará um grande instrumento político de que devem valer-se os participantes [...]

Diante deste cenário fica claro que cada comunidade tradicional pode implementar ou planejar projetos a partir do etnoconhecimento. Segundo Souza (2002, p. 88) esse conceito surgiu como contraponto crítico às teorias e ações desenvolvimentistas e etnocidas, que consideravam as sociedades indígenas e tradicionais como um bloqueio ao desenvolvimento e progresso. Estabelece que as comunidades sejam autogestoras, possuindo autonomia para promover o desenvolvimento, estabelecendo suas necessidades econômicas e reivindicando os seus direitos políticos.

Para Posey (1997, p. 345), os povos indígenas e tradicionais são fundamentais para a implantação de práticas sustentáveis no Brasil, pois seus sistemas de gerenciamento ecológico abrangem princípios de sustentabilidade e a consequente conservação do ecossistema, resultado das suas práticas tradicionais. Nessa dimensão política econômica que atua a AVIVE, a qual conta com a sabedoria de comunidades tradicionais, ou melhor, de mulheres extratoras e transformadoras, atrizes sociais que fazem parte da sociedade local, assumindo responsabilidade como parteiras, rezadoras, benzedoras e curandeiras, que repassam os seus conhecimentos, além de desenvolver um trabalho em torno da sua cultura, dos seus costumes e do seu *habitus*. O resultado dessa relação homem-natureza pode ser comprovado pelo controle sobre o território e o respeito na utilização dos recursos naturais de uma sociedade. Nesta relação milenar é que podemos observar a cultura. Mas o que vem a ser a cultura?

Culturas são sistemas (de padrões de comportamento socialmente transmitidos) que servem para adaptar as comunidades humanas aos seus embasamentos biológicos. Esse modo de vida das comunidades inclui tecnologias e modos de organização econômica, padrões de estabelecimento e organização política, crenças e práticas religiosas, e assim por diante (LARAIA, 1986, p. 60).

As populações tradicionais fazem parte de um leque de sociedades que produzem, de maneira ativa, em suas regiões, com a intenção de se estabelecer globalmente em um mundo que constitui uma conexão em redes. Um processo que reflete este fato é a globalização, que com sua integração civilizatória torna fácil a conexão entre países e pessoas. Esta realidade pode ser observada nas comunidades do interior do Amazonas, em que algumas se localizam próximas à sede municipal, estabelecendo contato com os meios de comunicação e o centro urbano, possibilitando uma transculturalidade. Esse fato não impede que ocorra uma contínua transformação da tradição e de seus conhecimentos, já que a identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia (HALL, 1997 p. 14).

[...] os princípios da “cultura ecológica”, que os processos sociais mobilizam para uma gestão ambiental de desenvolvimento sustentável, definem-se, na prática, através de racionalidades culturais que surgem das formas de organização produtiva e estilos étnicos das sociedades tradicionais, dos povos indígenas e das comunidades camponesas (Leff, 2000, p. 112)

O fato é que mesmo que ocorram essas relações formadas entre a sociedade tradicional e a moderna, resultando em novas identidades, isto não é um fator que destrua a cultura das mulheres camponesas em foco, pondo fim a esse processo de resignificação do

mundo do trabalho e do *habitus*⁶. A ideia das mulheres detentoras dos símbolos, experiências que lidam com o tempo e o espaço é de continuar ligada a sua cultura. Por isso, o desenvolvimento local é uma saída ética, uma vez que leva em conta aspectos culturais e regionais, considerando a capacidade de carga de cada sistema e os recursos que são utilizados.

Isso permitiu otimizar a oferta ecológica da diversas regiões, baseado no uso sazonal das culturas e da força de trabalho, dos espaços produtivos e dos tempos de regeneração dos recursos, integrando a produção local ao espaço territorial através do intercâmbio inter-regional de excedentes econômicos (LEFF, 2000 p.116).

Desta forma, essa proposta consiste no manejo racional dos recursos, por meio da inter-relação dos saberes e práticas da cultura da região. Diante do levantamento *in loco* de como esses caboclos atuam no seu espaço e utilizam o seu tempo, seriam desenvolvidas metodologias para explorar de maneira racional o ecossistema, acompanhando o seu calendário natural que estabelecem as etapas de coleta, caça, produção e o extrair.

1.2 O extrativismo de produtos florestais não madeireiros

Os primeiros recursos florestais não-madeireiros explorados em ampla escala na região Amazônica foram à borracha e a castanha-do-Brasil. Atualmente, emprega-se a nomenclatura de produtos florestais não madeireiros – PFNM para a extração das seguintes matérias-primas: plantas frutíferas, medicinais e essências, borracha, sementes, fibras, palhas, goma não elásticas, ceras, cascas e etc.

O extrativismo apresenta limitações na sua produção, principalmente em decorrência da fraca densidade das espécies exploradas. Para Bahri (*apud* Emperaire, 2000, p.167), uma intensificação importante da produção deve considerar o cultivo dessas espécies, seja em plantações mono ou poliespecíficas, baseado na reconstituição de um ecossistema complexo, assemelhando-se ao florestal original, que levará a conservação e a gestão da biodiversidade.

Bentes-Gama (2005) garante que os PFNM são insumos importantes para às comunidades tradicionais, já que proporciona sua auto-subsistência mediante os produtos que são fontes importantes de alimentos, remédios, forragem, fertilizantes, energia, fibra, resina, goma, materiais de construção, entre muitos outros. Atualmente os PFNM são empregados como ingredientes da culinária local e regional, na indústria de cosméticos, no

⁶ Para Bourdie (1979) *habitus* significa estrutura estruturada que pode torna-se estrutura estruturante. A este conceito estão ligados noções como: *ethos*, moral, estilo de vida e etc.

desenvolvimento de fitocosméticos⁷, assim como na confecção artesanal de produtos que são bastante valorizados pelo mercado internacional.

Segundo Drummond (1997, p.117) atualmente existe uma tendência na qual as economias extrativas contemporâneas se voltam para o mercado e não para a subsistência, onde se concentram em um ou dois bens, na qual o seu valor no mercado torna-se instável. Em contrapartida, Costa (2009) na obra “Um projeto para a Amazônia do século 21: desafios e contribuições”, afirma que:

[...] diversos modos de um amplo processo de modernização dessas atividades, pelo qual as comunidades tendem a se estruturar sob novas modalidades de organização sob o impulso de cadeias produtivas e respectivas redes lideradas pela bioindústria. Na nossa abordagem, essa nova conectividade entre as organizações comunitárias e empresas bioindustriais é denominada de sistemas produtivos emergentes (COSTA 2009, p. 141).

Apesar da atividade não possuir políticas específicas que a beneficiem ou investimento em tecnologia para o melhoramento do sistema produtivo, hoje é possível observar a consolidação de empreendimentos na organização do processo, seja na procura por mecanismos de certificações, manejos sustentáveis que respeitem o tempo do meio ambiente, valorizando a produção extrativista no mercado, permitindo, assim, aumentar a renda das comunidades ribeirinhas. Atualmente, “[...] inúmeras comunidades vivem dos recursos extrativistas na Amazônia, com maior ou menor inserção no mercado e autonomia relativa no processo de produção e comercialização de diferentes produtos não-madeireiros” (COSTA 2009, p. 148).

Para entender o trabalho desenvolvido pela AVIVE, que conta com as populações tradicionais na extração dos produtos florestais não madeireiros e na transformação desses recursos em artefatos é preciso conhecer um pouco mais sobre a categoria artesanato.

1.3 Artesanato

A definição sobre artesanato proposta pelo SEBRAE (2010, p. 12), de acordo com o conceito do Conselho Mundial do Artesanato⁸, institui que “toda atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios

⁷ Fitocosméticos são cosméticos elaborados com produtos naturais: óleos, extratos de plantas medicinais e derivados. Os princípios ativos são extratos integrais de vegetais.

⁸ Conselho Mundial do Artesanato, fundada em 1964, vinculada à UNESCO é formado por 51 países, incluindo o Brasil.

tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade”. A atividade caracteriza-se pela criação e execução, pode-se utilizar ferramentas e máquinas, mas não é uma produção industrial em série.

De acordo com Roizenbruch (2009, p. 57), a história do artesanato tem início no século X, partindo das necessidades do homem em produzir ferramentas para sua evolução e sobrevivência, a atividade evoluiu a partir dos chamados mestres-artesãos, na Europa. Com o passar dos séculos, com as trocas culturais, as técnicas foram transmitidas entre famílias, passando pelas diferentes gerações entre pais e filhos, entre pares, entre mestres e aprendizes e, também, entre o artesão, fato visualizado na maneira de construir e usar os objetos (Fachone, 2010, p. 458).

Embora o fazer artesanal exista há milênios, vocábulo *artigiano* (artesão), surgiu na Itália século XV, do qual derivou do século XIX a palavra *artigianato* para indicar o regime de trabalho dos artesãos. É interessante que esta palavra surge posteriormente a Revolução Industrial, quando a indústria propiciou uma maneira distinta de fabricar objetos. (RORIZ, 2010, p. 55)

De acordo com Barros (2006, p.25), no Brasil a história do artesanato tem sua base nos artefatos indígenas e com a expansão populacional no território houve uma mistura de culturas: africana, europeia, asiática e a norte-americana. Com o advento da Revolução Industrial a produção passou a ser em larga escala e em série; a atividade manufatureira passou a ser desvalorizada e até marginalizada, assim como restrita a uma parcela de baixa renda da população. Já para Barroso (2011, p. 8), “no Brasil o artesanato sempre foi considerado uma atividade inserida no âmbito dos programas de assistência social, tratado sob uma ótica paternalista, sem considerar sua dimensão econômica e social”.

No presente, Freitas (2006, p.29) descreve que o artesanato adquiriu proporções que zelam por uma nova configuração da atividade. É visto e analisado como portador de elementos culturais, simboliza autenticidade e promove a educação. Do ponto de vista econômico é considerado como fonte de renda alternativa e gerador de trabalho. Portanto, possui função social para as comunidades caboclas e ribeirinhas. Sob ambos os aspectos é uma atividade que deveria contribuir para a melhoria da qualidade de vida. Percebe-se que o artesanato brasileiro é o resultado da mesclagem de técnicas específicas, que são aplicadas de acordo com o patrimônio material e imaterial de cada localidade, ampliando cada vez mais o nosso acervo de objetos. Pode-se afirmar que todas essas transformações são reflexos do processo da globalização:

O fenômeno da globalização implicou na abertura econômica dos países à importação indiscriminada de produtos, necessários ou supérfluos, sem distinção de origem ou qualidade, jogando todas as empresas em uma acirrada disputa comercial. Frente a produtos procedentes dos países asiáticos, sempre muito baratos, as indústrias de referências e os atributos mais valorizados por um mercado globalizado, ávido por produtos diferenciados. Conhecer suas origens, seu passado e sua história são o ponto de partida para a construção desta desejada identidade (SEBRAE, 2004, p. 20).

Segundo pesquisa do ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, o artesanato é um setor cuja cadeia produtiva, desde a coleta da matéria-prima até o produto final, movimenta anualmente R\$ 28 bilhões, quase 2,8% do PIB, a soma das riquezas produzidas no país. Esse valor corresponde à metade do que faturam os supermercados do Brasil. Encosta também na produção atribuída à indústria automobilística.

De acordo com levantamento realizado pelo ministério, existem no país 8,5 milhões de pessoas envolvidas como cadeia produtiva do artesanato, como forma de subsistência e contribuição cultural para a sociedade. Cada um deles recebe, em média, de dois a três salários mínimos por mês. (BOTELHO, 2005, p. 32)

Diante das afirmações acima é possível perceber que a sociedade mudou quanto a sua concepção em relação aos trabalhos manuais. Atualmente ocorre à valorização por artefatos produzidos em pequenas escalas, criados com técnicas e simbolismos. Com o aumento do interesse pelo produto no mercado houve a necessidade de repensar a estrutura organizacional do processo artesanal.

A expansão do setor no mercado internacional tem se alimentado no sentimento de introspecção que vive, pessoal e coletivamente, o indivíduo contemporâneo. Ao transformar o planeta num espaço tão comum, tão pequeno – antes a imensa Terra, hoje, a ‘aldeia’; a globalização levou o sujeito contemporâneo de volta à suas raízes. Diferenciar-se no mundo da padronização tornou-se questão de sobrevivência psicológica, social e econômica. Assim, pode-se compreender facilmente, o porquê da produção artesanal como proposta. (PEREIRA, 2004, p. 9)

Neste sentido, diante da reestruturação na organização artesanal foram adotadas estratégias que possibilitam a melhoria da produção, no que condiz a: maquinário adequado, capacitação técnica e econômica dos artesãos. Essa otimização extrapolou apenas a parte física de desenvolvimento do produto, atingiu dimensões jurídicas; conquistou e instituiu que as cooperativas, micro e pequenas empresas seguissem os mesmos objetivos, “[...] adequação do produto final às tendências de mercado e a novas funcionalidades, adaptação do processo produtivo, equipamentos e tecnologias de produção e utilização de novas matérias-primas” (FREITAS 2006, p.16).

De acordo com Barroso (2006, p. 11), o artesanato pode ser analisado de acordo com a matéria-prima que é utilizada, pois o processo possui características específicas, assim como práticas profissionais, técnicas, ferramentas, produtos e mercado. Na produção artesanal

brasileira são utilizadas as seguintes matérias-primas: barro, couro, fibras vegetais, fios, madeiras, metais, pedra, vidro, sementes e etc. Já o SEBRAE (2004, p. 23), no que se refere ao uso dos produtos, o artesanato pode ser classificado das seguintes formas: adornos e acessórios, decorativo, educativo, lúdico, religioso e utilitário.

- Adornos e acessórios: Objetos de uso pessoal tais como joias, bijuterias, cintos, bolsas, peças para vestuário etc.
- Decorativo: Objetos produzidos para ornamentar e decorar ambientes.
- Educativo: Objetos destinados às práticas pedagógicas.
- Lúdico: Objetos produzidos para o entretenimento e para representação do imaginário popular. Exemplos: jogos, bonecos, brinquedos, entre outros.
- Religioso: Peças destinadas aos usos ritualísticos ou para demonstração de crenças e da fé. Exemplos: amuletos, imagens, adornos, altares, oratórios, entre outros.
- Utilitário: Peças produzidas para satisfazer as necessidades de trabalho dos homens, seja no campo, seja na atividade doméstica. Peças de grande simplicidade formal, seu valor é determinado pela importância funcional e não por seu valor simbólico. São utensílios produzidos para atender as necessidades domésticas.

Torna-se claro que essas terminologias não contemplam todas as formas de uso do produto artesanal. Pelo menos não os produtos artesanais que serão abordados nesse projeto, já que a AVIVE visa à exploração de espécies medicinais da Amazônia, via extração sustentável de óleos essenciais e a produção de sabonete, óleos, velas e incensos. Além disso, em uma observação mais complexa percebe-se que esses produtos provenientes de pesquisa e aprimoramento de técnicas e métodos de exploração sustentável de espécies nativas aromáticas e medicinais, não possuem uma nomenclatura mais direcionada, ou seja, são conhecidos como produtos artesanais, que em suma podem significar diferentes tipos de produtos. Pensando nisso propõe-se que seja utilizado o conceito de **produtos fitoartesanais**. *Phyton* vem do idioma grego e quer dizer "vegetal", em uma junção com a palavra artesanal, identificamos produtos artesanais que provém de plantas.

O artesanato, entretanto, defronta-se com contínuas e intensas mudanças provocadas pelo mundo globalizado. Alteraram-se as formas de produção e organização do trabalho, mudaram-se as matérias-primas, o processamento e uso, mudaram-se as formas de circulação dos produtos e o padrão de consumo, alterou-se o contexto cultural frente à internacionalização da economia e frente ao domínio dos meios de comunicação (NEVES & GOMES, 2008, p. 1).

Sabe-se que os artefatos artesanais nascem da necessidade, e muitas vezes, não se enquadram nos ofícios tradicionais, mas é uma atividade suscetível a mudanças, tanto tecnológicas quanto em relação às expectativas de consumo, BARROSO (2006, p. 23). Esses produtos são considerados um bem patrimonial (imaterial) dessas populações, que têm uma valorização baseada no valor de uso, mas se insere em uma lógica de mercado, onde a questão

ambiental e os produtos da biodiversidade estão cada vez mais valorizados na sociedade contemporânea.

A produção artesanal de uma comunidade retrata a sua relação com o território, tece uma rede de atividades que envolvem recursos do ecossistema, além da identidade cultural, que juntos sustentam à tradição de uma população. De acordo com Krucken (2009) neste contexto, o intuito do designer é ajudar na complexa atividade de intervir na produção e consumo, tradição e inovação, qualidade de locais e relações globais.

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO (2005) tem uma visão global e integrada do papel cultural, social e econômico do artesanato na vida da comunidade, povos e países. A estratégia adotada pela UNESCO visa à preservação e o fortalecimento do artesanato, através da promoção da aproximação e do diálogo entre artesanato e design, como aspectos separados, mas interdependentes da mesma realidade criativa e econômica (FREITAS 2006, p.13)

Nesta situação, o designer pode atuar de maneira a identificar o problema, gerando alternativas e buscando promover o desenvolvimento econômico e social.

A grande riqueza do Brasil está na possibilidade de seus recursos renováveis. Com um trabalho organizado e politicamente bem direcionado, o país poderia formular uma política exemplar e didática para o mundo inteiro. Devemos superar as dificuldades em lidar com a cultura popular e o artesanato, ou trabalho manual. Podemos vislumbrar uma nova industrialização, mesclando-se os setores de produção industrial e manufaturas (LEAL 2002, p.182).

De acordo com SEBRAE (2004), a intervenção deve acontecer de modo a reforçar as tradições regionais, além de considerar e valorizar a habilidade dos artesãos e às relações existentes no interior dos grupos de trabalhadores, principalmente, diante de um trabalho artesanal que já é desenvolvido por uma sociedade tradicional no interior de Amazonas.

1.4 Design Sustentável

De acordo com Coelho (2008, p. 187) a palavra design possui um caráter polissêmico e pode ser definido por designar, indicar, representar, marcar, ordenar, dispor, regular, planejar, inventar e projetar. Também conhecido como design⁹ industrial à expressão não se aplica apenas ao produto físico (definido por material, forma e função), mas se amplia ao

⁹ Segundo Cardoso *design* vem do latim *designare*, que mantendo o mesmo sentido do verbo, abrange designar e desenhar.

sistema-produto, ou seja, ao conjunto integrado dos bens de consumo, serviço e comunicação que as empresas apresentam ao mercado. (MANZINI, 2008)

Essas atividades levam em consideração no DESENVOLVIMENTO projetual não apenas a produtividade do processo de fabricação, mas questões de uso, FUNÇÃO (objetiva e subjetiva), produção, MERCADO, UTILIDADE, QUALIDADE, formal e estética (fruição do uso), buscando equacionar, sistêmico e simultaneamente, fatores sociais, culturais, antropológicos, ecológicos, ergonômicos, tecnológicos e econômicos. O processo de configuração, portanto, leva em conta fatores estéticos e extra-estéticos no estabelecimento de parâmetros – critérios pelos quais ele será considerado adequado, ou não, para uma finalidade específica de trabalho -, sem perder de vista a relação como o ser humano, no aspecto de uso ou de PERCEPÇÃO, buscando atender NECESSIDADES e contribuir para o bem-estar e CONFORTO individual e/ou coletivo. (COELHO 2008, p. 187)

Segundo SANTOS (apud BLAICH, 2000, p.26), o design possibilita a inter-relação entre as ciências, integrando engenharia, marketing e pesquisa, para que dentro do processo de produção seja possível pensar globalmente e agir localmente. A globalização permite um maior fluxo de informações e, neste contexto, possibilita maior relação entre as empresas e o mercado mundial, ponto importante para fomentar ações dentro da realidade local, isso porque o comércio e a cultura de cada povo são particularizados.

A transdisciplinariedade do design abrange várias ramificações do conhecimento. Neste sentido, o professor e designer João Gomes Filho, em sua obra o ‘Design do Objeto: bases conceituais’, lista algumas especialidades e campos de atuação dos designers: design industrial, do objeto, equipamento urbano, design de mobiliário, design automobilístico, computador, design de máquinas e equipamentos, embalagem, alimentos, sistemas de iluminação, têxtil, joias, sistemas de som, design de comunicação, gráfico, identidade corporativa, editoração, meios de comunicação, programas (softwares), design de ambientes, design de moda, *redesign*, design de interfaces, design conceitual, design universal, ecodesign e etc.

Para entender a atividade do designer é imprescindível uma viagem pela história do design e a sua trajetória pode ser visualizada e bem evidenciada na transição entre os séculos XVIII e XIX, em um processo de transformação da produção manufaturada para o processo mecanizado ou fabril, episódio que modificou a economia, as relações sociais e o cenário mundial, ou seja, mudanças conhecidas como revolução industrial.

A Revolução Industrial gerando uma gigantesca necessidade de mão-de-obra esvazia o mundo rural. Mergulhando seus operários no furor das forjas e na noite das minas, ela se apoia na exploração da natureza e leva à degradação das raízes e referências

que o homem aí havia cultivado. Estranhamente, a ornamentação floral¹⁰ então muito utilizada na produção industrial pode ser vista como um símbolo da perda da relação física que até aí o homem mantivera com a natureza: das fachadas das casas aos objetos domésticos, tudo parece carregar o luto desse vínculo íntimo num horizonte invadido pelo carvão (KAZAZIAN 2005, p.13).

Nessa época, segundo Azevedo (1998) houve uma grande revolução estética e social dos produtos; a sua reprodução em série os tornou viáveis economicamente e acessíveis à população. Para Niemeyer (2007) o design buscou o aperfeiçoamento para o produto industrial, o que chamou de solução formal esteticamente agradável. Essa atividade de construção do objeto passou a ser compreendida como design ou desenho industrial. Cardoso (2008) afirma que os percussores do design surgiram dentro do processo de produção, eram trabalhadores das indústrias, que como qualificação possuía a sua experiência, além do conhecimento e habilidade dentro do processo de produção. Neste momento, percebeu-se uma necessidade de pesquisar as formas para estabelecer medidas que facilitasse o trabalho das máquinas.

Nesta passagem do processo manufatureiro para atividades mecânicas surgiram alguns atores que são considerados importantes para a história do design. Bürdek (2006) os apresenta como pais do design e contemporâneos: Gottfried Semper (1803-1879), John Stuart Mill (1806 -1873), William Morris (1834-1896) e John Ruskin (1819 -1900), todos contra o decorativismo que se impunha aos produtos industriais. Esses personagens, por assumir ideias de dimensões teóricas e filosóficas na transição do século XIX para o XX, contribuíram para o surgimento de movimentos como *Artes and Craft*¹¹, *Arte Nouveau*¹² e *Jugesdstil*¹³ (FIELL 2006, p. 4).

