

CADEIA DE VALOR DO

ARTESANATO

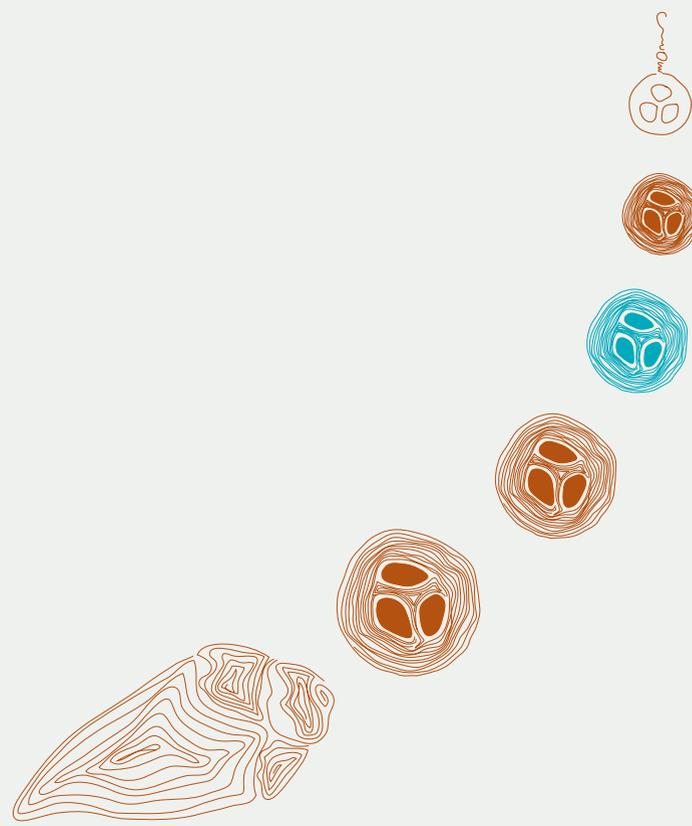
DOS TERRITÓRIOS INDÍGENAS AOS MERCADOS



CADEIA DE VALOR DO

ARTESANATO

DOS TERRITÓRIOS INDÍGENAS AOS MERCADOS



FICHA TÉCNICA

Organização: Marcio Halla, Forest Trends

Editora: Beatriz Vianna de Araujo Cintra

Revisão:

Equipe da Iniciativa Comunidades e Governança Territorial da Forest Trends no Brasil (Equipe FT) – Cairã Andrade, Carlos Silva, Fabio Melo, Jonas Gebara, Luan Neves, Marcio Halla, Maria Barcellos, Muyara Ruiz, Nicia Coutinho, Pedro Póvoa, Suellen Manguiera, Tatiana Tintino

Pesquisa e Revisão: Amanda Santana e Fernando Niemeyer, TUCUM

Projeto gráfico, ilustrações e diagramação: Lica Donaire, Ecotoré Serviços Socioambientais

Realização: Iniciativa Comunidades e Governança Territorial da Forest Trends (ICGT-FT)

Diretor da ICGT-FT: Beto Borges

Gerente da ICGT-FT: Carla Cardenas

Coordenador do Projeto Nossa Floresta Nossa Casa: Marcio Halla

Equipe do Projeto Nossa Floresta Nossa Casa: Equipe FT

Parceria: Povos e Organizações Indígenas do Mosaico Tupi

Parceiros estratégicos: USAID, CIAT e PPA

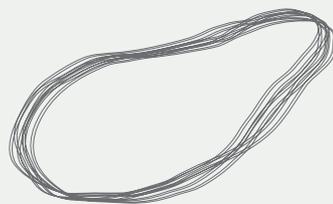
“Esta publicação pode ser reproduzida no todo ou em parte e em qualquer forma para fins educacionais ou sem fins lucrativos, sem necessidade de permissão especial do titular dos direitos autorais, desde que seja citada a fonte. A Forest Trends, porém, gostaria de ser informada e receber uma cópia de qualquer publicação ou menção que venha utilizar esta publicação como fonte. É vetado qualquer uso comercial da publicação.”



CADEIA DE VALOR DO

ARTESANATO

DOS TERRITÓRIOS INDÍGENAS AOS MERCADOS



SICLAS

CIAT Centro Internacional de Agricultura Tropical.

Conab Companhia Nacional de Abastecimento.

Funai Fundação Nacional do Índio.

FT Forest Trends.

Ibama Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis.

IBGE Instituto Brasileiro de Pesquisa e Estatística.

IEI Iniciativas Econômicas Indígenas.

Imaflora Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola.

ICGT-FT Iniciativa Comunidades e Governança Territorial da Forest Trends.

IPAM Instituto de Pesquisa Ambiental da Amazônia.

ISA Instituto Socioambiental.

NFNC Nossa Floresta Nossa Casa, programa da Iniciativa Comunidades e Governança Territorial da Forest Trends.

ONG Organização não-governamental.

PPA Plataforma Parceiros pela Amazônia.

RESEX Reservas Extrativistas.

Sebrae Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