Em 1907, surge em Munique, na Alemanha, o *Deutsche Werkbund*, ou Federação Alemã de Trabalho. Segundo Souza (2008, p. 38), era uma associação de profissionais formada por: artistas, arquitetos, designers, industriais, artesãos e publicitários. Eles almejavam melhorar e associar o trabalho do artesão com a indústria e a arte, por meio da

¹⁰ Outro exemplo comentado pelo autor em sua obra foi à inauguração do Palácio Cristal, em 1º de maio de 1850, uma catedral de vidro com arcobotantes de aço e rosáceos metálicos, obra arquitetônica que despertou emoções fortes na monarquia.

¹¹ Movimento Inglês que buscou o retorno ao processo manufaturado, pois se preocupavam com as implicações ambientais e sociais resultantes do processo industrial, além da baixa qualidade dos produtos confeccionados a máquina e exageradamente decorados.

¹² Esse movimento surgiu em 1880 e compartilhou ideias do antigo Arts and Crafts Movement, os produtos possuíam formas florais e linhas sinuosas e alongadas, além de apresentar motivos ornamentais, a natureza era a fonte de inspiração (FIELL 2006, p. 25).

¹³ Movimento alemão de 1900, congêneres com a Art Nouveau almejavam o aperfeiçoamento da arte, que era decorativa, assim como uma sociedade com menos consumo e fins comerciais.

qualificação e do ensino, proporcionando o fortalecimento do mercado interno. Assim *Werkbund*, ao utilizar o design como uma ferramenta estaria impulsionando a concorrência e as vendas no mercado externo, assim como a cultura alemã.

Na prática, a *Werkbund* funcionava como um fórum reunindo empresários políticos, artistas, arquitetos e designers em torno de encontros e exposições periódicas. Através dessas atividades, a confederação se propunha em estimular uma política setorial de aplicação do design a indústria, a pressionar as autoridades competentes para realizar uma melhoria dos padrões técnicos e estéticos da indústria alemã e a educar o consumidor para exigir o cumprimento desses padrões (CARDOSO 2008, p.125).

Já em 1919, em Weimar, na Alemanha, foi inaugurado a *Staatliches-Bauhaus*, ou Casa Estatal de Construção, que tem suas origens na junção de duas escolas: a Academia de Artes e a Escola de Artes e Ofícios. Seu primeiro diretor foi Walter Gropius, antigo membro da *Werkbund*. Bauhaus foi à primeira escola em ensino de design do mundo, além de ministrar os cursos de artes plásticas e arquitetura de vanguarda. Azevedo (1998, p. 27), afirma que Bauhaus procurava inspiração no modernismo no design e na arquitetura, buscando a integração da produção artística com a indústria. Por fim, com mudanças sociopolíticas, escola funcionou até 1933 quando o partido nazista assumiu o poder.

Cardoso (2008) destaca que a Segunda Guerra Mundial foi responsável pelo desenvolvimento de notáveis inovações tecnológicas e novos equipamentos, dos quais se destacaram equipamentos militares. Foi uma época de muito trabalho para os designers. Países foram beneficiados, assim como o Brasil que passou a substituir produtos importados por nacionais, oriundos da expansão da indústria brasileira. A sociedade de consumo se expandiu para todo o mundo.

A sociedade do consumo vive na cadência dessa renovação, insaciável e inconstante. Como questionar essa aspiração à felicidade quando o charme se reproduz sem parar, na melopeia da novidade e da obsolescência, modelado pelos prodígios do progresso técnico e da criatividade dos publicitários? Nessa era da posse, a impaciência se tornou uma virtude... (KAZAZIAN 2005, p.19).

A pós-modernidade é marcada por mais transformações no setor tecnológico e novos avanços de informática. Em mais um momento histórico, o capitalismo fortalece suas bases e os recursos ambientais já não estão mais acessíveis como antes e sua disponibilidade não será a mesma no futuro.

Talvez o maior dilema para o designer na pós-modernidade resida no fato de encontrar justamente na falha entre essas duas placas tectônicas do mercado e meio ambiente. Várias profissões têm o luxo de poder olhar obsessivamente em uma outra

direção; e é tão fácil para um economista aconselhar medidas para estimular o consumo quanto para o ambientalista pregar a sua minimização. Porém, no momento em que se percebe que nem uma coisa e nem outra são tão simples assim, as pessoas acabam recorrendo ao designer para projetar soluções capazes de conciliar esses dois polos aparentemente irreconciliáveis (CARDOSO 2008, p.236).

Neste contexto surge o design sustentável, um conceito particularmente novo que direciona a pensar no uso inteligente de matéria-prima ao projetar produtos com características ambientais; conceito que trabalha implementando o economicamente viável e socialmente justo, dentro da dimensão do ambientalmente correto, promovendo o bem-estar e qualidade de vida ao consumidor. Leal (2002), em seu livro *Um olhar sobre o design brasileiro*, faz a seguinte colocação sobre o conceito de design, criando um link com a preocupação ambiental:

É criatividade explicitada no papel, ou em outros meios de registro, com o objetivo de se produzir bens, processos e serviços para o uso e consumo em qualquer escala e em qualquer domínio ou mercado. Nessa acepção ampla, design também pode ser ecológico por definição: tem raízes na natureza tanto em concepção quanto na utilização de materiais, e seus resultados contribuem para o ajuste entre grupos humanos e seu ambiente (LEAL 2002, p. 185).

No que concerne à história, de acordo com Fiell (2006), na década de 20, o pesquisador *Richard Buckminster Fuller* formulou a ciência do design, tornando-se precursor da preocupação ambiental. Procurou mostrar à humanidade que o ideal seria a utilização cada vez menor dos recursos dos ecossistemas.

Durante a década de 70, a crise do petróleo atingiu as economias ocidentais, que foram duramente prejudicadas com a perda desse recurso e percebeu que precisavam encontrar outras fontes de energia, fato que colocou em questão que os recursos naturais não são renováveis. Neste cenário foi *Victor Papanek*¹⁴, designer e educador, que defendeu uma postura de desenvolvimento do design de produtos e ferramentas dentro de concepções ambientais. Na década de 80, segundo Cardoso (2008, p.244) a inquietação com o meio ambiente assumiu novas estratégias no que diz respeito ao consumo de novos produtos com apelo ecológico. Mas, apenas na década de 90 o consumo de produtos verdes assumiu proporções, que motivou e impulsionou atividade por parte dos designers dentro de uma dimensão ambiental.

¹⁴ *Victor Papanek* (1927-1999) americano foi o percussor do ecodesign, questionando a relação do design com o meio ambiente.

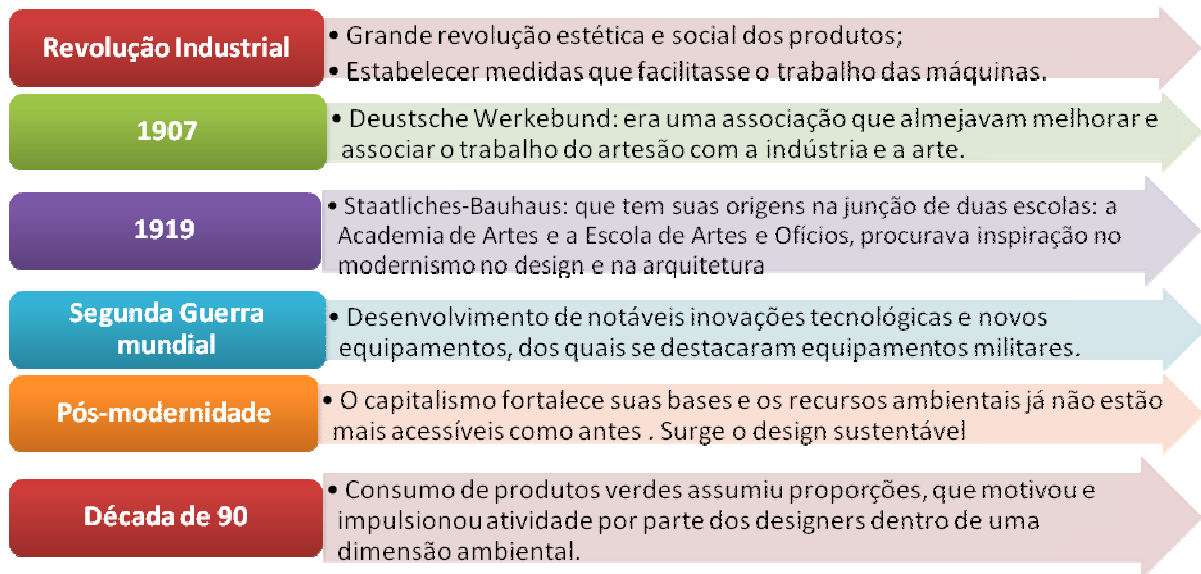


Figura 04: Esquema dos principais eventos que sucederam na história do design a problema ambiental.

Fonte: Lilia Mendonça, 2011.

A globalização gerou a aldeia global e permitiu a maior comercialização dos produtos em um sistema de economia capitalista, ou seja, mais demanda de recursos naturais. Nesta conjuntura o designer evoluiu e assumiu uma nova postura técnica, econômica, psicológica, social e ambiental. Com o passar dos anos não existe mais apenas uma preocupação com a parte física (estética) do produto, como interventor no processo produtivo, passou a interferir e considerar os diferentes contextos do projeto: físico, cognitivo, cultural¹⁵ e o território, a partir dessa realidade diagnosticar os possíveis problemas e buscar alternativas sustentáveis.

O design ambiental ou *ecodesign* é uma ferramenta que consiste no desenvolvimento de produtos, preocupando-se com o seu ciclo de vida (extração das matérias-primas, produção, industrialização, transporte, comercialização, consumo ou utilização até o descarte). Todas as etapas do processo passaram a ser consideradas, pensando em reduzir os impactos ambientais negativos e o uso desnecessário de recursos não renováveis.

Propor o desenvolvimento do design para a sustentabilidade significa, portanto, promover a capacidade do sistema produtivo de responder à procura social de bem-estar utilizando uma quantidade de recursos ambientais drasticamente inferiores aos níveis atualmente praticados. Isso requer gerir de maneira coordenada todos os instrumentos de que se possa dispor (produtos, serviços e comunicações) e dar

¹⁵ Ono (2006, p.3) apud Tylor, coloca como conceito de cultura “o todo complexo que compreende o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, as leis, os costumes e as outras capacidades ou hábitos adquiridos pelo homem como membro da sociedade.”

unidade e clareza às próprias propostas. Em definitivo, o design para a sustentabilidade pode ser reconhecido como uma espécie de design estratégico, ou seja, o projeto de estratégias aplicadas pelas empresas que se impuseram seriamente a prospectiva da sustentabilidade ambiental (MAZINI 2008, p. 23).

A era da globalização estabeleceu a relação pensar globalmente e agir localmente, por isso surgiu à necessidade de ações que apontem à mudança de paradigmas a começar pelo próprio território das sociedades. O global demonstra à proporção que os problemas ambientais alcançaram, por isso é que se precisa ter a iniciativa de organizar em primeiro lugar o nosso território, seja produzindo ou pensando em melhores formas de utilizar os recursos naturais, para se começar a ver a diferença em proporções globais. O trabalho a ser realizado aponta para análise de ações e estratégias que contribuam para a promoção do produto e território, assim como o aperfeiçoamento do processo projetual.

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 – território e maneira como cada produto é concebido e fabricado – para compreender as relações que se formam em torno da produção e do consumo dos produtos.

A perspectiva do design vem juntamente ajudar nessa complexa tarefa de mediar produção e consumo, tradição e inovação, qualidades locais e relações globais.

Os produtos locais são manifestações culturais fortemente relacionadas com o território e a comunidade que os gerou. Esses produtos são os resultados de uma rede, tecida ao longo do tempo, que envolve recursos da biodiversidade, modos tradicionais de produção, costumes e também hábitos de consumo. A condição de produto ligado ao território e à sociedade nos quais surgiu é representada no conceito de *terroir*¹⁶[...] (KRUCKEN 2009, p.17).

Neste caso, observa-se o apelo ambiental como uma ferramenta capaz de proporcionar às empresas, associações, cooperativas, instituições um diferencial competitivo, por agregar valor aos produtos e promover o desenvolvimento sustentável. Consumidores conscientes passaram a exigir compromisso por parte das indústrias de processamento. Em contrapartida, desencadeou a necessidade do mercado em desenvolver certificações ou selos verdes. Estes são sistemas que garantem e atestam a procedência de um processo ou produto, assim como padrões de qualidade envolvidos, proporcionando uma relação de confiança com o consumidor. Um exemplo de certificação que contribui para o desenvolvimento social e econômico das comunidades florestais, o FSC (*Forest Stewardship Council* ou Conselho de Manejo Florestal) é o selo verde com reconhecimento internacional e que está presente em 75 países e tem seu sistema conhecido e adotado mundialmente.

¹⁶ *Terroir* é um termo de origem francesa, que designa o território, sociedade e produto. Um determinado espaço geográfico onde ocorre relações complexas do homem com o lugar, no que diz respeito a cultura, tradições, família e aos recursos naturais.

O Forest Stewardship Council (FSC), criado em 1993 por iniciativa de grandes ONGS internacionais de proteção do meio ambiente, promove uma gestão florestal “ecologicamente apropriada, socialmente benéfica e economicamente viável” e concede a certificação “FSC”. As madeiras com esse selo vêm de florestas exploradas com respeito a certos princípios, entre os quais os direitos dos povos indígenas, a preservação dos recursos florestais e a redução dos impactos florestais de sua exploração no meio ambiente. (KAZAZIAN 2005, p.45).

Os produtos florestais não-madeireiros são amplamente utilizados como: remédios, produtos cosméticos e, de modo recente, na confecção de artesanatos e biojóias. Neste contexto, o design trabalha para que haja a integração de diversas ações que visem à geração de renda, inclusão social, sustentabilidade e agregação de valor ao processo de produção do artesanato local e regional, além de dar valor aos traços culturais da Amazônia.

1.5 O Design e a sustentabilidade na Amazônia

O design na Amazônia vem trabalhando consideravelmente para apresentar alternativas inovadoras e sustentáveis, que primam pela valorização da cultura local e pela exploração racional dos recursos renováveis. Ocupando uma área territorial de aproximadamente 5.217.423 km², a Amazônia Legal abrange a Região Norte do Brasil, concentrando grandes diversidades étnicas e naturais (sociobiodiversidade), entre espécies de plantas com características medicinais, comestíveis, oleaginosas e colorantes, assim como comunidades urbanas e tradicionais.

O desafio que se apresenta para a sociedade, para o Estado e para os cientistas sociais, aqui incluindo o designer, radica na necessária reflexão a ser feita sobre os aspectos éticos, estéticos e mercadológicos que fundamentem as construções identitárias dentro do respeito pelo outro, pelo seu saber, seu conhecimento, seu dever. É fundamental a elaboração de uma legislação que regimente essas trocas em benefício do crescimento e da sustentabilidade, dentro da especificidade cultural de cada povo e, neste caso especial, da Amazônia como berço destas matrizes culturais. (QUEIROZ, 2005, p. 51).

Nos últimos anos as intervenções de design no artesanato começaram a surgir com mais frequência, protegidas por instituições públicas ou privadas, com a alegação de proteger o patrimônio cultural e ir contra a exacerbação do consumo de produtos industrializados (BARROSO, 1999).

Neste cenário, instituições, empresas e projetos vêm adotando uma postura diferenciada dentro de uma perspectiva sustentável. Surgem então ações do designer que estabelecem metodologias projetuais diferenciadas, de acordo com a necessidade de cada artesanato e localidade. Diante disso, abordou-se organizações que utilizam o design como um diferencial na produção; seguem os casos: Fundação Centro de Análise, Pesquisa e

Inovação Tecnológica - FUCAPI, a Agência de Apoio ao Empreendedor e Pequeno Empresário - SEBRAE e a Natura S.A.

1.5.1 FUCAPI: Projetos de sustentabilidade

A primeira organização a ser explanada e que utiliza a gestão do design é a Fundação Centro de Análise, Pesquisa e Inovação Tecnológica (FUCAPI). Instituída em 1982, com a finalidade de desenvolver pesquisa e serviços tecnológicos e incrementar a competitividade de empresas e organizações na região amazônica. Neste sentido, em 1987 adicionou em sua estrutura organizacional o primeiro Núcleo de Design na Amazônia. A partir de então se dedicou em assumir propostas para o desenvolvimento tecnológico e financeiro, utilizando serviços técnicos e especializados e, assim, investir na capacitação do homem. A ideia é buscar ações que colaborem para diminuir a distância entre o conhecimento existente na Amazônia Ocidental e outros centros mais desenvolvidos do país. Na instituição, o Núcleo de *Design* e Meio Ambiente - NDEMA está inserido no Centro de Desenvolvimento Regional - CDER, juntamente com o Núcleo de Tecnologias Sustentáveis – NTECS, que trabalha com os seguintes desempenhos: saneamento ambiental, sistema de gerenciamento ambiental, licenciamento ambiental, engenharia ambiental, implantação de sistemas sustentáveis, cursos e treinamentos; já o primeiro núcleo oferece serviços como: projeto em *design* de produtos e de interiores, projeto em *design* gráfico e de embalagem e projetos de *design* em P&D (FUCAPI, 2011).

Em novembro de 1999, a FUCAPI deu início ao Projeto Design Tropical da Amazônia. Para tanto contou, inicialmente, com a entidade executora Superintendência da Zona Franca de Manaus - SUFRAMA, além do auxílio de parceiros importantes, como Banco da Amazônia, Embaixada da Itália e a Universidade Federal do Amazonas - UFAM. Atualmente o projeto funciona no Núcleo de Design e Meio Ambiente, que trabalha com o desenvolvimento e a produção de artefatos elaborados com identidade regional, baseados na cultura e na estética amazônica. Entre os produtos destacam: artefatos decorativos em diferentes dimensões, como móveis para decoração de ambientes, **Figura 05**, mesas, cadeiras, armários e bancadas, além de produtos pequenos, **Figura 06**, porta-cartão, fruteira, vasos, luminárias e outros.



Figura 05: Móveis para a decoração de ambientes - Design Tropical.
Fonte: FUCAPI, Manaus , 2010



Figura 06: Móveis para a decoração de ambientes - Design Tropical.
Fonte: FUCAPI, Manaus, 2005 e 2010

Dentre as atividades desenvolvidas pelo Núcleo de *Design* e Meio Ambiente – NDEMA, classifica-se: Design de Interiores; Design Gráfico; Projetos de P&D na área de design. Neste contexto, surge o Projeto Design Tropical da Amazônia que já estendeu sua atuação às comunidades residentes nos municípios amazonenses de Manaus, Paricatuba, Novo Airão, Barcelos, Santa Isabel do Rio Negro, São Gabriel da Cachoeira, Itacoatiara, Maués e Parintins, capacitando mais de 200 pessoas, formando uma cultura inovadora e empreendedora auto-sustentada, capaz de inserir seus produtos no mercado nacional e internacional, promovendo a sustentabilidade ambiental.

Entre tantas atividades desenvolvidas na FUCAPI, outro projeto que merece destaque em Pesquisa e Desenvolvimento - P&D é o Projeto APROREM. O projeto tem como objetivo a caracterização dos resíduos madeireiros e o desenvolvimento de tecnologias para seu aproveitamento. A intervenção do *design* ocorre na utilização de ferramentas estratégicas para o desenvolvimento de produtos alternativos (**Fig.04**) para classes moveleiras dos municípios



do interior do Estado do Amazonas, Itacoatiara e Maués.

Figura 07: Produtos do Projeto APROREM.
Fonte: FUCAPI, Maués, 2009.

Na concretização do projeto participaram em conjunto com a FUCAPI, o Instituto Nacional de Pesquisa da Amazônia – INPA e Universidade Estadual do Amazonas – UEA, além do financiamento da FINEP. Essas instituições, em parcerias, trabalham para o desenvolvimento sustentável, econômico e cultural da região. Com a grande geração de

resíduos por parte das indústrias madeireiras locais, houve a necessidade de se produzir alternativas (artefatos), que utilizassem de forma racional os recursos naturais da região, agregando valor econômico a esses produtos. Outro ponto importante para que o projeto tenha resultados positivos foi à implementação de um Núcleo de Design Tropical Amazônico, para apoiar o desenvolvimento regional, geração de ocupação e aporte de renda para as populações tradicionais do Amazonas em uma cidade do interior do Estado.

Como resultado de tal metodologia obteve-se o ensinamento técnico de criação e fabricação de produtos para as Associações ASMOVITA (Associação Moveleira de Itacoatiara) e AFAM (Associação de Artefatos de Madeira de Maués), com treinamentos, acompanhamento da produção e implantação de metodologia de desenvolvimento de novos produtos. Tal processo é importante para gerar maior valorização aos produtos, solucionando problemas do aproveitamento de resíduos com soluções estéticas e funcionais das peças, além de integrar experiências de designers e artesãos marceneiros a gerar estratégias, assim como mobilizar e promover mudanças no que diz ao desenvolvimento regional sustentável. (Mouco *et. al.*, 2000, p.6)

O processo de intervenção procede da seguinte forma: determina-se o local, normalmente são os interessados que procuram a instituição. Diante do problema os *designers* vão conhecer o local para determinar os pontos a serem trabalhados. Com a realização de reuniões, visitas aos locais de trabalho e ao entorno, é possível conhecer a comunidade, realizar o levantamento e pensar nas ações de intervenção. A transferência de tecnologia deu-se por meio de treinamento aos artesãos escolhidos, processo esse que ocorreu em duas etapas, sendo:

1º treinamento para os artesões multiplicadores: foram selecionado três de Itacoatiara e três de Maués, por apresentarem experiência, conhecimento e técnicas já adquiridas, para serem treinados na marcenaria da Fucapi em Manaus.

2º treinamento para artesões *trainers*: nesta fase foram escolhidos sete artesões de Itacoatiara e sete de Maués por apresentarem experiência com marcenaria, para receberem treinamento da equipe técnica da Fucapi no próprio município, com o auxílio dos artesões treinados na Fucapi de Manaus e que se tornaram multiplicadores. (Mouco *et. al.*, 2006, p.2)

Torna-se importante destacar que os projetos e os produtos (artefatos) gerados pela instituição, são consequência de pesquisas bibliográficas e de campo e que, neste processo, a utilização do *design* tornou-se imprescindível como ferramenta estratégica na criação de produtos inovadores e de alto valor agregado, com a utilização de resíduos de matérias-primas regionais, como madeira residual, fibras e mão de obra local.

1.5.2 Agência de Apoio ao Empreendedor e Pequeno Empresário – SEBRAE

Em 1972 surgiu o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, uma entidade privada sem fins lucrativos, com o intuito de estimular o empreendedorismo e o desenvolvimento do Brasil. A instituição tem como missão promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte, incentivando a abertura e a expansão dos pequenos negócios que geram emprego e renda pela via do empreendedorismo, transformando a vida de milhões de pessoas.

O SEBRAE opera, ainda, na aceleração do processo de formalização da economia de organizações de micro e pequeno porte, por meio de parcerias com o setor público e privado, programas de capacitação técnica, acesso aos serviços financeiros e à inovação, estímulo ao associativismo, realização de feiras e rodadas de negócios.

Em 2006, a aprovação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa consolidou, em um único documento, o conjunto de estímulos que deve prevalecer para o segmento nas esferas federal, estadual e municipal da administração pública, inclusive na área tributária.

Um dos dispositivos da Lei Geral, o Simples Federal, já regulamentado, representou grande ganho para micro e pequenas empresas em termos de redução de burocracia, de carga tributária e de custos operacionais. Outro dispositivo, o de Compras Governamentais, beneficiou o segmento por representar um nicho de negócios fundamental ao aumento do faturamento e da competitividade dos pequenos negócios.

Essas ações reforçam o papel do SEBRAE como incentivador do empreendedorismo e revelam a importância da formalização para a economia brasileira. A atuação do órgão exemplifica, aos micro e pequenos empresários do País, às vantagens de se ter um negócio formal, apontando caminhos e soluções, com o objetivo de facilitar o acesso aos serviços financeiros, à tecnologia e ao mercado, sempre com foco na competitividade empresarial.

O SEBRAE atua, também, nas cadeias produtivas vocacionadas do Brasil; o artesanato tem elevado potencial de ocupação e geração de renda em todos os Estados, posicionando-se como um dos eixos estratégicos de valorização e desenvolvimento territorial.

Entre tantos trabalhos desenvolvidos pelo SEBRAE, destaca-se o ‘Projeto piaçaba da cidadania do território do Alto Rio Negro/AM’. A atividade tem como objetivo promover o fortalecimento dos pequenos negócios sustentáveis em extração da piaçaba e peixe ornamental. O público alvo foram os extrativistas envolvidos na produção e beneficiamento da piaçaba e extrativistas de peixe ornamental, nos municípios: Barcelos, Santa Isabel do Rio Negro e São Gabriel da Cachoeira (ver **Figura 08**).



Figura 08: Oficina realizada com a comunidade em Santa Isabel do Rio Negro.
Fonte: SEBRAE – Milene, Santa Isabel do Rio Negro, 2010.

A piaçaba¹⁷, nome científico *Attalea funifera*, é uma palmeira nativa de fibra dura e flexível. Localizada em algumas regiões do Brasil, esse recurso natural pode ser utilizado na confecção de vassouras, escovas e artesanato. Dentre suas espécies, na Bahia localiza-se a piaçaba caracterizada por suas fibras menos rígidas; já na Amazônia existe uma família com características opostas, onde as fibras são mais maleáveis. A extração da piaçaba é uma tradição familiar, que ocorre há várias gerações.

Produtora de fibra longa, resistente, rígida, lisa, de textura impermeável e de alta flexibilidade, essa palmeira se desenvolve bem em solos de baixa fertilidade e com características físicas inadequadas para a exploração econômica de muitos cultivos. A necessidade de poucos recursos financeiros para o plantio, a manutenção e exploração, tornam a piaçabeira uma opção de extrativismo atraente, pelos reduzidos riscos e altos rendimentos que proporciona ao investidor. (GOES, 2010)

O projeto implantado pelo SEBRAE tem como focos estratégicos: Gestão e Desenvolvimento da Governança e da Cooperação; Melhoria da Gestão Ambiental quanto aos impactos ambientais resultantes da atividade; Melhoria dos Processos de Produção e dos

¹⁷ O termo é de origem da língua tupi, significa 'planta fibrosa'.

Produtos, para inserção em novos mercados; ampliar o acesso aos mercados, consolidando à participação no mercado local e abrindo novos canais de comercialização; promoção do acesso a inovação tecnológica. Em suas ações pode contar com a assessoria de profissionais de diferentes áreas do conhecimento e o design esteve presente nesse processo. Em conjunto com a comunidade e artesãos, o designer instigou um trabalho participativo, onde nas oficinas levantou-se informações sobre o desenvolvimento (recursos naturais, técnicas, ferramentas e etc.) das peças de decoração de piaçaba.

Milene Lopes, analista da Unidade de Desenvolvimento Territorial SEBRAE Manaus, declara que existiram algumas dificuldades para a realização do trabalho, mas algumas já esperadas, como é o caso da distância onde estão localizados os piaçabais, situados longe da sede do município, o que faz com que os extratores permaneçam muito tempo ausentes. No que diz respeito ao projeto, isso se configura como um ponto negativo diante da realização das capacitações, sensibilização, ou seja, da participação dos membros e ainda dificuldade para aplicação de pesquisas de monitoramento e avaliação de resultados. Mesmo assim, isso não impediu que o trabalho fosse realizado e, ainda em andamento, já é possível visualizar resultados bastante significativos como os produtos (**ver Figura 09**).



Figura 09: Modelos de arranjo de piçava.

Fonte: SEBRAE – Milene, Santa Isabel do Rio Negro, 2010

1.5.3 Caso Natura Cosméticos S.A.

A indústria Natura Cosméticos S.A. é de origem brasileira e foi fundada em 1969 por Antônio Luiz Seabra, na cidade de São Paulo. No início era apenas um laboratório, mas já no ano seguinte, em 1970 abriram a sua primeira loja. Atua como a maior fabricante de cosméticos, fragrâncias e higiene pessoal do país, além de liderar no setor da venda direta, em 2009 ao completar 40 anos. Atinge um milhão de vendedores e na era das tecnologias da informação e comunicação desenvolve o *Natura Conecta*, uma comunidade virtual com a finalidade de aproximar a empresa cada vez mais do público.

Atualmente a Natura tem sede em Cajamar, São Paulo, assim como escritórios em cinco regiões do Brasil e nos seguintes países: França, Argentina, Chile, Colômbia, Peru e México. Utilizando distribuidores locais atuam ainda: na Bolívia, na Guatemala, em Honduras e em El Salvador. A empresa possui aproximadamente 6.200 mil colaboradores. No que consiste ao fator econômico, em 2009 se registrou receita bruta de R\$ 5,4 bilhões, um crescimento de 19,3% em relação ao ano anterior, já a receita líquida alcançou R\$ 4,2 bilhões, crescimento de 18,6% em relação a 2008, com evolução nas operações internacionais e no Brasil. Esse crescimento ocorre pela constante busca da empresa pelo aperfeiçoamento e desenvolvimento que proporcionem resultados integrados nas dimensões econômica, social e ambiental.

A Natura, por seu comportamento empresarial, pela qualidade das relações que estabelece e por seus produtos e serviços, será uma marca de expressão mundial, identificada com a comunidade das pessoas que se comprometem com a construção de um mundo melhor através da melhor relação consigo mesmas, com o outro, com a natureza da qual fazem parte, com o todo. (NATURA, 2009)

Neste contexto é possível constatar que a partir da década de 90 a Natura construiu uma filosofia socioambiental onde estabeleceu conceitos como: suas crenças, valores, visão, missão e o relacionamento da corporação com os diferentes públicos, estratégias para aumentar a credibilidade da marca (**quadro 01**). Mas foi a partir de 2000, que se evidenciou a criação e implementação de projetos sustentáveis.

1990	Natura publica sua Razão de Ser (compromisso com o bem-estar/estar bem) e suas Crenças: a importância das relações, o compromisso com a verdade, o aperfeiçoamento contínuo, o estímulo à diversidade, a valorização da beleza sem estereótipos e a empresa como promotora do enriquecimento social.
1992	Criado o Natura Escola: primeiro projeto social da empresa, desenvolvido em parceria com a Escola Estadual Matilde Maria Cremm, de Itapeverica da Serra (SP).
1993	Lançamento da linha Mamãe e Bebê, com a proposta de valor de contribuir para o fortalecimento do vínculo entre pais e filhos.
1995	É criado o Programa Crer para Ver, com o objetivo de contribuir para a melhoria do ensino público no Brasil.
1998	Por meio de análises de impacto ambiental de todos os seus processos, a Natura passa a realizar regularmente o controle e monitoramento ambiental de suas atividades; É criado o Conselho de Administração da Natura.
2000	Lançamento da linha Natura Ekos, com o uso sustentável de ativos da biodiversidade brasileira; A Natura dá início ao Programa Certificação de Ativos.
2001	É inaugurado o Espaço Natura em Cajamar (SP), que abriga fábricas, armazenagem, logística e atividades administrativas em uma construção que atende aos mais avançados requisitos ambientais.
2004	A empresa conquista a certificação ambiental ISSO14001.
	É inaugurada a Casa Natura em Paris (França); Entra em funcionamento a

2005	operação do México; A Natura obtém certificação NBR ISO9001; A empresa vegetaliza a linha de sabonetes; É lançado o Movimento Natura.
2006	Abertura da primeira Casa Natura do Brasil, em Campinas (SP); Fim dos testes em animais em todas as práticas de pesquisa da empresa; Firmado o primeiro acordo de repartição de benefícios por acesso ao conhecimento tradicional.
2007	É lançado o Programa Carbono Neutro. A Natura compromete-se a reduzir ao longo de cinco anos suas emissões de Gases do Efeito Estufa em 33% e a neutralizar por completo as emissões que não podem ser evitadas; É aberta a primeira fábrica Natura fora de São Paulo, com a inauguração da Unidade Industrial Benevides, no Pará; Têm início as operações da Colômbia; Todos os produtos Natura passam a divulgar uma tabela ambiental.

Quadro 01: Ações da Natura ligadas ao setor social e ambiental.

Fonte: Relatório anual da Natura 2009.

O consumidor assumiu um comportamento díspar em relação ao processo de produção de uma empresa, apesar da sua constante busca capitalista em alcançar resultados financeiros, posicionamento no mercado e um diferencial competitivo, o público passou a tomar decisões de consumo exigindo das indústrias uma postura estratégica quanto aos critérios sociais e ambientais. Por isso, a Natura criou alternativas que atendessem às necessidades do consumidor, os desejos e os interesses, de tal modo a satisfazer o público de forma mais eficiente que a concorrência. Nesta perspectiva ela adota o marketing ambiental, também conhecido como ecológico ou verde.

O Marketing Verde tem o objetivo de promover meios que sustentem as estratégias das empresas em relação às atitudes que estas praticam na diferenciação entre outros concorrentes, é também objeto que agrega valor aos produtos e/ou serviços que tal empresa oferece ao mercado consumidor. Essa prática inovadora permite a empresa mostrar para seus clientes, fornecedores, consumidores, sociedade, funcionários e outros, todo um conjunto de processos que visam a responsabilidade social e ambiental, através de políticas de ações e projetos sociais e a sustentação do equilíbrio ambiental, bem como as políticas ambientais de controle e preservação do meio ambiente. (RAGASSI & SCARPINELLI, 2003).

A Natura diante dessas ações pratica o marketing ambiental com sustentação em uma gestão ambientalmente responsável; surge então à linha Natura *Ekos*. Segundo Dinato (2006, p. 77) o nome *Ekos* se inspira no grego *oikos*, “a nossa casa”, e no tupi-guarani, em que *eko* significa vida. O termo também evoca o latim, em que *echo* é tudo o que “tudo que tem ressonância, reverbera”, logo, será ouvido. Dentro deste quadro para a linha, foi criado segundo Ribas & Smith, (2011, p.5)

Um Programa de Certificação de Fornecedores de Produtos Florestais para as áreas e reservas com as quais se relaciona, visando garantir que os recursos da flora brasileira sejam extraídos de forma social e ambientalmente correta. Em síntese, o

programa é composto por seis etapas: auditoria do local de origem dos ativos, elaboração de um plano de manejo, avaliação do impacto ambiental e social, implantação do plano de manejo, obtenção do certificado e monitoramento periódico.

A empresa desenvolve produtos que unem a tradição popular ao uso sustentável de ativos da biodiversidade brasileira, com o objetivo de instigar a reflexão, no consumidor, de que o ser humano é parte de uma natureza e do quanto é responsável por tudo aquilo que está ao seu entorno. Atualmente, utiliza extratos vegetais, óleos essenciais, cores da terra, texturas e fragrâncias da natureza, para o desenvolvimento de seus produtos, tudo isso pensando em proporcionar prazer e bem-estar ao consumidor. Neste contexto de desenvolvimento sustentável, a Natura trabalha para manter uma boa relação com as comunidades fornecedoras de insumos e do conhecimento tradicional, pensando em conservar os recursos naturais e a tradição. Os principais insumos naturais utilizados são: cupuaçu, breu-branco, priprioca, murumuru, café verde, guaraná, camomila, castanha do Pará, buriti, mate verde, maracujá, pitanga, urucum e pariparoba. (NATURA, 2009)

Encerramos 2009 com relacionamentos estabelecidos com 26 comunidades fornecedoras. O processo envolve, ao todo, 2.084 famílias, distribuídas nas regiões Norte, Nordeste, Sudeste e Sul do Brasil, e também no Equador. Esse conjunto de comunidades é caracterizado pela diversidade cultural e socioeconômica. Situadas em regiões com ecossistemas diversos, elas apresentam formas diferentes de organização social e institucional. Integram esse público desde uma comunidade extrativista do Norte do país, que reúne aproximadamente 400 famílias, até um pequeno grupo, compostos por cinco famílias de agricultores na região do Vale do Ribeira, no interior de São Paulo (NATURA, 2009)

De acordo com Dinato (2006, p. 76), os produtos da linha Natura *Ekos* foram lançados em 2000 e surgiu da necessidade da empresa integrar a sua marca a biodiversidade brasileira, trabalhando dentro de sua política, valores e princípios. Exemplo disso são os produtos biodegradáveis, que se decompõem na natureza em até 28 dias. A Natura também possui embalagens recicláveis, frascos em resinas com uma porcentagem de material reciclado e a alternativa de refis para todos os seus produtos.

No que diz respeito à programação visual dos produtos a comunicação com os consumidores, há um grande investimento na identidade visual pela organização, (**ver Figura 10**). Entre eles pode-se destacar: embalagens (primárias, secundárias e de transporte manual) e material promocional (folders, catálogos, bolsas, camisas, caneca).



Figura 10: Natura Ekos Safra Açaí 2010.
Fonte: <http://www.pautacom.com.br/?p=568>, 2010

Mesmo diante de políticas de transparência de suas ações, exemplo disso foi à adoção dos relatórios anuais e de aparente preocupação ao abraçar uma filosofia socioambiental, a empresa Natura Cosméticos S.A., responde a um processo movido pelo Ministério Público Federal do Acre, move desde 2007 por biopirataria. De acordo com a acusação, a empresa aproveitou-se de forma ilegal dos conhecimentos da etnia indígena Ashaninka sobre o murumuru, fruto de uma palmeira amazônica. Do patrimônio genético é extraído um óleo que é utilizado na produção de uma linha de produtos para os cabelos.

Segundo Machado (2011), a ação do MPF contra a exploração indevida de conhecimento tradicional Ashaninka, começou em agosto de 2007. Ela também envolve o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), a Chemyunion Química Ltda., e o empresário Fábio Dias Fernandes, proprietário da empresa Tawaya, de Cruzeiro do Sul (AC), fabricante de sabonete de murumuru. De acordo com a legislação brasileira:

Dos Bens e Renda do Patrimônio Indígena Art. 45. A exploração das riquezas do subsolo nas áreas pertencentes aos índios, ou do domínio da União, mas na posse de comunidades indígenas, far-se-á nos termos da legislação vigente, observado o disposto nesta Lei.

§ 1º O Ministério do Interior, através do órgão competente de assistência aos índios, representará os interesses da União, como proprietária do solo, mas a participação no resultado da exploração, as indenizações e a renda devida pela ocupação do terreno, reverterão em benefício dos índios e constituirão fontes de renda indígena (BRASIL, 2011)

Diante disso, entende-se que as comunidades indígenas de alguma maneira precisam ser remuneradas no que diz respeito à exploração econômica do seu conhecimento tradicional. Neste contexto, de acordo com a Procuradoria, os dados sobre as propriedades do murumuru foram transmitidas à empresa por um pesquisador, que teve contato com os Ashaninkas na década de 1990. Por isso, que no processo utilizam o termo "uso indireto" do conhecimento tradicional indígena. Já a Natura afirma que por meio de estudos científicos, conheceu às propriedades do murumuru, que trabalha utilizando o recurso natural, mas que não deixa de compensar as comunidades da localidade.

Por fim, diante de empresas e instituições que promovem ações socioambientais com o objetivo de desenvolvimento local e não apenas da promoção a partir de um marketing verde, ocorrem relatos sobre problemas nas comunidades, seja pela extensa área amazônica, pela falta de políticas públicas direcionada, quanto pela resistência por parte dos patronatos e dos próprios povos tradicionais. O ideal é persistir, cabe ao designer sustentável tentar solucionar os pontos negativos da melhor forma possível, para que haja a ascensão dos produtos regionais, resultado do patrimônio material e imaterial local da população local.

1.6 Parâmetros do design sustentável: intervenção no artesanato

Observa-se que nos últimos anos vários fatores incentivaram o desenvolvimento da produção artesanal, seja pela valorização por parte da sociedade que assumiu uma postura mais exigente por conta dos problemas ambientais, ou devido a fatores psicológicos que influenciaram o consumidor na compra de um produto diferenciado, cheio de ritos e simbolismos. Surgiram instituições com interesse em investir em moldes sustentáveis e proporcionar a ideia da marca verde para os pequenos produtos. Sendo assim, processos projetuais do artesanato foram otimizados com a interferência de designers, na tentativa de conquistar o mercado local, nacional e mundial.

Segundo Botelho (2005, p.29), para que a intervenção do design com o artesanato seja significativa, torna-se necessário trabalhar duas vertentes essenciais: o produto e o processo de produção artesanal. Neste contexto, torna-se necessária a busca de ações para melhorar a qualidade dos produtos, assim como organizar o ambiente de trabalho visando tornar mais eficiente os processos realizados.

Tomando como base algumas orientações contidas no termo de referência do PSA (2004), foram elaboradas algumas recomendações que devem ser considerada em intervenções na produção artesanal.

Otimização da matéria-prima:

- Manejo Ambiental sustentável da matéria-prima, e em caso de escassez, orienta-se a substituição por outra mais abundante.
- Estoque adequado.
- Beneficiamento com o mínimo de perdas.
- Reaproveitamento de refugo.
- Melhoria das ferramentas.
- Uso de ferramentas adequadas a cada processo.
- Concepção de novas ferramentas e adaptação de ferramentas existentes.
- Orientação de manutenção preventiva de ferramentas, para que uma ferramenta já desgastada não comprometa a qualidade do produto.

Otimização de Processos:

- Definir um fluxo de produção eficiente, em que se minimizem os “gargalos”.
- Definir um ritmo de produção, respeitando sempre o ritmo de vida dos artesãos.
- As limitações técnicas da produção devem ser levadas em consideração quando se projeta um produto artesanal.

Melhoria do Ambiente de Trabalho:

- Implantação dos 5's¹⁸ (utilização, ordenação, limpeza, saúde, autodisciplina). Com a aplicação desses “S”, o artesão estará vivendo em um ambiente mais agradável e, por consequência, a relação de convivência com seu grupo de trabalho será mais equilibrada e tranquila.
- Definir um layout baseado no fluxo de produção.
- Uma iluminação adequada melhora o ambiente de trabalho e interface na qualidade do produto (BOTELHO 2005, p. 29).

Direcionando o foco ao desenvolvimento do artefato, o design pode intervir em vários aspectos: técnicos, ergonômicos, repensar um *redesign*¹⁹, embalagem entre outros, o papel do design é propor uma revitalização do produto.

A tarefa de conceber e desenvolver um novo produto, ou atualizar um produto existente de acordo com as expectativas do mercado e respeitando-se as condições da produção, é uma atividade altamente complexa que requer a colaboração de profissionais experientes (como designers, engenheiros de produção, arquitetos, antropólogos, entre outros) e para isto não basta ter talento e capacidade criativa. É necessária, acima de tudo, uma atitude de respeito à cultura do artesão.

Criar novas linhas de produtos, com uma estética mais despojada e depurada, dirigida ao mercado consumidor de maior poder aquisitivo, pode ser, em algumas situações, uma alternativa para valorizar os produtos e aumentar sua produção, porém sem perder de vista a iconografia, o simbólico e o estético que caracterizam sua cultura de origem.

Novos produtos podem significar o aumento da demanda desde que venham ao encontro das necessidades e expectativas dos consumidores, e isto se consegue com a proposição de peças que conformem uma coleção.

A embalagem é um componente muito importante do produto. Além de contribuir para a diminuição das perdas dos produtos primários, assegurando sua preservação e longevidade, funciona como elemento de atração e estímulo ao consumidor.

A relação entre o produto e sua embalagem é tão estreita que obriga que o planejamento em relação a ambos seja realizado de forma conjunta, considerando aspectos mercadológicos e de custo. SEBRAE (2010, p. 32)

¹⁸ A expressão 5S é uma ferramenta de gestão com o objetivo de conscientizar todos da organização a agregar valor e qualidade ao ambiente de trabalho. Ocorre por meio do planejamento sistemático, ordem, limpeza, o bem estar das pessoas, segurança, motivação dos funcionários, proporcionando, assim condições para uma maior produtividade.

¹⁹ *Redesign* é o termo que designa o reprojeto do produto, um novo design. Uma ação que busca a renovação e funciona como uma estratégia de marketing para melhor posicionar o produto no mercado.

Para Fachone (2010, p. 460), o designer ao intervir no artesanato deve se preocupar em intervir sem descaracterizar, valorizando e fortalecendo as tradições regionais, a destreza dos artesãos e as relações existentes nos grupos de artesãos.

Nesta relação do designer e o desenvolvimento de projetos com o objetivo de valorizar o produto de cada região, Krucken (2009, p. 98) afirma que dentro de uma perspectiva sustentável é necessário propor ações que visem à promoção, assim como o estabelecimento de uma relação fiel e transparente entre produtores e o público que consome. Segue tabela com ações que são propostas pelo autor:

RECONHECER as qualidades do produto e território	Reconhecimento dos principais elementos que fazem parte de um território, sua história, economia, qualidades, produtos, assim como patrimônio material e imaterial.
ATIVAR as competências situadas no território	Envolvimento, investimento entre setores: empresarial, institucional e governamental.
COMUNICAR o produto e o território	Mostrar e informar ao consumidor a cultura e o conhecimento tradicional, caracterizados nos produtos, objetivando assim a perpetuação dessas tradições locais.
PROTEGER identidade local patrimonial material e imaterial.	Promover atividades comerciais buscando fortalecer de forma clara a imagem do território.
APOIAR a produção local	O designer contribui com a implementação de produtos que combinam novas tecnologias com a tradição local, valorizando o saber-fazer tradicional.
PROMOVER sistemas de produção e de consumo sustentável	Os governantes e produtores devem ser os principais atores a trabalhar a conscientização sobre a utilização sustentável dos recursos naturais. Como apoio deve utilizar políticas públicas, programas de educação ambiental e estudos de instituições de pesquisa e ensino. São ferramentas de auxílio ao designer na tentativa de posicionar o produto e despertar no consumidor uma consciência mais ativa dentro dos aspectos da sustentabilidade.
DESENVOLVER novos produtos e serviços que respeitem a vocação e valorizem o território.	Reconhecer o que o território tem a oferecer quanto a produtos e serviços, fundamentado no nos seus recursos e conhecimento locais.
CONSOLIDAR redes e território.	Torna-se indispensável criar uma conexão em redes (infraestrutura, atores políticos da comunidade, órgãos financiadores de produção e pesquisa), para integrar e promover o desenvolvimento do produto e território.

Tabela 02: Ações do design para valorizar e promover os produtos de um território.

Fonte: Livro “Design e Território: Valorização de Identidades e Produtos Locais - Lia Krucken.

Para Pereira (2004, p. 28) no design com intervenção no artesanato, a ênfase está no artesanato; deve ocorrer uma relação bilateral e a troca de conhecimentos é à base da ação.

Neste momento a função do designer não é mais o de simplesmente projetar, mas de fornecer ao artesão ferramentas que permitam a melhor colocação do seu artefato no mercado.

CAPÍTULO II – FORMAS DE EXTRAÇÃO E USO DA MATÉRIA-PRIMA UTILIZADA NA CONFEÇÃO DOS PRODUTOS ARTESANAIS

O objetivo deste capítulo é realizar uma pesquisa meticulosa sobre a Associação Viva Verde da Amazônia, conhecer e contextualizar o trabalho desenvolvido pelas mulheres de Silves, demonstrar e mapear as comunidades e localidades que são áreas em potencial para a extração dos recursos naturais utilizados nos produtos da associação e cooperativa. Por fim, identificar e caracterizar as espécies da biodiversidade que podem ser empregadas para o desenvolvimento dos produtos naturais utilizadas pelas AVIVE.

2.1 Conhecendo a Associação Viva Verde da Amazônia – AVIVE

2.1.1 Área de Estudo

No que concerne ao campo de estudo desta pesquisa é o município de Silves (**Figura 06**), localizado no médio Amazonas, a 283 km em linha reta da cidade de Manaus, em um território de 3.749 Km². Segundo o IBGE, a localidade possui cerca 8.200 habitantes, dos quais 3.211 são mulheres que vivem na zona rural e urbana. Com mais de 18m acima do nível do mar, o clima do município é quente e úmido, com temperatura média variando entre 23°C a 36°C. São limites da localidade os municípios de Itapiranga, Urucurituba e Itacoatiara. A cidade de Silves encontra-se em uma ilha que possui abundância de peixes e rica diversidade aquática, o que torna as comunidades dependentes deste recurso. A ilha é banhada pelos lagos Saracá e Canaçari. Esses lagos são formados pela confluência do afluente do rio Amazonas, que é o rio Urubu e os seus afluentes, que são rio Sanabani, Itapani, Sanabani e Murucutu, além dos Igarapés Açu e Igarapé Ponta Grossa. Essa relevante bacia hidrográfica é referência para a classificação da população tradicional da região que são conhecidos como ribeirinhos.

De acordo com Ribeiro (1991, p.17), essa região é considerada um dos povoados mais antigos do estado do Amazonas e, possivelmente, o primeiro núcleo europeu criado no Estado. Em 1663 já havia uma ilha onde se localizava a Missão de Índios denominada Aldeia de Sacará, formada pela presença de três povos indígenas: Bararurus, Caboquenas e Guanavenas. Apesar de terem sido extintos, esses povos estão presentes no que diz respeito aos traços físicos, hábitos e sabedorias culturais da população local.

Em relação à economia local, o setor primário dá destaque à pecuária. Por conseguinte, pode-se citar as atividades de pesca extrativista, avicultura de bases domésticas e

extrativismo vegetal. A região é de várzeas e igapós e segundo Ribeiro (1991, p.29), quando ocorre a baixa das águas as terras de várzea aparecem, revelando a riqueza de nutrientes do solo, fenômeno que se dá devido aos detritos de plantas. Os ribeirinhos são capazes de produzir em seis meses o mesmo que seria produzido em um ano em outras terras. A agricultura é de subsistência e itinerante. É praticada por agricultores familiares, sendo cultivadas culturas temporárias como: mandioca, abacaxi, arroz, cana de açúcar, feijão, juta, milho e melancia.

De acordo com Schmal (2008, p. 4) o desenvolvimento da atividade de plantio na região consiste num primeiro momento em preparar o terreno, derrubando e queimando a floresta primária e vegetação secundária. De acordo com a prática tradicional do caboclo ribeirinho, ao término de três anos a área de cultivo é abandonada, para que ocorra a recuperação do solo, método realizado desde a colonização. Hoje, a agricultura não respeita o processo de recuperação do solo de maneira que se possam replantar as culturas novamente. Alguns episódios mostram que a área de roçado ao invés de entrar em repouso para que a vegetação regenere e o solo possa ser utilizado novamente para a agricultura, está sendo gradativamente ocupada por pastagens ou infestada por plantas consideradas invasoras. Essa concorrência implica no aumento das queimadas para a extensão das áreas de pastagens e agricultura, mesmo sendo poucas as experiências com pasto rotativo, consórcio de plantas e sistemas agroflorestais.

Com relação à exploração de produtos florestais, a madeira é o produto que mais se destacou entre os anos de 1920 e 1980, como podemos ver na afirmação de Schmal (2008, p. 4):

Entre 1920 e 1980 duas empresas (uma inglesa e outra brasileira) exploravam o Pau rosa (*Aniba roseadora* Ducke), para destilar da madeira o óleo essencial que até hoje é um insumo importante para as indústrias de cosméticos e perfumes (ex. perfume Chanel Nº 5. Apesar de gerar emprego e renda para a população local durante este período, a coleta destrutiva da madeira tornou a espécie quase extinta no município.

Mesmo assim, até hoje a madeira é o centro de conflitos devido à disputa por esse recurso entre a população e empresas clandestinas que ali se fixaram. Outros produtos que também foram identificados com valor significativo foram a castanha-da-amazônia, o látex coagulado, cupuaçu e o cacau.

Mais um setor que vem se destacando é o ecoturismo, que além de proporcionar uma grande fonte econômica, vem recebendo um intenso investimento desde instalação, em 1980, da Pousada dos Guanavenas e em 1994, da Pousada Ecológica Aldeia dos Lagos.

2.1.2 Associação Viva Verde Da Amazônia – AVIVE

Na cidade de Silves-AM foi fundada, em 1999, a Associação Vida Verde da Amazônia - AVIVE, entidade não governamental sem fins lucrativos, que surgiu quando as mulheres (ver **Figura 14**) da região participaram de um curso sobre plantas medicinais. Após esse evento constataram que o conhecimento sobre a medicina da floresta estava sendo esquecido no decorrer do tempo. Por isso, essas mulheres multifacetárias caboclas ribeirinhas, donas de casa, mães, parteiras, benzedadeiras, professoras, curandeiras, atrizes sociais passaram a trabalhar no fortalecimento dos seus conhecimentos tradicionais e no resgate cultural sobre a medicina regional. A atividade proporciona uma alternativa econômica para elas e outras pessoas de comunidades silvenses no desenvolvimento de produtos naturais.



Figura 11: Associadas, administradoras e artesãs, na frente ao prédio da Avive.
Fonte: Avive, Silves, 2009.

A Associação possui 43 sócias, uma coordenação executiva onde três mulheres são representantes legais da entidade, além de uma administração realizada por uma Assembléia Geral, que nomeia um Conselho Deliberativo de sete mulheres. Em 2000, a AVIVE deu um grande salto ao firmar parceria com o Fundo Mundial para o Meio Ambiente - WWF/Brasil. Nesse momento fomentaram o “Projeto Comunitário de Produção Sustentável de Óleos

Essenciais e produtos afins no Município de Silves-AM”, e esse plano ajudou na organização de cursos para capacitação e no desenvolvimento do primeiro lote de produtos.

A legislação brasileira não permite que associações sem fins lucrativos comercializem produtos. Por isso, em 2003 a AVIVE fundou a cooperativa COPRONAT, almejando a divisão de lucros com as cooperadas e cooperados, uma cooperativa mista. Para tanto, implementaram um Plano de Negócios e um Estudo de Viabilidade com o intuito de produzir e comercializar os produtos, tais como óleos vegetais e velas aromáticas, sabonetes, incensos, repelentes e artesanato. Desde a sua criação, a AVIVE contou com a parceria e apoio técnico-financeiro de instituições públicas e privadas como: WWF-Brasil, DFID, GTZ, MMA, KfW, PNUD, ICCO, ICEI, IUCN-SUR, Precious Woods Amazon, SEBRAE/AM, ASPAC, INPA, UFAM UEA, IBAMA e Banco Mundial, proporcionando a AVIVE o fortalecimento das suas ações e o incentivo às atividades, conforme depoimento.

Em 2010 a estrutura administrativa da AVIVE passou por mudanças, via reformulação do estatuto, para ser uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), nos termos e para todos os efeitos da Lei nº 9.790, de 23 de março de 1999 e do Decreto nº 3.100, de 30 de junho de 1999, que será administrada pela Assembléia Geral, Diretoria e Conselho Fiscal.

AVIVE estuda ações que resultem na inclusão econômica e social das comunidades do município de Silves, segundo Schmal (2008, p.2), por meio de técnicas e métodos de manejo florestal comunitário de produtos não-madeireiro de espécies nativas, além da utilização de tecnologias de baixo impacto ambiental na produção. A associação procura promover atividades de educação ambiental, produção de mudas para o reflorestamento, capacitação dos comunitários e das comunidades, buscando organização na produção de produtos naturais, além da certificação, comercialização e o uso dos produtos, assim como sua relação com o consumidor. As mulheres de Silves vêm na AVIVE uma grande perspectiva em relação ao futuro conforme depoimentos:



Figura 12: Artesã da Avive - Maria da Conceição de Almeida
Fonte: Lilia Mendonça, Silves, 2011.

“Nossa perspectiva no futuro é a construção da nossa casa de produção, que será um benefício não só para mim e para os meus filhos, mas também para o povo de Silves, que ela traga vários empregos e a juventude que vive nas drogas e na marginalização que a gente possa trazer empregos para eles e melhorar a vida das outras pessoas e não só a nossa...” (Maria da Conceição de Almeida, artesã, moradora de Silves).



Figura 13: Artesã da Avive - Anete de Souza Canto.
Fonte: Lilia Mendonça, Silves, 2011.

“A associação já está na segunda geração e minha filha faz parte disso, penso no benefício para os meus irmãos caboclos da zona rural, assim como eu sou da zona rural, penso que possa ter mais projetos, principalmente na área de educação, saúde e bem estar das pessoas, ensinar como saber plantar e saber colher, como tirar uma matéria prima da floresta sem degradar, como usar uma árvore sem derrubar então é isso que a gente pensa no futuro e que gere renda para as famílias não só para a Avive, mas para algumas famílias das comunidades que trabalhamos. Todos lutam pela terra, pela mata, e a gente vê como está o planeta agora. Que a floresta continue em pé e que ela dê sustento para todos os Silvenses, assim como Amazonenses e Brasileiros...” (Anete de Souza Canto, artesã, moradora de Silves)

No que diz respeito em certificar os seus produtos, a AVIVE procurou a legalização ambiental das coletas e produções, com o intuito de atingir as exigências do mercado nacional e internacional. Esse caminho teve início com a solicitação da licença de operação, para a realização do plano de manejo de produtos florestais não-madeireiros, para a associação, coletores e parceiros. Esse requerimento foi realizado nos órgãos ambientais estaduais (IPAAM) e federais (IBAMA). Mas, de acordo com Schmal (2008, p.5) ficou esclarecido por parte do IBAMA, que a associação e as famílias que promovem as coletas não necessitam, provisoriamente, de plano de manejo conforme a Instrução Normativa IN do MMA n° 4 de 04.03.2002, onde diz no Capítulo III, artigo 56: “A exploração de Produtos não-madeireiros realizada por populações agro-extrativistas fica isenta da apresentação do Plano de Manejo até a expedição de normas específicas por parte do IBAMA”. O que ficou estabelecido que entre outras exigências se faz necessário o PAC (Plano de Anual de Coleta), assim como a comprovação da posse da terra por parte do moradores, já que a situação fundiária é um grande problema na região, tendo em vista que dependem de assessoria técnica específica e de vontade política do Governo do Estado.

Portanto, ficou instituído que a Associação não tem a obrigação de elaborar planos de manejo não-florestais das espécies utilizadas e apresentar aos órgãos ambientais responsáveis, mas como a mesma visa à certificação, o plano de manejo é obrigatório. No Brasil, a Instrução Normativa Conjunta IN 17/09 é bastante restrita, além de ser direcionada para os produtos e certificação orgânica, no que concerne, especialmente, aos plantios. Nessa procura em proporcionar um produto artesanal diferenciado, com valor agregado capaz de conquistar o público mais exigente, a AVIVE busca certificar os seus produtos, mesmo que tenha que atender as exigências de uma certificadora internacional.

[...] a AVIVE optou de forma voluntária em adotar os princípios, critérios e indicadores do Padrão Internacional para a Coleta Sustentável de Plantas Medicinais e Aromáticas em Áreas Silvestres (ISSC-MAP), como ferramenta para as práticas do manejo sustentável não-madeireiro em áreas de coleta no município de Silves-AM, visando no futuro obter a certificação internacional FairWild. O Padrão foi elaborado pelo Grupo de Especialistas em Plantas Medicinais – UICN/ BfN, WWF-Alemanha/ IMO/ FRLHT (SCHMAL 2009, p.8).

Outro importante fator é a associação promover padrões internos de qualidade, o que será possível a partir da obtenção do Alvará de Regularização Sanitária que certifica qualidades de higiene e do produto, documento expedido pela ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), órgão ligado diretamente ao Ministério da Saúde. A casa de produção da AVIVE ainda não está atendendo aos padrões estabelecidos pelo órgão regularizador, mas

a organização está construindo um prédio com patrocínio da Petrobras, para assim se adequar às necessidades da ANVISA.

2.1.3 Comunidades que desenvolvem atividades da AVIVE

No Município de Silves foram registradas 37 comunidades ribeirinhas; seu sustento vem da economia familiar e da agricultura de subsistência, são comunidades que vivem ao longo da rede hidrográfica da região (rios Amazonas, Urubú, Sanabani, Itapani e Lagos Saracá e Canaçari), um número pequeno de comunidades está situado na Estrada da Várzea.

Desse percentual, a Associação identificou nove comunidades e três localidades, situadas na região de Várzea no Município de Silves-AM, como potenciais áreas para a implementação do projeto, abrangendo de 131 famílias, **Figura 14**.

N.	Comunidade	Lat /Long	Matéria - prima
1	São Tomé do Jacu	02° 49' 42.31" S / 58°16' 03.24" O	Coleta de sementes de cumaru e extração de óleo de Andiroba
2	Divino Espírito Santo do Paranazinho	03° 04' 41.61" S / 58° 16' 32.24" O	Trabalha com a coleta de sementes de Puxuri e folhas
3	N.Sra. da Conceição da Baixa Funda	02° 43' 54.30" S / 58° 24' 14.58" O	Coleta de óleo de copaíba
4	São Pedro Igarapé do Capivara	02° 54' 25.60" S / 58° 26' 12.19" O	Coleta de sementes de cumaru, resina de Breu, extração de óleo de Copaíba e Andiroba.
5	Igarapé do Maquarazinho	02° 54' 41.95" S / 58° 26' 12.19" O	Coleta de Copaíba, Breu e Preciosa
6	N. Sra. do Livramento do Rio Aneba	02° 56' 07.57" S / 58° 33' 33.71" O	Coleta de resina de breu, sementes de cumaru, sementes de Macacaricuia, extração de óleo de Preciosa e extração de óleo de Copaíba
7	São Sebastião Rio Aneba	02° 52' 22.73" S / 58° 36' 16.38" O	Coleta e extração de óleo de Andiroba, criação de abelha
8	Sra. Aparecida - estrada da Várzea	02° 49' 02.14" S / 58° 36' 16.38" O	Coleta de Breu, coleta de Cumaru, extração de óleo Buriti e fabricação de farinha de Buriti.
9	Maquará Grande	02° 56' 05.42 " S / 58° 24' 34.31" O	Coleta de Copaíba

Tabela 03: Comunidades identificadas pela AVIVE com potenciais de produção.

Fonte: AVIVE, 2009

N.	Localidade	Lat /long	Matéria - prima
1	Marupá	02° 52'09.82" S / 58° 17' 07.10" O	Extração de óleo de Andiroba pelo método tradicional.
2	Tuã	02° 48'05.10" S / 58° 15' 01.31" O	Coleta de cumaru e extração de óleo de Andiroba.
3	Igarapé do Moura	02° 53'17.04" S / 58° 23' 54.18" O	Copaíba e Breu

Tabela 04: Localidades identificadas pela AVIVE com potenciais de produção.

Fonte: AVIVE, 2009.

Atualmente a Associação classifica a área de produção, como localidade, comunidade²⁰ e dentro destas a unidade familiar. Segundo Márcio, coordenador operacional da Associação, localidade é uma cabeceira onde possuem poucas famílias, mas que desenvolvem uma boa produção. A unidade familiar (UF) passou a ser adotada porque nem todas as famílias dentro das comunidades ou localidades da região produzem a matéria-prima.

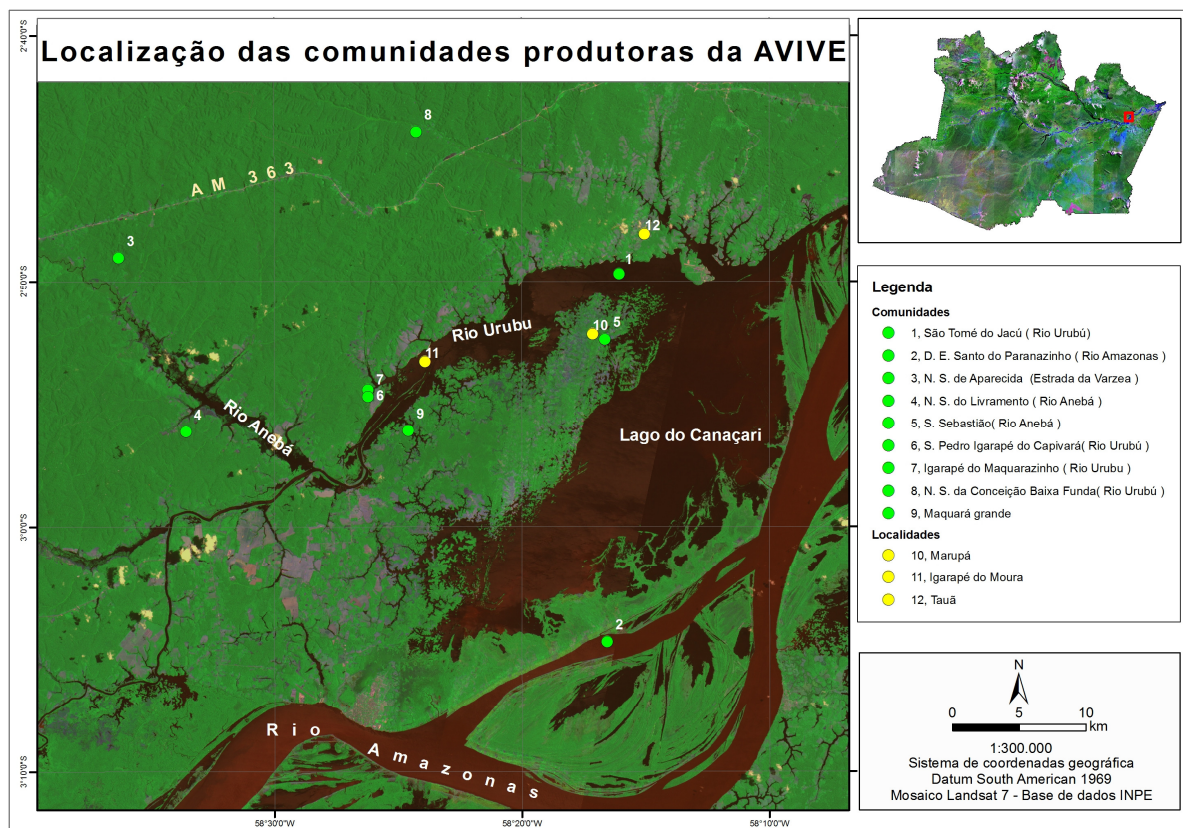


Figura 14: Localização das comunidades e localidades com potenciais para o manejo sustentável de produtos florestais não-madeireiros no município de Silves – Amazonas – Brasil.

Fonte: Grupo de Pesquisa Planejamento e Gestão no Território da Amazônia, Silves, 2009

²⁰ Comunidade vem do latim *communitas*, remete a grupos de pessoas que habitam uma determinada região e estabelece uma organização comunal, com interesse comum.

2.2 Produtos florestais não-madeireiros utilizados pela Avive

A AVIVE desenvolve atividades com o uso da biodiversidade seguindo um calendário que acompanham as etapas de floração, coleta e produção, envolvendo o aproveitamento de galhos, folhas, sementes e resinas de plantas aromáticas e medicinais. Durante anos, as comunidades tradicionais geraram conhecimentos quanto aos seus ecossistemas, principalmente, propriedades fisiológicas das espécies vegetais do seu entorno, proporcionando dados que enriqueceram o estudo sobre a etnobotânica.

A etnobotânica vem configurando um campo de estudo sobre relações que existiram entre os diferentes grupos étnicos e culturais com o seu meio vegetal. A especificidade desta conexão radica num processo duplo: a) por um lado, as propriedades fisiológicas e genéticas das plantas e a estrutura do ecossistema e do meio geográfico na qual elas estão inseridas determinam a evolução biológica dos recursos vegetais da região; b) por outro lado, toda a formação cultural gera um “estilo étnico” de apropriação de seu meio, que determina a transformação dos ecossistemas e a história de seus cultivos (LEFF 2000, p.103).

As seguintes espécies foram selecionadas pela AVIVE como potenciais produtos florestais não-madeireiro ocorrentes no município de Silves, Amazonas (**Tabela 5**):

NOME VULGAR	NOME CIENTÍFICO
Andiroba	<i>Carapa guianensis</i> Aubl.
Andirobinha	<i>Carapa procera</i> D.C
Buriti	<i>Mauritia flexuosa</i> L.f
Breu	<i>Protium</i> spp.
Copaíba	<i>Copaifera multijuga</i>
Cumaru	<i>Dipteryx odorata</i> (Aubl.) Willd.
Cupuaçu	<i>Theobroma grandiflorum</i>
Macacarecuia	<i>Eschweilera tenuifolia</i>
Melão-São-Caetano	<i>Momordica charantia</i> L.
Pau-rosa	<i>Aniba rosaeodora</i> Ducke
Preciosa	<i>Aniba canelilla</i> (Kunth) Mez
Puxuri	<i>Licaria puchury-major</i> (Mart.) Kosterm

Tabela 5: Produtos florestais não-madeireiros beneficiados artesanalmente.

Fonte: AVIVE, 2009

Atualmente, a AVIVE possui três planos de uso aprovados pelo órgão ambiental – IBAMA, para o Breu, Copaíba e o Cumaru, e inclusos no plano de manejo florestal da

empresa Precious Woods. Estes documentos permitem a coleta legal destes produtos pela AVIVE e comunitários parceiros na área da empresa. A seguir serão demonstradas espécies utilizadas pela associação e as suas principais características; nada muito profundo, apenas informações básicas para se entender melhor o processo de desenvolvimento do artesanato e dificuldades que por ventura aconteçam.

Nome popular: **Andiroba**

Nome científico: *Carapa guianensis* Aubl.

Família: Meliaceae

Distribuição: América do Sul e Central, Ilhas do caribe, África Central e Oeste.

Características:

De acordo com a publicação do CIFOR, Riquezas da Floresta (2008 p. 75), “o óleo de andiroba é usado pelo amazonense desde o seu nascimento, quando é aplicado para cicatrizar o cordão umbilical, até a velhice, quando ele recorre ao óleo para combater doenças como a artrite.” A publicação da Biodiesel e óleo vegetal in Natura afirma que (2008 p. 38) o nome andiroba tem origem na língua indígena devido do seu sabor amargo, *nhandi*: óleo e *rob*: amargo, o seu fruto é ouriço e redondo. Quanto ao peso uma semente seca apresenta 25 g, e é composta de 25% de casca e 75% de massa oleosa. A espécie de grande valor pela abundância e alto teor oleaginoso de suas sementes.

Galdino (2007, p. 7) afirma que as amêndoas contêm massa de 56%, um óleo amarelo-claro, líquido e transparente, que, quando submetido a uma temperatura inferior a 25°C, se solidifica a uma consistência semelhante à da vaselina. Este óleo é composto de substâncias como oleína e palmitina e menores proporções de glicerina (Loureiro *et al.* 2000).

O óleo de Andiroba é comercializado em toda a Amazônia. De acordo com Shanley e Medina (2005, p. 5), esse recurso natural pode ser aproveitado de diferentes maneiras, desde o aproveitamento do óleo, da casca da árvore medicinal e da madeira. É reconhecido também pelo valor fitoterápico para inchaços no corpo, vermífugo, febre, reumatismo, artrite e no tratamento de tumores. O óleo de Andiroba é feito pelas mulheres de forma tradicional: cozinhando as sementes e depois colocando a massa em repouso na sombra para sair o óleo SCHMAL (2006, p. 24).

De acordo com Galdino (2007, p. 4), a árvore da andiroba é tradicionalmente explorada mediante a excelente qualidade da sua madeira, tanto que a mesma possui um sabor amargo, caracterizando-a como um repente natural contra cupins. É utilizada em larga escala.

A madeira dessa espécie é moderadamente pesada (0,70 a 0,75 g/cm³); o cerne é vermelho-escuro brilhante ou marrom-avermelhado logo após o corte; o albúrnio é castanho-pálido; a grã é regular, textura um tanto áspera, de cheiro e sabor indistintos. É fácil de trabalhar, permitindo um bom acabamento, e é muito procurada no mercado interno para a fabricação de móveis, caixotaria fina, construção civil (vigas, caibros, ripas, esquadrias de portas, lambris, venezianas, batentes, caixilhos, rodapés, guarnições, molduras), lâminas, compensados, acabamentos internos de barcos e navios e também por seu alto poder calorífico. (Clay, 2000,245)

Na Amazônia os caboclos sempre exploraram de maneira racional essa espécie. Diante de suas necessidades e a partir do óleo obtido da semente são produzidos sabonetes, utilizados no tratamento da pele e dos cabelos, e ainda é utilizado como combustível. Há alguns anos a indústria farmacêutica homeopática passou a explorar às propriedades químicas desse recurso e passou a investir na produção das cápsulas medicinais.

Nome popular: **Breu**

Nome científico: *Protium heptaphyllum* March.

Família: Burseraceae

Distribuição: Amazônia legal e em todo Brasil

Características:

De acordo com Loureiro (1979, p.84) no Brasil e em diferentes regiões o Breu é conhecido também por breu branco do campo, pau de mosquito, amescla, incenso, almécega, almesca, pau de breu, entre outros.

A família Burseraceae possui centenas de espécies, das quais algumas produzem resinas aromáticas. A resina do breu é produzida na parte interna da árvore e surge espontaneamente em resposta a feridas na área externa da árvore. Dentre as espécies de breu algumas sofrem ataque de insetos, que provocam o escorrimento da resina. Os caroços se apresentam nas cores vermelha com cobertura branca, chamando a atenção dos bichos. As pacas, porcos e jabutis proporcionam mais uma possibilidade para as mudas dessa espécie se perpetuarem, publicação do CIFOR, Riquezas da Floresta (2008, p. 228).

Segundo Revilla (2002, p.177) quanto à utilização, essa espécie possibilita produtos como cosmético, produtos a partir de óleos essenciais para a higiene pessoal e perfumaria. Produtos fitoterápicos, como analgésicos, cicatrizante, inflamação em geral, cefaleia, além de ser utilizado nas obstruções das vias respiratórias. Como repelente contra mosquitos e moscas, também utilizado como incenso e material de calefação de barcos. Essa espécie pode ser utilizada ainda com complemento alimentar quando o fruto está maduro.

De acordo com Schmal (2006, p. 27), a árvore do breu é chamada de breieiro e produz a resina para se defender contra patógenos. A família dos breus possui mais de 800 espécies e diante da resistência da sua madeira é bastante utilizada na construção civil.

Árvore com cerca de 23m de altura; altura comercial variando entre 8,5 à 16m. Fuste torcido, acanalado, irregular, com até 58 cm de diâmetro; casca lisa, marrom exudando substância aquosa, amarelada. Folhas compostas alternas, glabras quando adultas, folíolos membranáceos. Inflorescência em panículas axilares; flores pequenas, brancas ou amarelo-esverdeadas, hermafroditas. Fruto drupa, pedunculada (pseudo fruto), não comestível.

As folhas, quando verdes, têm sabor picante e são venenosas, tornando-se menos tóxicas quando secas; o macerado pode ser empregado como vesicante; a casca contém taninos. A madeira tem processamento regular, apresentando serragem e aplainamento médios, porém produz superfície radial áspera. Tem secagem rápida (aproximadamente 7 dias) com tendência a defeitos significativos como: rachaduras fortes, acanoamento, torcedura, curvatura, fendas internas, colapso e endurecimento. É de baixa durabilidade natural, ocasionada pela pouca resistência ao ataque de organismos xilófagos. É de difícil preservação, apresentando baixa retenção e penetração irregular do preservante (Loureiro, 2000, p.36)

Durante a pesquisa constatou-se que entre as espécies de breu a utilizada pela AVIVE é conhecida como breu branco, almecegueira, elemi ou mesmo, breuzinho.

Nome popular: **Copaíba**

Nome científico: *Copaifera spp*

Família: *Caesalpinaceae*

Distribuição: na região Amazônica

Segundo Revilla (2002, p. 253) a árvore é conhecida como bálsamo dos Jesuítas, jatobamirin, copaúba, marimari, copal, copa-uva, pau-d'óleo ou simplesmente copaíba. As copaibeiras atingem uma altura de 20 a 30 m, de tronco reto. Quanto às espécies, Prance (1987) afirma que o Brasil apresenta 16 tipos localizados no cerrado e nas florestais pluviais.

De acordo com a publicação de Frutíferas e Plantas Úteis na Vida Amazônica (2005, p. 85), a andirobeira é um antibiótico da mata e muito utilizada na Amazônia, principalmente, no tratamento de inflamações. Os índios utilizam essa farmácia natural há muitos anos, principalmente, para o tratamento de doenças da pele e como proteção contra picadas de insetos, além de tratar as feridas depois das guerras. Revilla afirma que a árvore proporciona o óleo, fruto e casca, que podem ser utilizados como:

Cosméticos:

- Óleo: utilizado na indústria de cosméticos e fitoterápicos;

- Perfumaria: como fixador de perfumes e para perfumar produtos de cosméticos como sabonetes;

- Matéria prima: para xampus, sabonetes e outros produtos cosméticos para tratar problemas de pele;
- Auxilia no tratamento da caspa e da acne.

Fitoterápico:

- Cicatrizante: passar óleo sobre úlceras e feridas, sem excesso;
- Micoses dermatológicas: passar sobre a pele afetada;
- Reumatismos: banho e chá da casca;
- Asma úlceras estomacais: utilização do óleo, REVILLA (2000, p.142).

A publicação da Biodiesel e óleo vegetal in Natura (2008, p. 44) afirma que a copaíba fornece o bálsamo de copaíba, que é a seiva da copaíba e extraída a partir de furos feitos direto no troco da árvore até atingir o cerne. Segundo Clay (2000, p. 208), além do tronco extrai-se também dos galhos e folhas essa resina oleosa, que é utilizada como componente para vernizes resistentes a altas temperaturas, um produto muito procurado pelo mercado brasileiro e internacional. Além disso, ainda usa-se o óleo resina em:

Para melhorar a distinção de detalhes em áreas de baixo contraste na revelação de filmes fotográficos; e como substituto do óleo de linhaça nas tintas (óleo secativo). É usado também na fabricação de papel, como fixador de perfumes e medicinalmente como purgativo, desinfetante das vias urinárias e estimulante.

Ironicamente, o óleo de copaíba na década de 1970 foi muito badalado como substituto para o óleo diesel, na medida em que as reservas de petróleo mundiais escasseavam. Prance (1987).

A copaibeira produz uma magnífica madeira. Essa madeira serve para a construção civil e fabricação de tábuas. A procura por esse produto é grande porque ele repele insetos, inclusive cupim. A seguir mais informações sobre a madeira dessa espécie:

A madeira da *Copaifera multijuga* é pesada (0,75-0,85 g/cm³), com sua camada interna de uma cor vermelho-amarronzada, com veios mais escuros e uma camada externa mais clara e bem definida. Possui um grã regular e uma textura média bastante similar ao cedro (*Cedrella odorata* Meliaceae). Emite um forte odor de cumarina quando cortada e não possui um sabor distinto. Possui uma aparência brilhosa, sedosa e fresca. Sua secagem é moderadamente lenta ao ar, sem a ocorrência de defeitos. É fácil de ser trabalhada com ferramentas manuais e mecânicas, resultando em superfície lisa e uniforme, sendo boa para pregar e parafusar. A exsudação de óleo-resina durante a secagem pode prejudicar a colagem, dependendo do adesivo. *C. multijuga* é amplamente usada como madeira para construção civil, forros, móveis, cabos de ferramentas, folhas faqueadas decorativas, compensados, embalagens, carrocerias, e produz um excelente carvão (Loureiro et. al. 2000; Souza, 1997).

Atualmente a comercialização dessa espécie é realizada diante da agregação de valor, onde são gerados: xampus, gels, loções capilares, sabonetes, principalmente, com a bandeira do selo verde, desenvolvimento de produtos naturais. Apesar da grande procura por cosméticos e fitoterápicos de copaíba, a resina oleosa ainda é bastante utilizada pelos caboclos

como combustível para iluminar a noite amazônica, em muitos lugares em que a energia elétrica ainda não se faz presente.

Nome popular: **Cumaru**

Nome científico: *Dipteryx odorata*

Sub-Família: Papilionoideae (Faboideae)

Distribuição: América Central e norte da América do Sul

Características:

De acordo com Revilla (2002, p. 267) o cumaru também é conhecido como cumaru da folha grande, baru, champanhe, cumaru ferro, almendro charapilla, serrapia angustura, serrapia, yape, ebo, tonka bean. Sua árvore atinge até 30 metros, mas quando cultivada ou em florestas secundárias é considerada de baixo porte. Seu tronco é cilíndrico de tom amarelo-claro apresenta uma casca lisa. Sua semente é dura de 2,5 a 3,0 cm de comprimento por 1 cm de largura na cor roxo-claro.

De acordo com a publicação Plantas, Usos & Preparados (2009, p. 59), o nome cumaru vem do tupi kumba'ru e significa “aquilo que tem a semente comprida” ou “aquilo que excita a língua”. Quanto ao número de espécies, a *Faboideae*, também conhecida por *Papilionoideae* é uma subfamília botânica pertencente às leguminosas, essa subfamília apresenta 482 gêneros e 12.000 espécies é considerada a maior das subfamílias, Mano (2006, p. 29).

Gonzaga (p.182), afirma que o cumaruzeiro quanto à sua classificação comercial é considerado madeira de lei e que com o passar dos anos se impôs como madeira nobre, devido às características de estabilidade, resistência e aspecto agradável. Segue mais especificações sobre esse recurso natural:

O maior valor comercial do cumaru está relacionado com sua madeira, que é muito pesada (0,95 a 1,0 g/cm³). O cerne apresenta um tom castanho amarelo-escuro, de aspecto fibroso atenuado. O alburno é fino, de tom bege-claro, grã irregular e textura média e apresenta anéis de crescimento distinto. É uma madeira difícil de trabalhar, porém permite um bom acabamento no torneamento e um acabamento ruim nos trabalhos de plaina e lixa. A secagem ao ar livre é relativamente lenta (Loureiro et ai. 1979; Souza, 1997).

Essa madeira é usada em construções navais, em obras que requerem ventilação, tais como carrocerias e vagões de passageiros, molduras, torneados, cabos de ferramentas e em trabalhos de marcenaria de luxo, como na fabricação de bengalas. A madeira dessa espécie resiste bem à deterioração, durando 10 a 20 anos em solos bem drenados; o cerne não é tratável com creosoto nem com CCA-A, mesmo em tratamentos sob pressão. É considerada uma excelente madeira para dormentes (trilhos de estrada de ferro), não apenas por sua durabilidade, mas também por sua resistência a rachaduras quando exposta ao sol.

Historicamente, a extração da cumarina (*orthocoumaric anhydride*) da semente do cumaru foi quase tão importante quanto o seu uso principal. A cumarina foi usada na indústria de perfumes e cosméticos e também serviu como um sabor para o tabaco (Clay, 2000, p.283)

Quanto à utilização desse recurso natural, o cumaru é indicado para o desenvolvimento de cosméticos, como óleos essenciais, perfumes e ácidos graxos. Na fitoterapia ajuda na circulação do sangue, sinusite, dor de ouvido, sinusite e outros. As partes utilizadas do cumaruzeiro são as cascas, folhas e sementes, Revilla (2002, p. 268)

Conforme recomendação no folder da AVIVE, Schmal (2006, p. 26), esta recolhe do chão as sementes do cumaru que caem naturalmente e das mesmas produzem mudas. Esse processo é mais uma evidencia de que a AVIVE opta por um manejo sustentável, sempre levando em consideração o tempo do ecossistema.

Nome popular: **Puxuri**

Nome científico: *Licaria puchury-major* (Mart.) Kosterm.

Família: Lauraceae

Distribuição: Tem ocorrência principalmente na Amazônia brasileira, principalmente nos municípios de Silves e Borba.

Características:

De acordo com Graça (2003, p. 26), o puxuri também é conhecido como “pixuri, puxurim, pixurim, puchuri-grosso, puchuri-miúdo, puchuri-bastardo, puchuri-pequeno, puchuri-imbaúba, puchuri-branco, puchuri-preto, puchuri-roxo, puchuri-puxurinana. A árvore dessa espécie tem porte médio ou grande, que é comum em áreas peridiciosamente inundáveis. Seus frutos são grandes e aromáticos, sua semente tem forma de noz, Revilla (2002, p. 415).

As árvores nativas do puxuri (*Licaria puchury-major* (Mart.) Kostem.) apresentam odor característico na casca, madeira, folhas e frutos. Ocorrem, geralmente, na margem e no igapó de água preta, cujas águas são bastante frias. A altura e o volume do fuste dessas árvores variam de acordo com a localização dos indivíduos: na floresta úmida, periodicamente alagável, a população é mais densa e os indivíduos são mais volumosos e produtivos, principalmente nas cabeceiras do igarapé. As arvores atingem em média 20-30 metros de altura e 70-80 cm de diâmetro; no igapó, eles assumem menor porte e volume e apesar da idade, não se desenvolvem, atingindo no máximo 11-15 metros de altura por 55 cm de diâmetro. A casca do tronco é em geral marron-acinzentada, com lenticelas, e manchas lequênicas brancas e esverdeadas. Graça (2003, p. 23)

Quanto a utilização da espécie para o desenvolvimento de produtos Revilla (2002, p. 415), afirma que o recurso natural é indicado na produção de cosméticos, as sementes aromáticas são utilizadas na perfumaria. Também são desenvolvidos produtos fitoterápicos, para combater problemas digestão, cardiovasculares e de reumatismo. De acordo com Schamal (2006, p. 26), no que condiz, à contra indicação da utilização do óleo de puxuri ele não pode ser utilizada diretamente na pele, tem que estar misturado, ou seja, uma gota para 50 mililitros de óleo neutro, já que o óleo possui uma substância nociva conhecida como safrol, O óleo não pode ser utilizado em crianças, mulheres grávidas e pessoas,

Durante o levantamento bibliográfico percebeu-se que a literatura em torno dessa espécie é bastante escassa e restrita, ainda há muito o se fazer, no campo da pesquisa, para se entender e utilizar o puxuri.

2.2.1 Metodologia de manejo florestal não madeireiro praticado pela AVIVE

No que concerne à metodologia do manejo florestal não-madeireiro praticado pela AVIVE segue as seguintes etapas: identificação botânica, seleção de matrizes, estudo da ecologia e biologia das espécies potenciais para produção de óleos vegetais. A AVIVE realiza nas áreas de coleta um inventário florestal, considerando informações técnico-científicas bem como o conhecimento popular local. Neste processo, os idosos são as maiores fontes do conhecimento popular da floresta e seus produtos. O registro geográfico²¹ das espécies é realizado com a utilização de GPS (Sistema de Posicionamento Global). Nessa atividade participam apenas os atores sociais que demonstram interesse em trabalhar em parceria com Associação.

Em campo é possível observar o conhecimento popular dos ribeirinhos, o qual a AVIVE está implantando com as técnicas que dizem respeito às práticas locais de coleta, regeneração das espécies, recurso existente nas áreas definidas, formas de extração e limites de uma coleta sustentável, além dos possíveis impactos negativos ao ecossistema.

A etnobotânica e antropologia, aplicadas ao conhecimento do uso atual que diversas culturas fazem de seu meio ecológico e de seus recursos, contribuem para a reconstrução de práticas produtivas mais adequadas. Mas, para isso, devem incorporar a análise da racionalidade produtiva de um grupo cultural, as transformações que se introduziram de fora da cultura, através do modo de produção dominante. Inclusive, a organização cultural das comunidades mais isoladas não seguiu um processo evolutivo

²¹ O GPS registra os dados geográficos dos inventários, ao passar para o *software* Trackmaker o computador gera um mapa que facilita a visualização das áreas e da localização das espécies.

de adaptação biológica ao meio, mas é resultante de processos de resistência à dominação e assimilação de influências de formações sociais externas (LEFF 2000, p.103).

Entre as ações implementadas pela AVIVE pode-se destacar ainda, uma metodologia de registro dos dados, onde os coletores informam sobre as espécies de sua própria área, tais como quantidade produzida e coletada, época da floração, frutificação e também da qualidade do material coletado. Outra ação é o estabelecimento de instruções internas de manuseio pré e pós coleta, que consiste no planejamento, inventário, armazenamento e transporte. Esse processo é para minimizar contaminação e manter a qualidade final dos produtos acabados. Por fim, dentro dos conceitos de sustentabilidade e de respeito ao entorno dos recursos naturais dessas populações amazônicas, os coletores são lembrados a deixarem um percentual da matéria prima para a futura regeneração do ecossistema.

CAPÍTULO III – PROCESSOS DE MANUFATURA E BENEFICIAMENTO DA MATÉRIA-PRIMA

Este capítulo demonstra, de forma detalhada, a transformação do recurso natural em produto final; processo que tem início com a identificação e registro local das espécies, além do estudo de suas principais características. É estabelecido o período de coleta e como ocorrem esses procedimentos. Conseqüentemente será demonstrada a produção dos óleos vegetais, diante de conceitos de sustentabilidade, junto às comunidades tradicionais que realizam o manejo como forma de perpetuar a existência das espécies. Perante os produtos florestais não-madeireiros, a AVIVE realiza a transformação artesanal, onde cada um possui um processo diferenciado.

3.1 Formas de coleta de matéria-prima e extração de óleos vegetais

As formas de extração e coleta dos produtos florestais não madeireiros são estabelecidas após a pesquisa das espécies e mediante o inventário florestal. As matrizes (árvores) são identificadas para fins de botânica e também mapeadas. Cada espécie possui característica singular; seus frutos e sementes são coletados no período de frutificação que pode sofrer variação de acordo com o regime meteorológico. O resultado é o desenvolvimento de produtos naturais como: óleos vegetais e velas aromáticas e repelentes, sabonetes, incensos, e artesanato, pela comunidade. Segue as espécies utilizadas:

a) Andiroba (*Carapa guianensis*) – as coletas são realizadas entre os meses de março e abril, na estação de chuvas.

b) Cumaru (*Dipteryx odorata*) – as coletas geralmente são realizadas nos meses de maio a julho, no final da estação chuvosa e início da estação seca.

Em relação à forma de coleta dessas duas espécies, os frutos e sementes são recolhidos do chão, estabelecendo um raio (área de coleta) de acordo com o diâmetro médio da copa da árvore; são coletados todos os frutos que estiverem sob esse domínio. Nesse processo, levando-se em consideração a alimentação dos animais, plantas e a regeneração do ecossistema local, cerca de 10% das matrizes e suas sementes são resguardadas.

c) Breu (*Protium spp*) – Em relação às espécies de breu identificadas são: breu vermelho (*Protium puncticulatum*), breu amarelo (*Protium apiiculatum*) e breu comum (*Protium spp*). A coleta da matéria é desempenhada de modo que se utiliza terçado. De acordo com a altura da matriz são utilizadas ferramentas adequadas a cada situação; a uma altura de

mais de 2 m, é utilizada uma peçonha; já a altura superior a 10 m são empregados equipamentos de arvoreço (rapel) pensando na segurança do coletor.

d) Copaíba (*Copaifera spp*) – esta coleta é realizada entre os meses de junho a julho, no início da estação seca. Segundo Medeiros (2009, p.31), essa espécie necessita da preservação do período de floração/frutificação, onde não deverá ocorrer a extração desse recurso natural, isso devido à necessidade de empregar seus esforços fisiológicos na produção de flores, frutos, sementes e em algumas situações nos terrenos, responsáveis pelo desenvolvimento da planta. Para a extração dessa matéria-prima a AVIVE optou em utilizar o “método de extração racional”. Neste caso é empregado o trado metálico, assim como as seguintes ferramentas:

(a) trado metálico de $\frac{3}{4}$ de polegada; (b) cano de PVC de $\frac{1}{2}$ polegada com 20 cm de comprimento, feito rosca nas duas extremidades do cano; (c) tampa de PVC de $\frac{1}{2}$ polegada; (d) fita veda rosca; (e) calha de metal (zinco ou alumínio) e (f) mangueira de borracha transparente de $\frac{3}{4}$ de polegada e (g) carote (vasilhame plástico) para a coleta do óleo-resina (MEDEIROS 2009, p.32).

e) Puxuri (*Licaria puchury major*) – Para a coleta é utilizada uma rede de sombrite, que são colocadas em baixo das árvores para recolher as folhas amarelas que caem dos galhos. Dessas folhas é extraído o óleo essencial; já a semente pode ser vendida inteira, ou pode se produzir o sachê.

3.2 Transformações e uso da matéria-prima

A base da maior parte dos produtos artesanais gerados pela AVIVE depende da produção dos óleos vegetais (fixos e essenciais). Dentro dos critérios de sustentabilidade trabalha-se o manejo dos recursos naturais, junto às comunidades tradicionais como forma de perpetuar a existência das espécies, além de manter um estoque de produtos florestais não-madeireiros para uma contínua produção. Depois da coleta, a matéria-prima é transportada por rabeta²² até a Ilha de Saracá, dependendo da espécie. Após a compra da matéria-prima, a associação se responsabiliza pela secagem e beneficiamento do material.

O próximo passo é o beneficiamento da matéria prima, que pode ser tanto a destilação como a extração mecânica de óleos vegetais. No processo de destilação é realizado por duas pessoas e é conhecido como destilador e este tem um auxiliar. Segundo Schmal (2006), de acordo com as características da espécie botânica destilada, o óleo essencial pode

²² Embarcação de pequeno ou médio porte, mais conhecida como canoa, a qual possui um motor acoplado na área traseira.

ficar no fundo ou sobre a água cheirosa, resultante do processo. O rendimento do óleo essencial varia de acordo com a espécie. Os dois componentes, óleo e água são separados cuidadosamente e conservados em frascos diferentes.

Além dos óleos essenciais, a AVIVE extrai óleos fixos (andiroba e cumaru) obtidos através da prensagem mecânica das sementes. A coleta do óleo de copaíba é realizada pelos coletores em um processo tradicional. Para armazenar os óleos vegetais são utilizados vidros de cor escura (âmbar), para manter a qualidade do material. Informa a AVIVE que os óleos extraídos podem ser utilizados pela associação ou vendidos separadamente como insumo para a produção de diferentes produtos.



Figura 15: Sistema desenvolvido para a destilação do óleo essencial
Fonte: Lilia Mendonça, Silves, 2009

Atualmente, a partir do óleo e das matérias-primas a Associação produz os seguintes fito produtos artesanais (**Figura 16**): sabonete, óleos aromáticos, velas, incenso e com menor produção: sachê e creme para pele.

	Sabonete	Vela	Perfume	Creme anti-reumático	Incenso	Sache	Óleos aromáticos
Cumaru	X	X	-	-	-	-	X
Copaíba	X	X	-	X	-	-	X
Andiroba	X	X	-	-	-	-	X
Breu	-	X	-	-	X	-	X
Puxuri	-	X	X	-	-	X	X

Tabela 06: Produtos florestais não-madeireiros transformados artesanalmente



Figura 16: Produtos artesanais da Avive
Fonte: Lilia Mendonça, Silves, 2009

Há outras matérias-primas que são utilizadas para a produção do fito-artesanato, como a macacarecuaia (**Figura 17**) utilizada como base para um dos tipos de vela produzido pela Associação.



Figura 17: Produção de produto da Avive – Produto artesanal Velas
Fonte: AVIVE – Juvenal Pereira – WWF/Brasil, Silves, 2004

A transformação da matéria-prima em produto final é realizada pelas comunitárias que residem na sede municipal. Todo processo é feito artesanalmente. Dependendo do produto, este é feito na casa de beneficiamento, ao lado do escritório da AVIVE ou em outros locais. Observa-se que os ambientes não oferecem estruturas físicas ideais para a produção artesanal dos fito-produtos. Neste caso, entre os problemas identificados podemos destacar o fluxo contínuo de deambulações²³ no processo, seja para o deslocamento em direção às ferramentas ou em busca de material, que depois de embalados são arrumados em prateleiras e organizados em uma sala que pode ser considerada o estoque da Associação. Segue a visualização do processo de produção de alguns produtos: sabonete (**Figura 18**).



Figura 18: Produção de produto da Avive – Produto artesanal Sabonete
Fonte: AVIVE – Juvenal Pereira – WWF/Brasil, Silves, 2004

Dependendo do local onde reside o comprador, o transporte é realizado por lotação, ônibus ou por SEDEX (correio). O correio teve que se adaptar às necessidades da AVIVE. Encaminhou-se o pedido de autorização ao IDAM (Instituto de Desenvolvimento Agropecuário e Florestal Sustentável do Amazonas), onde foi evidenciado que o produto

²³ Excesso de locomoção sem necessidade. No processo de produção dentro do layout do setor é estabelecida a sequência de transformação da matéria prima.

(óleo vegetal) não apresentava problemas microbiológicos, que pudessem por em risco a saúde dos indivíduos.

Quando os produtos fitoartesanais chegam a Manaus, abastecem as lojas (clientes) ou seguem para o destino final, que pode ser no Brasil ou em outros países. Quanto ao consumidor desse produto, pessoas que acreditam em um produto desenvolvido no âmbito de um projeto sustentável demonstram insatisfação com a embalagem do produto, diante de entrevistas realizadas com consumidores, no centro²⁴ e no aeroporto²⁵ de Manaus. Segundo o público a embalagem não apresenta uma identidade visual, ou seja, características que remetam ao espaço territorial do produto (ver **Figura 19**).

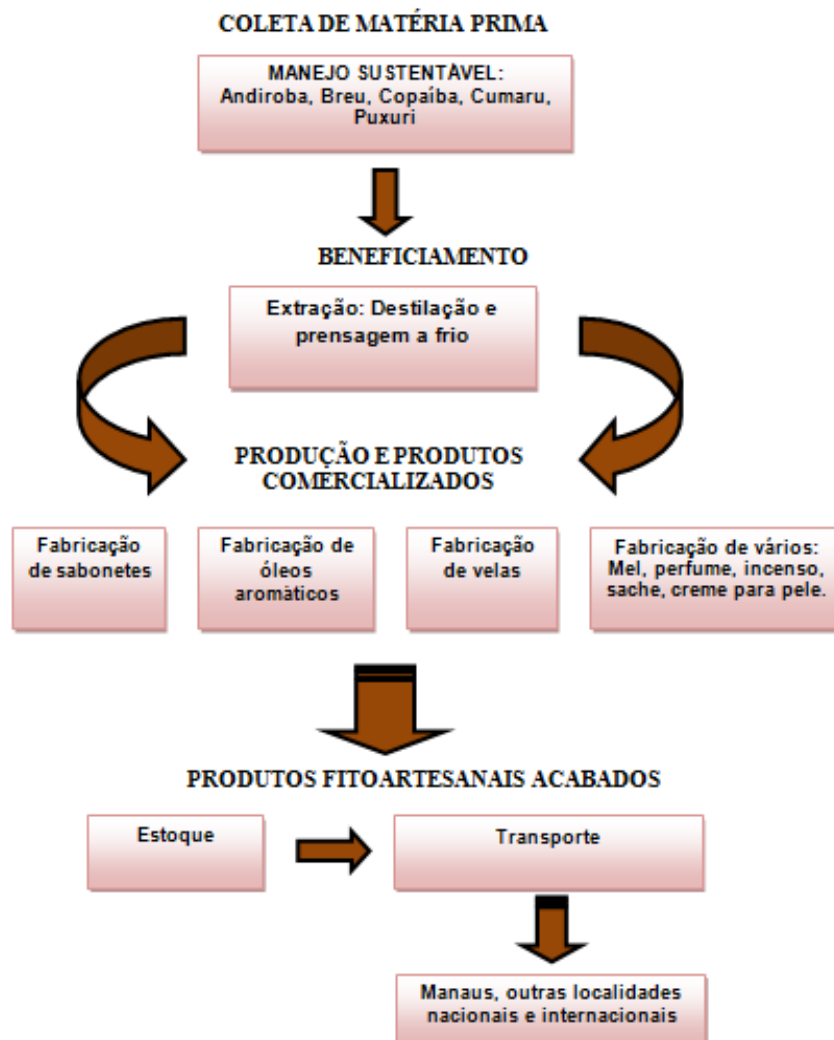


Figura 19: Esquema de produção e transporte
Fonte: Lilia Mendonça, 2010

²⁴ O local escolhido foi próximo à loja ECOSHOP e na Av. Eduardo Ribeiro a feirinha de domingo, ambos no centro de Manaus em agosto de 2010.

²⁵ No aeroporto Internacional Eduardo Gomes, em Manaus, outubro de 2010.

Quanto ao mercado comprador, atualmente AVIVE fornece produtos acabados e insumos. A relação comercial ocorre com várias localidades nacionais e internacionais, que já utilizam esses produtos como em Manaus (AM), Rio de Janeiro (RJ), Garibaldi (RS), Santa Catarina (SC), Belém (PA), Itapuranga (GO), Fortaleza (CE), Minas Gerais – BH, Londrina – PR, Porto União – SC e outros países como Alemanha e França.

O mundo se depara com uma nova sociedade sustentável formada a partir da crescente preferência dos consumidores e investidores por produtos e serviços produzidos por empresas com responsabilidade social e ambiental. Desta forma, observa-se que os compradores de outros países são mais exigentes e valorizam as fontes e produtos sustentáveis. Apesar da busca da Associação pela certificação dos recursos utilizados, AVIVE recebe uma boa demanda da Europa, mas o maior comprador ainda é o Brasil.

CAPÍTULO IV – A ANÁLISE DO DESIGN SUSTENTÁVEL NA AVIVE

O último capítulo desta dissertação analisa se o processo de produção artesanal que a Avive realiza, apresenta ações dentro do conceito de design sustentável e propõe um modelo para suprir às necessidades de promoção do território e os produtos desenvolvidos pela associação.

4.1 Processo de produção do artesanato

No que diz respeito à apreciação das atividades da Avive dentro das dimensões do design sustentável, foi possível analisar o produto e o processo de produção artesanal e diante do levantamento foram estabelecidas as seguintes observações:

- **Matéria-prima:** Existe um planejamento do manejo ambiental sustentável que consiste em um trabalho com as comunidades de capacitação técnica, monitoramento e avaliação dos resultados. Há um estoque adequado de produtos florestais não-madeireiros (destacando ainda que a produção sucede de acordo com demandas de produtos). Quanto ao beneficiamento, às artesãs tentam trabalhar com o mínimo de perdas dos recursos.

- **Processos:** No que consiste a linha de produção há tentativas de melhorias das ferramentas e em alguns casos sem muito sucesso; a própria destilação do óleo é um exemplo. O processo utilizado demora uma semana para encher um pote de vidro, sendo realizado atrás do escritório da Associação, em que é utilizada uma botija de gás, sem uma estrutura planejada.

- **Ambiente de trabalho:** Quanto à implantação dos 5's (utilização, ordenação, limpeza, saúde, autodisciplina), pode ser observada a aplicação parcial dessa ferramenta, já que não existe um ambiente específico para o desenvolvimento das atividades.

No que concerne ao artesanato (produto), a análise do designer recai sobre os fatores: técnicos, ergonômicos, na embalagem e identidade visual. Como se trata de produtos fitoartesanais, a maior deficiência descoberta foi com relação identidade visual e às embalagens.

De acordo com Coelho (2008, p. 142), no que condiz a área do conhecimento no design, os termos comunicação visual, design gráfico e programação visual são considerados sinônimos. Comunicação visual pode ser ampliada e pensada como projeto, processo de transmissão visual de uma mensagem. Segundo Niemeyer (2007, p. 21) o designer diante da

sua competência, valores e possibilidades atua como articulador, ele estabelece o elemento comunicacional que possibilita demonstrar os atributos que constituem no produto. O produto pode falar sobre suas características, qualidades, como é produzido, para que serve e qual o seu público alvo.

Strunck (2007, p. 111) afirma que um bom projeto de identidade visual apresenta um alto grau de flexibilidade quanto a sua aplicação. Diante de um mundo globalizado essa característica é essencial para o sucesso das empresas. Neste sentido, uma boa imagem pública é estabelecida com o desenvolvimento e produção de alguns produtos: logotipo, símbolo gráfico, aplicativos em papelaria, embalagens, sinalização, design de produtos, web design, arquitetura, interiorismo, publicidade e todo tipo de comunicação visual.

Do ponto de vista antropológico a identidade é conformada, principalmente, a partir de dois elementos principais: as características presentes no espaço territorial ocupado e o conjunto de símbolos e signos linguísticos, códigos e normas (moral e ética), objetos, artefatos, costumes, ritos e mitos (religião, folclore, música, culinária, vestimentas, etc) aceitos e praticados coletivamente, capazes de distinguir um determinado grupo social dos demais. (Barroso, 1999)

Quanto às embalagens AVIVE apresenta diferentes tipos, desde caixa de papel cartão, invólucro de plástico flexível, assim como embalagens para decoração e promoção do produto. Sabe-se que a embalagem tem funções importantes como: armazenar com qualidade e segurança, promover o produto por meio da identidade visual e conter informações (composição, manipulação, validade e etc.). As embalagens se caracterizam quanto à sua função em dois níveis: primário e secundário. A embalagem primária se apresenta como envoltório que está em contacto direto com o produto; já a embalagem secundária é destinada a conter a embalagem primária ou as embalagens primárias. Normalmente é responsável pela informação e comunicação do produto.

Segundo Perez (2004,p. 66)

As embalagens, como objetos semióticos, são portadoras de informação, e, portanto, mídias, veículos de mensagens carregadas de significação. Nas embalagens, os planos, os espaçamentos e os materiais constituem-se como espaços privilegiados de significação e devem ser planejados e executados com essa perspectiva sgnica. A embalagem na perspectiva promocional deve causar impacto para que possa ser vista e diferenciada, mas também tem de criar uma conexão emocional com as pessoas, a fim de que possa ser apreciada, desejada (PEREZ, 2004, p. 66).

A associação também utiliza embalagens (**Figura 20**) para decoração e promoção do produto. Neste caso, como se pode observar, não existe uma padronização e nem materiais desenvolvidos especialmente para essa finalidade. A maior parte dos recursos utilizados

provém de resíduos gerados dos trabalhos diários das associadas; algumas são costureiras; é possível identificar tecido de tule²⁶, TNT²⁷ (**Figura 21**) na cor verde, além de sacos plásticos. Como sistemas de fechamentos foram identificados materiais como: fitas decorativas, fio de palha e cordão de nylon na cor branca. Existem, ainda, embalagens desenvolvidas por artesãs que residem na cidade de Silves e em comunidades; são trabalhos terceirizados, onde não há vínculo com a associação. Há dois pontos negativos nessa atividade: o primeiro problema é que algumas artesãs iniciam a atividade artesanal, embalagem promocional (**Figura 22**), e em muitas ocasiões não há a finalização do processo; nessa situação não assumem nem o papel de multiplicadora, repassando o seu conhecimento para que outras pessoas desenvolvam a embalagem; o segundo problema é que diante de uma determinada demanda de cestas, a artesã, depois de algum tempo, não conseguia mais finalizar a quantidade de embalagens, porque ela não encontrava mais a matéria-prima (cipó), isso porque apenas retirava da natureza e não realizava nenhum trabalho de reposição.



Figura 20: Embalagens promocionais desenvolvidas pelas associadas
Fonte: Lilia Mendonça, Silves, 2009

²⁶ Sigla para Tecido Não Tecido - Tecido fino de trama hexagonal, utilizados em enfeites, assim como vestidos clássicos (noiva, bailarina, princesa).

²⁷ O TNT é conhecido como "Tecido não Tecido", isso porque não é produzido de forma convencional, mas a partir de fibras desorientadas que são aglomeradas e fixadas é confeccionado em tecido a base de prolipopileno e viscose.



Figura 21: Embalagens promocionais desenvolvidas a partir do TNT pelas associadas.
Fonte: Lilia Mendonça, Silves, 2009.



Figura 22: Embalagens promocionais desenvolvidas por encomendas a artesãs locais
Fonte: Lilia Mendonça, Silves, 2009

Durante as análises na loja da AVIVE foi possível constatar, ainda, que existam produtos que não estão em produção contínua, mas encontram-se disponíveis com um cartão de identificação da Avive e da cidade, fixado com um fio de palha. Entre eles pode-se

destacar: bolsas, colônia, mel e bonecas de pano. Percebe-se a vontade da Associação em criar um selo forte com a possibilidade de atuar em vários seguimentos do artesanato, o que seria possível e com retorno certo se houvesse uma maior atenção no desenvolvimento da programação visual para os produtos.

4.1.2 Análise das embalagens

Sabonete

O sabonete se apresenta em dois modelos e dois tamanhos diferentes. O primeiro tipo apresenta embalagens, sendo uma primária e outra secundária, essa possui uma forma retangular (**Figura 23**) muito utilizada pelos produtos do mesmo gênero de higiene existentes no mercado, não oferecendo destaque, diferencial ou personalidade a esse elemento. Quanto às cores, são utilizadas cores de acordo com cada espécie (ver **Figura 24**); foi atribuída uma determinada combinação para cada caixa, sendo um fator relevante para prover destaque e diferencial. O logotipo, assim como as tipologias utilizadas não demonstra tanto destaque, bem como com as informações. Quanto aos elementos do fundo na construção visual da embalagem, foi possível estabelecer uma harmonia, mas poderiam ter mais expressividade na composição da identidade visual para uma efetiva e clara comunicação. O material utilizado na embalagem é o papel cartão, caracterizado principalmente por ser de fácil montagem e de tecnologia simples.



Figura 23: Embalagem secundária
Fonte: Lilia Mendonça, Silves, 2009



Figura 24: Embalagem secundária – a cor utilizada varia de acordo com a espécie vegetal
Fonte: Lilia Mendonça, Silves, 2009

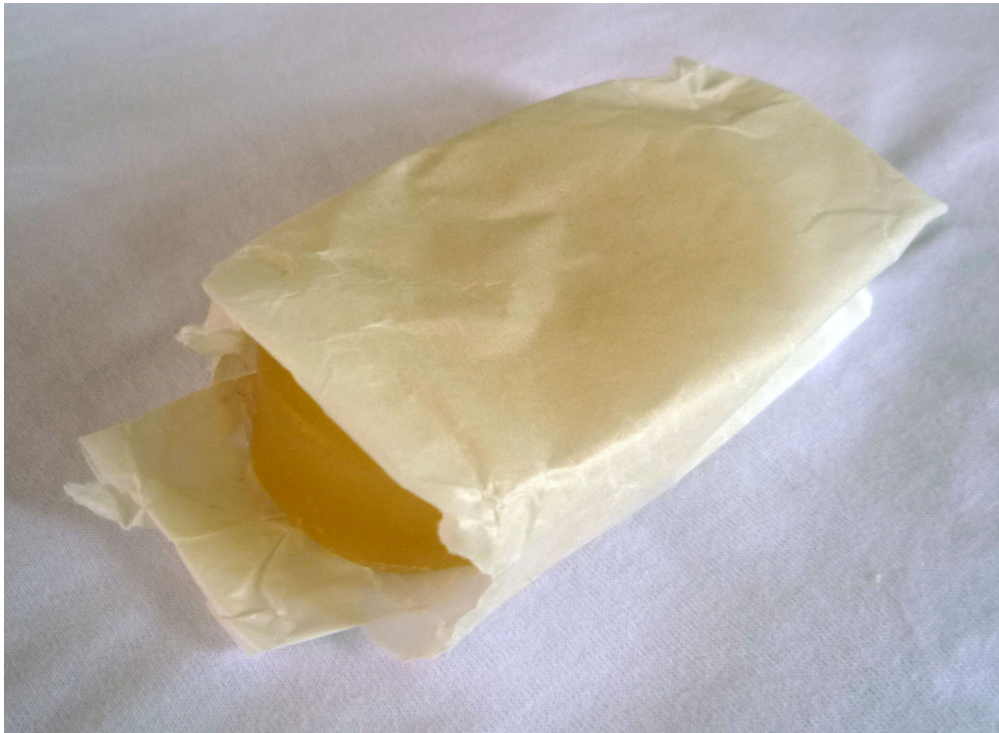


Figura 25: Embalagem primária, contato direto com o produto
Fonte: Lília Mendonça, 2011

A embalagem primária (**Figura 25**) é composta por papel manteiga que está em contato direto com o produto e tem como principal objetivo a contenção dentro da embalagem secundária. O outro tipo de sabonete possui apenas uma embalagem primária (ver **Figura 26**) que, além de estar em contato direto com o produto possui a finalidade de contenção do mesmo. O material dessa embalagem é o plástico transparente, caracterizado por ser leve, maleável e reciclável, além de ser um material com grande possibilidade de combinação com outros. A embalagem assume uma forma oval e é aderente ao produto, não apresentando destaque, diferencial ou personalidade. Quanto às cores como cada sabonete assume uma cor de acordo com a referida espécie, essa cor predomina na interface da embalagem, já que é um material transparente, em uma das superfícies apresenta um adesivo (papel) com as informações sobre o produto. Quanto aos elementos do fundo na construção visual da embalagem, foi possível estabelecer uma harmonia, mas poderiam ter mais expressividade na composição da identidade visual para uma efetiva e clara comunicação. O que se percebeu ainda, que diante do estoque desse produto, em local que não apresenta condições ideais (como temperatura), a embalagem dos sabonetes que é um material plástico, assume uma aparência ressecada e envelhecida deixando o produto sem menor atrativo físico e visual.



Figura 26: Embalagem primária – invólucro de plástico flexível
Fonte: Lilia Mendonça, 2011

Velas

As velas se apresentam em dois modelos e tamanhos diferentes de produtos, por isso suas embalagens assumem formas diferenciadas. O primeiro produto onde a vela assume a forma mais usual (fina, redonda e comprida), apresenta uma embalagem primária (**Fig. 24**) que está em contacto direto com o artesanato e possui a finalidade de contenção do mesmo. Sua forma é comum, não oferecendo destaque, diferencial ou personalidade ao produto. O material utilizado é o plástico transparente com pouca aderência ao produto. Quanto às cores, não há cor predominante, apenas a cor branca da vela diante da transparência da embalagem. O logotipo assim como as tipologias utilizadas não demonstra nenhum destaque; as principais informações foram adicionadas a um pequeno pedaço de papel que fica por dentro da embalagem transparente. O produto é fechado com uma pequena palha.



Figura 27: Embalagem primária – saco plástico e etiqueta
Fonte: Lilia Mendonça, 2011

O outro produto que possui um recipiente natural (macacarecuia) como base. Sua embalagem é primária, **Figura 28**, está em contato direto com o produto. O material dessa embalagem é o plástico transparente e é caracterizado por ser leve, maleável e reciclável. A embalagem não apresenta destaque, diferencial ou personalidade. Não há utilização de cores, não houve uma preocupação com o arranjo físico e nem com o desenvolvimento de uma identidade visual. Na parte superior do produto dentro da embalagem transparente há um rótulo com as informações básicas, onde o logotipo não está em destaque, a tipologia utilizada não ressalta as informações.



Figura 28: Embalagem primária– plástico flexível
Fonte: Lilia Mendonça, Silves, 2009

Óleos aromáticos

O produto (**Figura 29**) se apresenta no estado líquido e sua embalagem é primária, assumindo a forma física de um pequeno frasco, rígido que é responsável pela conservação e contenção do produto. Caracteriza-se, principalmente, por ter elevada resistência, ser transparente (com tonalidade escura) e reciclável. Quanto à identidade visual do frasco houve uma preocupação maior com os elementos impressos no rótulo, mesmo assim, as informações necessitam ser implementadas. Quanto às cores houve uma utilização melhor desse recurso que quando bem empregado, tem um efeito marcante na escolha do produto. Para cada tipo de óleo aromático (quatro óleos essenciais – andiroba, cumaru, copaíba e breu) foi utilizada uma cor individual, assim como as tampas dos frascos. O logotipo não se apresenta em destaque, assim como as tipologias utilizadas não demonstram destaque às informações mais relevantes. Quanto aos elementos do fundo na construção visual da embalagem, foi possível estabelecer uma harmonia, mas poderiam ter mais expressividade na composição da identidade visual para uma efetiva e clara comunicação.



Figura 29: Embalagem primária – frascos de vidro
Fonte: Lilia Mendonça, Silves, 2009

Incenso

Com este produto não houve a preocupação em relação à embalagem (**Figura 30**), assim como a identidade visual e informações. O breu é a matéria-prima desse produto, a comercialização do incenso é realizada por unidade e embalada diretamente em um saco plástico branco qualquer para o transporte.

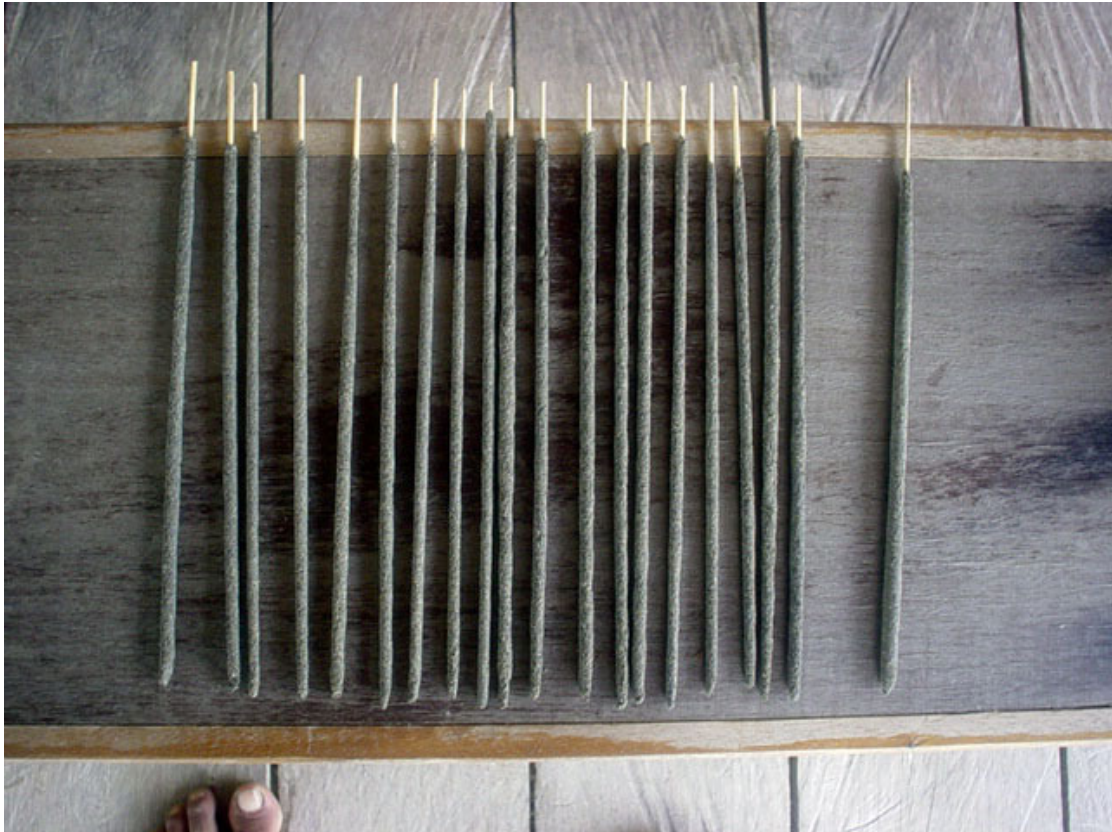


Figura 30: Incenso - Produto sem embalagem.

Fonte: Avive, Silves, 2006.

4.2 Proposta de design sustentável para a produção do artesanato da Avive

A proposta de um modelo de produção artesanal dentro das maiores deficiências identificadas na AVIVE seria seguir algumas ações estabelecidas por Krucken (2009, p. 98), que visem à promoção do produto e do território e assim fortalecer uma relação fiel e transparente entre produtores e o público consumidor. As ações devem ser as seguintes:

1. **RECONHECER** as qualidades do produto e território.

Existe por parte da AVIVE o reconhecimento do seu trabalho e do conhecimento tradicional, costumes e ritos da localidade. Mas, não há a valorização e exposição devida das práticas de uso sustentável da biodiversidade e do patrimônio material e imaterial para com o consumidor.

2. **COMUNICAR** o produto e o território

Quanto à análise do produto foi possível identificar lacunas quanto à programação visual e na embalagem dos produtos. Nesse aspecto, a deficiência nas embalagens primárias, secundárias e as consideradas com finalidade promocional e para transporte apresentam deficiência na parte gráfica e na comunicação do visual dos produtos. Pode-se dizer que há

dificuldades em enxergar o território, uma representatividade ambiental, rústica ou regional no artefato, ou seja, não desperta no consumidor nenhum tipo de sentimento, não agrega valores emocionais e psicológicos aos produtos. Todo o material é desenvolvido dentro das condições econômicas e intelectuais das comunidades;

Agregar valor significa também oferecer embalagens adequadas para o transporte e para a comercialização. Embalagens que ao mesmo tempo estão protegendo seu conteúdo estão também conferindo uma identificação de origem. Este grupo de ações se completa com o projeto de um sistema de expositores fixos ou móveis, *displays* para promoção comercial, gôndolas para vendas avulsas, *souvenirs* e uniformes com a marca do programa. (SEBRAE 2004, p. 56).

Se a associação conseguir construir uma imagem, que transmita sua mensagem, qualidade de serviço e que mantenha boa comunicação com uniformidade e coerência, essa Associação será reconhecida entre outras. Sabe-se que a comunicação visual aplicada nos diferentes meios é uma importante ferramenta de marketing, responsável em conquistar o público, incentivar o seu desejo de compra e assumir uma posição no mercado. A construção de conceitos e opiniões da imagem pública de uma organização pode ser estabelecida com o desenvolvimento de uma programação visual: produção de logotipo, símbolo gráfico, aplicativos em papelaria, embalagens, sinalização, design de produtos, web design, arquitetura, interiorismo e publicidade. “O que é visto, processado e guardado, sempre será lembrado”.

Em relação à marca (**Figura 31**), a Associação conseguiu atingir os objetivos, pois são visíveis os elementos da cultura amazônica, assim como a preocupação com a sustentabilidade. É válido ressaltar que todas as mulheres da AVIVE se envolveram em reuniões que determinaram a escolha dos elementos, assim como a marca. Quanto aos outros itens que representam a imagem da organização, não houve grandes projetos para programação visual, como por exemplo, produtos de divulgação.



Figura 31: Marca da Avive .
Fonte: Avive, 2010

4.2.1 Proposta de materiais promocionais

1. **Embalagens:** Diante da problemática das embalagens (caixa de sabonete) optou-se em estabelecer um material que criasse um vínculo com a temática regional, seja pela cor ou devido à textura visual de madeira, o papel *kraft*. A embalagem do sabonete assume dimensões 6 x 8 x 3,5 cm; as informações principais vêm no verso do produto, assim como a espécie de que se trata o sabonete. Manter a embalagem primária, papel manteiga para a proteção do produto. A identidade visual terá como base a marca da AVIVE, será aplicada na vertical na embalagem, serão utilizadas três cores no produto contenedor, sendo a cor predominante ligada à espécie do produto florestal não madeireiro utilizado na produção do sabonete. No caso da **Figura 32**, o sabonete é de Cumaru, seguem as outras possibilidades de embalagens.



Figura 32: Sugestão de embalagem secundária para sabonete e identidade visual. Vista planificada.
Fonte: Lilia Mendonça, 2011



Figura 33: Sugestão de embalagens secundárias para sabonetes e identidade visual.
Fonte: Lilia Mendonça, 2011.

Os sabonetes que possuem embalagens plásticas transparentes, a sugestão é de se manter esse material e apenas optar por um plástico de qualidade superior. É claro que o ambiente com temperatura inapropriada compromete a propriedade física do produto, por isso a necessidade de se pensar em um lugar com fatores ambientais adequados. Além disso, a utilização de uma embalagem de papel *kraft*, no formato 13 x 3,5 x 7,0 cm, uma caixa com gaveta (**Figura 34**) na caixa cabem mais de dois sabonetes, oferecendo ao consumidor a oportunidade de presentear.



Figura 34: Sugestão de embalagem e identidade visual para os sabonetes.

Fonte: Lilia Mendonça, 2011.

Outro produto são as velas aromáticas e repelentes (**Figura 35**); quanto à vela comprida, o ideal seria mudar a sua dimensão, ou seja, que seja menor e mais larga, redonda, 5 x 5 cm. Assim, caberiam três em uma caixa já indicada para presente. O material da caixa seria o papel *kraft*, além de um elástico utilizado como sistema de fecho. Em conjunto com a embalagem seria anexada uma etiqueta explicativa, sobre o produto. A dimensão da caixa seria 16,5 x 6 x 6 cm.



Figura 35: Sugestão de embalagem e identidade visual para as velas.
Fonte: Lilia Mendonça, 2011.

Sobre os óleos aromáticos a observação do designer é sobre a unificação dos componentes da embalagem; todos devem possuir o mesmo tipo de vidro e tampa, mudando de cor de acordo com o tipo de óleo. Em relação ao rótulo necessita-se de uma impressão com maior qualidade, pois diante do toque manual ocorre o desbotamento da impressão.

Já o produto incenso, como é vendido por unidade não houve muita preocupação com a embalagem, por isso a sugestão desse sistema contenedor é uma fina caixa plana de *Kraft*, com abertura na parte inferior e no verso. O sistema de fecho um adesivo circular transparente. No verso são alocadas informações sobre a AVIVE e o trabalho que realizam, assim como informações sobre a espécie utilizada para produzir o incenso, ver **Figura 36**.

Outros produtos que seriam interessantes para serem desenvolvidos principalmente com a intenção de valorizar o patrimônio cultural e divulgar as práticas de uso sustentável da biodiversidade consistem em camisetas, *ecobags* e embalagens de transporte.



Figura 36: Sugestão de embalagem e identidade visual para incenso.
Fonte: Lilia Mendonça, 2011.

As camisas assumiriam formatos para o consumidor masculino e feminino, em material algodão e com identidade visual sugerida. Assumiriam duas cores como mostra a **Figura 37**.



Figura 37: Sugestão de produtos de divulgação do produto e território.
Fonte: Lilia Mendonça, 2011.

Outro produto são as *ecobags*, sacolas ecológicas que estão na moda, pois possuem atitude, praticidade e estilo. O objetivo da *ecobag* é conservar e preservar o meio ambiente, já que tem a finalidade de substituir as sacolas plásticas e descartáveis. São economicamente viáveis, pois são reutilizáveis, duram por muitos anos, dependendo do material. A sugestão de *ecobag* para a AVIVE é uma sacola confeccionada com material de algodão cru, impressão da identidade na parte frontal e a alça em uma única cor, ver **Figura 38**.



Figura 38: Produtos de divulgação do produto e território – *Ecobags*.
Fonte: Lilia Mendonça, 2011.

Esses dois produtos seriam acompanhados por etiquetas de identificação e promoção do produto. Em papel *kraft* e com impressão do texto, que divulga o trabalho da AVIVE. Em dimensão (aberta) 8 x 4 cm, com um furo para passar um fio que pode ser palha ou tucum como pode ser observado na **Figura 39**.



Figura 39: Sugestão de etiqueta para os produtos promocionais da Avive.
Fonte: Lilia Mendonça, 2011.



Figura 40: Sugestão de embalagens em três formatos.
Fonte: Lilia Mendonça, 2011.

A embalagem promocional, que transporta o produto para o consumidor são sacolas de papel *kraft* natural com alças de papel torcido, em 125g (Gramatura). Apresentam-se em três tamanhos e com impressão em cores diferenciadas, ver **Figura 40**.

3. **PROMOVER** sistemas de produção e de consumo sustentável

No que concerne às formas de extração e uso da matéria-prima utilizada na confecção dos produtos artesanais, a AVIVE busca a extração sustentável e a certificação sobre as boas práticas de manejo de produtos florestais não-madeireiros, para tanto faz-se necessário trabalhar junto com as comunidades silvenses, proporcionando capacitação técnica desses ribeirinhos e assim possibilitar a comercialização e obter visibilidade no mercado comercial nacional e internacional.

No que consiste aos processos de manufatura e beneficiamento da matéria-prima, o designer como agente mediador estabeleceu as seguintes observações: a atividade tem início com planejamento do manejo sustentável, em seguida o beneficiamento do produto, que ocorre de acordo com demandas. Quanto ao beneficiamento, as artesãs tentam trabalhar com o mínimo de perdas da matéria-prima.

Na área de produção, as etapas seguidas assumem um processo assimétrico, artesanal e caseiro que é realizado na casa de beneficiamento, quando não, em outros lugares até mesmo na casa das próprias artesãs. Outro fator identificado trata-se das ferramentas e em alguns casos o processo é arcaico e perigoso, a destilação do óleo é um exemplo.

No ambiente de trabalho observou-se a aplicação parcial dos 5's (utilização, ordenação, limpeza, saúde, autodisciplina), já que não existe um ambiente específico para o desenvolvimento das atividades. Neste caso, quanto à estrutura física, o ideal é a construção de uma área (casa, prédio) que possibilite a transformação da matéria-prima em artesanato, otimizando e adequando: iluminação, ferramentas, mobiliário na sequência de produção, assim como espaços importantes (estoque de matéria prima, material acabado, embalagem) estabelecidos em áreas estratégicas.

Foi possível perceber que os pontos que mais pedem atenção dentro da produção do artesanal da AVIVE, é a RECONHECIMENTO e PROMOÇÃO do produto e território, onde se deixa de evidenciar e ascender à cultura, tradição e os sistemas de signos da localidade. Além disso, não ocorre de maneira satisfatória a COMUNICAÇÃO do trabalho da associação para com o público, esses problemas demonstraram importantes pontos que podem ter a intervenção do designer.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa reflete um trabalho minucioso de investigação sobre o processo de produção de artesanato a partir de produtos florestais não madeireiros pela AVIVE. Desta maneira, se observou a importância do designer como uma ferramenta estratégica no desenvolvimento dos produtos, deixando de ser apenas a técnica que se preocupa com a forma (física) e função do produto. O design passou a ser uma área do conhecimento interdisciplinar que abrange as mais diversas dimensões científicas, entre elas política, econômica, tecnológica, social, cultural e ambiental.

Atualmente é um diferencial competitivo que defende a bandeira do desenvolvimento sustentável e, diante disso, assumiu maiores responsabilidades com o mercado, principalmente na sua relação com o artesanato. O design contribui com a valorização dessa atividade tradicional, já que possui um caráter técnico científico, inovador e mercadológico. Então, após a análise do trabalho realizado pela AVIVE, foi possível estabelecer algumas ações do design que podem ser inseridas, potencializando a produção e o consumo dos produtos artesanais.

O que pudemos observar é que a AVIVE dentro das práticas comerciais com os seus produtos, busca uma alternativa econômica, via extração sustentável de óleos vegetais aromáticos e medicinais e fabricação de produtos afins, utilizando-se de tecnologia branda, de baixo impacto e integração de ações de conservação ambiental. Dentro do processo de produção artesanal a associação disponibiliza ações que visam contribuir com o desenvolvimento sustentável, principalmente, a prática de atividades que consideram a cultura local, produção, manejo sustentável e inclusão social da comunidade.

Além disso, ainda dentro da análise do designer e a partir das ações estabelecidas por Krucken (2009, p. 98), foi possível perceber que as maiores deficiências no trabalho da AVIVE estavam em RECONHECER, COMUNICAR e PROMOVER o produto e o território, mas as outras ações também sugeridas pela autora podem ser utilizadas e consideradas, pois são importantes e se fazem necessárias para se estabelecer estratégias de apoio ao designer. Entre as ações estão: ATIVAR (as competências situadas no território), PROTEGER (identidade local, patrimonial, material e imaterial), APOIAR (a produção local), DESENVOLVER (novos produtos e serviços que respeitem a vocação e valorizem o

território), CONSOLIDAR (redes e território). De acordo com essas ações, Mouco em sua dissertação descreveu essas necessidades (2010, p.132)

O desenvolvimento de redes é fundamental para integrar competitivamente o território, pois, facilita o acesso do produto até o consumidor, promove a conectividade e o domínio de novas tecnologias e a renovação das estratégias de gestão e de organização do território. Para construir e consolidar redes no território é necessário: infraestrutura (tecnologia de informação, transporte, etc.), interesse e envolvimento de agentes políticos e da própria comunidade produtora, possibilidade de financiamento à produção e à pesquisa. A integração de competências é o ponto chave para o desenvolvimento de redes, sendo imprescindível uma visão compartilhada entre atores do meio empresarial, institucional e governamental e aliar conhecimentos de várias áreas como, por exemplo: práticas de manejo sustentável, avaliação do impacto sócio econômico, gestão de negócios, desenvolvimento de processos industriais, *design* e desenvolvimento de produto, avaliação da toxicidade de produtos, análise de mercado, assessoria legal, financeira, laudos antropológicos e outros.

Como consolidação deste trabalho é necessário que haja apoio, por meio de políticas públicas, para fortalecer as construções territoriais e a diferenciação de produtos com base em identidade cultural, sem que ocorra descaracterização da base social da comunidade local. O suporte por parte do governo e das instituições de pesquisa também são importantes para conscientizar a sociedade dos valores que estão embutidos nos produtos.

Destaca-se neste ponto os programas de governo (municipal, federal) e projetos Institucionais existentes que promovem o apoio ao desenvolvimento da atividade do artesanato e contribuem para a constituição de Políticas Públicas para o setor, através da qualificação do artesão, da melhoria de seus produtos e no apoio à comercialização.

O apoio do governo é muito importante para proteger este sistema, influenciando seu crescimento, garantindo Políticas Públicas para o seu beneficiamento e a participação popular.

Cabe ao Estado aproximar os diferentes agentes sociais, públicos e privados, estimulando a criação de uma institucionalidade territorial que favoreça o fomento econômico e a capacidade inovativa; esses procedimentos induzem os agentes locais a participarem e dialogarem sobre as oportunidades de desenvolvimento, localizarem entraves ao processo de modernização, a fim de reduzi-los; desta forma, abrindo caminhos para a crescente participação social no processo de decisão e construção regional, se pode garantir a adaptação rápida às constantes mudanças provenientes do dinamismo global.

O maior problema que se percebe atualmente é que apesar da importância do *design* como área do conhecimento que contribui com os processos artesanais, execução e comercialização dos produtos há poucos incentivos fiscais do governo federal direcionados para a promoção de políticas públicas, pensando na otimização do setor artesanal. O ideal seria que esses estímulos também direcionassem para a profissão, mas o que temos de concreto com relação a incentivos e políticas públicas para a profissão do *design* teve início na no final da década de 70, quando o governo do estado de São Paulo e a Federação das Indústrias concretizaram um convênio e criaram o Núcleo de Inovação e Design – NDI. Mas foi apenas em 1995 que o Governo Federal, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior lançou o Programa Brasileiro de Design – PBD, voltado para a utilização

da gestão do design nos setores produtivos do Brasil. Apesar desse empenho, e atualmente de instituições, públicas e privadas, ainda não existe uma legislação concreta que ampare às necessidades desse nicho do mercado. A iniciativa ainda é insignificante se levarmos em consideração o território nacional. Mas foi um princípio como podemos observar:

O design está no âmago dos sistemas de inovação que promovem a competitividade e, no Brasil, tem sido colocado em pauta pelo governo como parte da agenda de desenvolvimento regional: gradativamente ele tem passado a integrar o planejamento das empresas e a tornar-se objeto de esforços coordenados na nova geração de políticas públicas. Entre as ações institucionais neste sentido está a criação do Programa Brasileiro de Design, lançado em 1995, que se propõe a articular o conjunto de ações do governo em apoio às iniciativas do setor privado, com vistas ao fortalecimento do design brasileiro (AMARAL, 2002). Outros direcionamentos, como os dados pelos planos plurianuais do governo federal, integraram o planejamento regional e o federal, e propuseram uma nova cultura gerencial, ampliando a atuação de instituições tais como o SEBRAE e o SENAI. O design passou então a ser estimulado dentro de um contexto de apoio à base regional de desenvolvimento em conformidade com os valores sócio-regionais, ligado a mecanismos tais como o fortalecimento de aglomerações produtivas. É dentro deste contexto que as relações entre design e artesanato adquirem relevância. (CUNHA DE CASTRO, 2009, p. 91)

Apesar de uma tímida mudança de paradigma, atualmente conta-se com a adesão de instituições de ensino federal e particular do curso de design, ao incentivar trabalhos com produtos regionais, estabelecendo metodologias de ensino que respeitem a cultura e os costumes locais. Existem ainda as instituições como o SEBRAE que busca orientar as pequenas empresas no que consiste no planejamento, execução e monitoramento de projetos. Isso, porque há as médias e grandes empresas que na corrida para cumprir exigências de uma sociedade mais consciente ambientalmente, busca os selos verdes de qualidade. Neste caso existe um trabalho interdisciplinar, onde o designer é inserido com outros profissionais para contemplar as necessidades de uma valorização do produto e território. Todo esse processo são passos que foram executados em longo prazo, mas o grande impulso no caso da AVIVE, com certeza seria dado mediante políticas públicas como respostas para com a sociedade local, objetivando promover o desenvolvimento além da geração de renda no estado do Amazonas.

Ainda sobre o trabalho de produção artesanal desenvolvido pela Associação, dentro de uma filosofia ambiental, segue a sugestão, ou reflexão, para que o processo não perca a sua essência tradicional, apesar da necessidade de se construir um espaço com uma estrutura física adequada para a produção. Não se pode esquecer que atualmente com a problemática

ambiental, o homem busca serviços e produtos sustentáveis, opta por quem proporciona esses objetos cheios de simbolismos e tradição.

Quanto às dificuldades identificadas no trajeto do estudo foram principalmente relacionadas à pesquisa de campo, pois houve uma reprogramação do cronograma, para se adequar ao tempo das atividades realizadas pelas associadas. Cobrir as possíveis comunidades e localidades de produção dos produtos florestais não madeireiros tornou-se bastante difícil seja pela logística e principalmente pelo tempo de extração dos recursos.

Por fim, o que foi evidenciado é que mesmo que haja por parte da AVIVE todo um trabalho de desenvolvimento de produtos e serviços verdes, se não houver um planejamento da comunicação visual que proponha uma identidade, materiais adequados e materiais promocionais, não se divulgará o produto e o território, conseqüentemente, não haverá um *feed back* por parte do consumidor, que por desconhecer a cultura, tradição e o trabalho realizado dentro de dimensões sustentáveis dessa comunidade amazônica, não optarão pelo produto por total desconhecimento a filosofia natural desenvolvida pela Associação.

REFERÊNCIAS

AB'SABER, Aziz N. **Amazônia: Do discurso à Práxis**. 2ª ed. São Paulo: EDUSP, 2004.

AFONSO, Cintia Maria. **Sustentabilidade: caminho ou utopia?** / Cíntia Maria Afonso. – São Paulo: Annablume, 2006.

AMARAL, S. As exportações do design. – Taste of Brazil. In: LEAL, J.J. **Um olhar sobre o design brasileiro**. São Paulo: Objeto Brasil; Instituto Uniemp; Imprensa Oficial do Estado, 2002.

AZEVEDO, Wilton. **O que é design**. São Paulo: Editora Brasiliense, 3 edição, 1991. 92 p.
BALZON, D. R.; SILVA, J. C. G. L.; SANTOS, A. J. **Aspectos mercadológicos de produtos florestais não-madeireiros – Análise retrospectiva**. Floresta 34(3), 2004, Curitiba – PR. 363-371.

BARROS, Luiz Antonio dos Santos. **Design e artesanato: as trocas possíveis**. Orientador: Cláudio Freitas de Magalhães. – 2006.

BARROSO, Eduardo. **O que é Artesanato? Curso de Artesanato Módulo 1**. São Paulo, 2001. Disponível em <<http://www.eduardobarroso.com.br-a>>. Acesso em 03/06/2010.

_____. **Design e identidade cultural no artesanato. Primeira Joranda Iberoamericana de Design no Artesanato**. Fortaleza, 1999. Disponível em: <http://www.eduardobarroso.com.br/artigos.htm>. Acesso em: 25/05/2010.

BENTES-GAMA, M. M. **Principais relações de comercialização de produtos florestais não-madeireiros (PFNM) na Amazônia**. 2005. EMBRAPA/CPAFRO. Disponível em: <http://www.agronline.com.br/artigos/artigo.php?Id=299>. Acessado em: 04 de agosto de 2007.

BECKER, Bertha. **Revisão das Políticas de Ocupação da Amazônia: é possível identificar modelos para projetar cenários?**. In: Revista Parcerias Estratégicas, n° 12, setembro, 2001.
BENTES-GAMA, M. M. **Principais relações de comercialização de produtos florestais não-madeireiros (PFNM) na Amazônia**. 2005. EMBRAPA/CPAFRO. Disponível em: <http://online.com.br/artigos/artigo.php?Id=299>. Acessado em: 15/04/ 2009.

Biodiesel e óleo vegetal in Natura: soluções energéticas para a Amazônia. Brasília: Ministério da Minas e Energia, 2008. 168 p.

BOURDIEU, Pierre. **O desencantamento do mundo**. São Paulo: Edições Perspectiva S.A. 1979.

BOTELHO, Vinícius Simões. **Design e Artesanato: Um estudo Comparativo sobre Modelos de Intervenção**. Monografia (Graduação em Design) Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005.

BRASIL. **LEI Nº 6.001, DE 19 DE DEZEMBRO DE 1973.** Disponível em:<
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6001.htm> Acesso em 6 de junho de 2011

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Material Didático Desenvolvimento Sustentável.** Brasília: MDA/FAO, 2004. 158p

BÜRDEK, Bernhard E. **Design: História, Teoria e Prática do Design de Produtos;** tradução Fredy Van Camp. – São Paulo: Edgard Bücher, 2006.

Capítulo 1: Integração entre o meio ambiente e o desenvolvimento 1972-2002. In: Perspectivas do Meio Ambiente Mundial GEO-3, 2004. Disponível em: <http://www.wwiuna.org.br/geo_mundial_arquivos/capitulo1.pdf>. Acesso: 05 mar. 2011.

CASTRO, Edna. **Território da Biodiversidade e Saberes de Populações Tradicionais. In: Faces do tropico úmido: conceitos e nova questão sobre o desenvolvimento e meio ambiente.** Org. Edna de Castro, Florence Pinton. Belém CEJUP: UFPA-NAEA, 1997.

CASTRO, Edna; PINTON, Florence. **Faces do trópico úmido: conceitos e novas questões sobre desenvolvimento e meio ambiente.** Belém: CEJUP:UFPA-NAEA, 1997.

CAVALCANTE, Clóvis. **Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas.** São Paulo: Cortez, 1997.

_____. **Sustentabilidade da economia: paradigmas alternativos da realização econômica.** In: CAVALCANTI, Clovis (org). **Desenvolvimento e natureza: estudo para uma sociedade sustentável.** São Paulo: Cortez; Recife, PE: Fundação Joaquim Nabuco. 1998.

COELHO, L., A. **Conceitos-chave em design.** Organizador Luiz Antonio L. Coelho. Rio de Janeiro. Ed. Puc-rio. **Novas idéias, 2008.**

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design.** Edgard Blücher, 2000.

COELHO, L., A. **Conceitos-chave em design.** Organizador Luiz Antonio L. Coelho. Rio de Janeiro. Ed. Puc-rio. **Novas idéias, 2008.**

COSTA, Janete. **Artesanato, Produção e Mercado: uma via de mão dupla.** São Paulo: Programa Artesanato Solidário, 2009.

CLAY, Jason W.; SAMPAIO, Paulo de T.B.; CLEMENT, Charles R. **Biodiversidade Amazônica: exemplos e estratégias de utilização.** 1 ed. Manaus: INPA - Programa de desenvolvimento Empresarial e Tecnológico, 2000.

CUNHA DE CASTRO, Maria Luiza Almeida. **Entre a arte a indústria: o artesanato em suas articulações com o design.** Revista Espaço Acadêmico, v 9, n. 102. 2009. Disponível em:

<http://www.periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/viewFile/7356/4809>.

DIAS, Guilherme Vieira; TOSTES, José Glauco Ribeiro. **Desenvolvimento Sustentável: do ecodesenvolvimento ao capitalismo verde.** Revista da Sociedade Brasileira de Geografia, Rio De Janeiro, v. 2, n. 2, 2009. Disponível em:

<http://www.socbrasileiradegeografia.com.br/revista_sbg/artigos.html>. Acesso em: 05 jan. 2011.

DIEGUES, Antônio Carlos e Arruda, Rinaldo S. V. (org.). **Saberes Tradicionais e Biodiversidade no Brasil**. Brasília: Ministério do Meio Ambiente; São Paulo: USP, 1999.

DINATO, M. **Produção e Consumo Sustentáveis: a visão da Natura Cosméticos S.A.** Tese de Doutorado defendida no PPGA/EA/UFRGS. Porto Alegre, 2006.

DRUMMOND, J. A. A extração sustentável de produtos florestais na Amazônia brasileira: vantagens, obstáculos e perspectivas. **Estudo Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 6, 1996.

DUBOIS, Jean C. L. Utilização do Potencial Extrativista das Florestas Amazônicas: Soluções Encontradas pelo Homem na Amazônia. **Palestra apresentada no Depto de Fitotecnia**, na UFRuralRJ. Seropédica, 15 de outubro 1996

EMPERAIRE, L. & Lescure J.P. 2000. Introdução. In: (Vários Autores). **A floresta em jogo: O extrativismo na Amazônia Central**. São Paulo: Editora UNESP.

FACHONE, Savana Leão; MERLO, Márcia. **Designer Artesão ou Artesão Designer ? uma questão contemporânea**. Designer, Arte, Moda e Tecnologia, São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://sitios.anhemi.br/damt/arquivos/50.pdf>>. Acesso em: 16 jul. 2011.

FARIA, Ivani Ferreira. **Mapeamento participante na Reserva de Desenvolvimento Sustentável (RDS) de Saracá Piranga/Silves-AM** Participant mapping in Sustainable Development Reserve (RDS) in the Piranga Saracá / SILVES-AM.

FILHO, João Gomes. **Design do Objeto - Bases Conceituais - Design do Produto / Design Gráfico / Design de Moda / Design de Ambientes / Design Conceitual**. São Paulo: Escrituras Editora, 2006.

FIELD, Charlotte & Peter. **Design Handbook**. Köln: Taschen, 2006.

FREITAS, A.L.C. **Design e Artesanato “Uma experiência de inserção da metodologia de projeto de produto**. Dissertação de Mestrado da UFMG. Minas Gerais. 2006.

GALDINO, Ana Paula Passaes. **Estudo de Mercado: andiroba, buriti/miriti, murumuru**. [S.l. : s.n.], 2007. 34p.

GOES, Regiandro Albuquerque. **Palmeira Piaçaba**. Disponível em: <<https://pbrasil.wordpress.com/mudamos-para-www-planobrasil-com/espaco-do-leitor/amazonia-nossa-selva/piacaba/>>. Acesso em: 23 maio 2011.

GRAÇA, Rosilene Ramos. **Puxuri, uma potencialidade do município de Borba**. Manaus: UTAM, 2003. 49 p. (Monografia em Tecnologia da Indústria da Madeira)

HALL, Stuart. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Ed. DP&A, Rio de Janeiro, 1997.

HOMMA, Alfredo Kingo Oyama. **Extrativismo vegetal na Amazônia: Limites e oportunidades**. Brasília: EMBRAPA-SPI, 1993.

IANNI, Octávio. **A Era do Globalismo**. Rio de Janeiro- RJ : Civilização Brasileira, 1997.

KAZAZIAN, Thierry (Org.). **Haverá a idade das coisas leves: design e desenvolvimento sustentável**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2005.

KRUCKEN, Lia. **Design e Território: Valorização de Identidades e Produtos Locais**. Belo Horizonte: Studio Nobel, 2009.

KÜSTER, A.; HERMANN, K.; ARNS, P.C. 2004. **Agenda 21 Local – Orientações metodológicas para construção e avaliação**. 202 p.

LAYRARGUES, Philippe Pomier. **Do Ecodesenvolvimento ao Desenvolvimento Sustentável: Evolução de um conceito?** Rev. Proposta, n.71 Fev./1997.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. 13.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000. (Coleção antropologia social, 12)

LEAL, Joice Joppert. **Um olhar sobre o design brasileiro**. São Paulo: Joice Joppert Leal, 2002.

LEFF, Enrique. **Saber Ambiental. Sustentabilidade, Racionalidade, Complexidade, Poder**. Petrópolis, RJ, Vozes/PNUMA, 2001.

_____. **Ecologia, Capital e Cultura: Racionalidade Ambiental, Democracia Participativa e Desenvolvimento Sustentável**. Blumenau: Ed. Da FURB, 2000.

LOUREIRO, Artur A.; FREITAS, Jorge Alves de; RAMOS Kátia B. L.; FREITAS, Carlos A.A. de. **Essências Madeireiras da Amazônia**. Manaus: MCT/INPA-CPPF, 2000.

MANHÃES, Adriana Pellegrini. **Projeto “Salvando plantas que salvam vidas e meios de vida”, executado em parceria entre AVIVE e UICN: Aplicação do relatório com o Padrão ISSC-MAP**. Princípio 6 (Aplicação de práticas comerciais responsáveis). Julho, 2009. Manaus-AM. [MÍMEO]

MACHADO, Denise. **Catadoras de caranguejo e saberes tradicionais na conservação de manguezais da Amazonia brasileira**. *Revista Estudos Feministas*, maio-agosto, ano/vol. 15, número 002. Universidade Federal de Santa Catarina. Rio de Janeiro, Brasil, PP. 485-490. 2007.

MANZINI, Ezio. **Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais** / Ezio Manzini; [coordenação de tradução Carla Cipolla; equipe Elisa Spampinato, Aline Lys Silva]. Rio de Janeiro: E-papers, 2008. (Cadernos do Grupo Altos Estudos; v.1).

MARTÍNEZ-ALIER, J. **Da economia ecológica ao ecologismo popular**. Blumenau: FURB, 1998.

MEDEIROS, Raquel da Silva. **Relatório do Plano Anual de Coleta de Produtos Florestais Não Madeireiros**. Manaus-AM, 2009. [MÍMEO].

MICHALISZYN, Mario Sergio; TOMASINI, Ricardo. **Pesquisa: Orientações e Normas para Elaboração de Projetos, Monografias e Artigos Científicos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

MOUCO, Iuçana; LOPES, Jansen; CORDEIRO, Emmanuelle; MACHADO, Joice. **Metodologia para desenvolvimento de produtos sustentáveis**. Manaus: FUCAPI. 10 p.

MANO, Ana Raquel de Oliveira. **Efeito Aleopático do extrato aquoso de sementes de cumaru (*Amburana cearensis* S.) sobre a germinação de sementes, desenvolvimento e crescimento de plântulas de alface, picão-preto e carrapicho**. 2006. 102 f. Dissertação (Mestrado em Agronomia)-Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2006.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. 2ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

NATURA. **Relatório Anual NATURA 2009**. Itaperica da Serra: 2010. 147 p.

NEVES, Manuela; GOMES, Cláudia. **Design e artesanato: aplicação aos “Lenços de Namorados”**. Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design outubro de 2008 São Paulo Brasil ISBN 978-85-60186-03-7.

PEREIRA, Quesia da Costa. **Design e artesanato: uma alternativa para o designer pernambucano**. 2004. 77 f. Monografia (Graduação em Design). Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2004.

PEREZ, C. **Signos da marca. Expressividade e sensorialidade**. São Paulo: Thomson Learning, 2004.

PINTO, Ana Florência de Carvalho Martins. **Metodologia do Trabalho Científico: planejamento, estrutura e apresentação de trabalhos acadêmicos, segundo as normas da ABNT**. Disponível em: <http://www.iceg.pucminas.br/ApostilaMetdologia%20%20Cientifica%20Administracao.%20pdf>. Acesso em: 14 de março de 2011.

Plantas, usos & preparados: plantas medicinais de uso popular para a saúde da mulher. Manaus; Silves: Attema Design Editorial, 2009. 93 p.

POSEY, A. D. **Etnobiologia: Teoria e prática**. In. RIBEIRO, B. G. (Coord.). SUMA Etnológica Brasileira. 1 Etnobiologia. Petrópolis: Vozes, 1986.

PRANCE, G.T. Botânica Econômica de algumas espécies Amazônicas: açaí, buriti, pupunha, pau-rosa, araçá-boi, camu-camu, abriú, copaíba, piassaba, patuá, sorva e tucumã. **Relatório de Botânica econômica, INPA/FUA**, Manaus, 1987.

QUEIROZ, D. T.; VALL, J.; SOUSA, A. M. A.; VIEIRA, N. F. C. **Observação participante na pesquisa qualitativa: Conceitos e aplicações na área da saúde**. Revista Enfermagem UERJ, Rio de Janeiro, p.276-283, 2007.

QUEIROZ, Karine Gomes. **Design Amazônico: desafios de sustentabilidade, cultura material e expressão cultural**. T&C Amazônia, Manaus, v. 3, n. 7, p.49-54, jul. 2005.

RAGASSI, G. F.; SCARPINELLI, M. **Marketing verde: ferramenta de gestão ambiental nas empresas**. Revista Científica Eletrônica de Ciências Contábeis. Ano.I. n.02. Outubro, 2003.

REVILLA, J. **Apontamentos para a cosmética amazônica**. 2. ed. Manaus: INPA; Sebrae, 2002.

_____. **Plantas da Amazônia: oportunidades econômicas e sustentáveis**. Manaus: SEBRAE: INPA, 2000.

RIBEIRO, Silvia Aranha de Oliveira. **Vida e Morte no Amazonas**. São Paulo: Edições Loyola, 1991.

RIBEIRO, Wagner Costa. **A ordem ambiental internacional**. São Paulo: Contexto, 2005.
Riquezas da floresta: frutas, plantas medicinais e artesanato na América Latina. Bogor: CIFOR, 2008. 154 p.

ROIZENBRUCH, Tatiana Azzi. **O jogo das diferenças: design e arte popular no cenário multicultural brasileiro** / Tatiana Azzi Roizenbruch. – 2009.

RORIZ, Priscilla Carvalho de Oliveira. **O trabalho do artesão e suas interfaces culturais-econômicas**. 2010. 197 f., il. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações)-Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

SANTOS, Flavio A. dos. **O design como diferencial competitivo**. Itajaí: Ed. da Univali, 2000.

SACHS, Ignacy. **Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável**. 3ª edição. Rio de Janeiro: Ed. Garamond, 2008.

SHANLEY, P; MEDINA, G. **Frutíferas e plantas úteis na vida Amazônica**. Belém: Cifor, Imazon, 2005.

SEBRAE. **Termo de referência: atuação do Sistema SEBRAE no artesanato**. Brasília : SEBRAE, 2010.

_____. **Termo de Referência do Programa Sebrae de Artesanato**. Brasília: SEBRAE, 2004.

_____. **Histórias de Sucesso: experiências empreendedoras. Vol. 1**. Organização: Renata Barbosa Duarte. Brasília, 2004-A.

SCARPINELLI, Marcelo; RAGASSI, Gláucia Frutuoso. **Marketing verde: ferramenta de gestão ambiental nas empresas**. Revista Científica de Ciências Contábeis, Garça, v. 1, n. 2, out. 2003. Disponível em: <<http://www.fae.br>>. Acesso em 11 abr. 2011.

SCHERL, Lea M. et al. **As áreas protegidas podem contribuir para a redução da pobreza? Oportunidades e limitações**. Gland, Suíça e Cambridge, Reino Unido: IUCN: 2006.

SCHMAL, Johanna Martha Barbara. **Projeto Comunitário de Produção Sustentável de Óleos Essenciais da Região de Várzea em Silves**. Silves – AM, 2008 (MIMEO)

_____, Bárbara, Erbertes Almeida Campos, Márcio João Neves Batista, Valda Roso da Silva. **Óleos da Amazônia os cheiros da floresta em vidrinhos: Manejo comunitário de produtos florestais não-madeireiros e fortalecimento local no município de Silves - AM**. Manaus-AM, 2006.

_____, Johanna Martha Barbara. Relatório Manejo Florestal Não-Madeireiro na Fazenda 2000. Manaus-AM, 2008 (MIMEO)

_____, Johanna Martha Barbara. Relatório Manejo Florestal Não-Madeireiro na Fazenda 2000. Manaus-AM, 2009(MIMEO)

SOUZA LIMA, Antonio Carlos de, e BARROSO-HOFFMANN, Maria (orgs.). **Etnodesenvolvimento e políticas públicas; Estado e povos indígenas; e Além da tutela: bases para uma nova política indigenista**. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria. 3 vols. 2002.

SOUZA, Pedro Luiz de. **Notas para uma história do design**. Rio de Janeiro: Ed. 2ab, 2008.

SOUZA, M.H. **Madeiras tropicais brasileiras**. Brasília: Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis. Laboratório de Produtos Florestais, 1997.

STAHEL, A. W. Capitalismo e entropia: os aspectos ideológicos de uma contradição e a busca de alternativas sustentáveis. In: CAVALCANTE, C.(org.). **Desenvolvimento e natureza: estudos para uma sociedade sustentável**. São Paulo: Cortez, 1995.

STRUNK, Gilberto. **Como Criar Identidades Visuais para Marcas de Sucesso**. Rio Books, 2001.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS. Proposta de política florestal para a Amazônia brasileira. Manaus 1979. 72p.

ANEXOS



Universidade Federal do Amazonas
Instituto de Ciências Humanas e Letras
Departamento de Geografia
Laboratório de Geografia Humana



DECLARAÇÃO

Eu, **IVANI FERREIRA DE FARIA**, doutora, professora da UFAM e do Programa de Pós-graduação em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia, declaro pelo presente instrumento que **LILIA VALESSA MENDONÇA DA SILVA** é aluna regular do programa e desenvolve o projeto intitulado a dissertação intitulada **PROCESSO DE PRODUÇÃO DE ARTEFATOS PELA AVIVE COMO UMA PROPOSTA DE DESIGN SUSTENTÁVEL**.

Manaus, 29 de março, de 2011

Prof.^a. Dr.^a. IVANI FERREIRA DE FARIA

TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Eu, Maric de Conceição R de Almeida, residente na
Rua Alvaro Maia 527, cidade de
Silves-AM, RG 0615259-9, autorizo Lilia Valessa
Mendonça da Silva, residente em Manaus-AM, na Rua Rio Juruá, 50 Quadra
7, RG 13177923, a publicar as informações prestadas por mim em sua
dissertação com o provável título **PROCESSO DE PRODUÇÃO DE
ARTEFATOS PELA AVIVE COMO UMA PROPOSTA DE DESIGN
SUSTENTÁVEL**, pelo Programa de Pós Graduação em Ciências do Ambiente
e Sustentabilidade na Amazônia, da Universidade Federal do Amazonas.

Silves-AM, 18.06.2011

Maric de Conceição R de Almeida

TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Eu, Anete de Souza Costa, residente na
Rua Jurival Pery S., cidade de
Silves-AM, RG 0943279-5, autorizo Lilia Valessa
Mendonça da Silva, residente em Manaus-AM, na Rua Rio Juruá, 50 Quadra
7, RG 13177923, a publicar as informações prestadas por mim em sua
dissertação com o provável título **PROCESSO DE PRODUÇÃO DE
ARTEFATOS PELA AVIVE COMO UMA PROPOSTA DE DESIGN
SUSTENTÁVEL**, pelo Programa de Pós Graduação em Ciências do Ambiente
e Sustentabilidade na Amazônia, da Universidade Federal do Amazonas.

Silves-AM, 18.06.2011

Anete de Souza Costa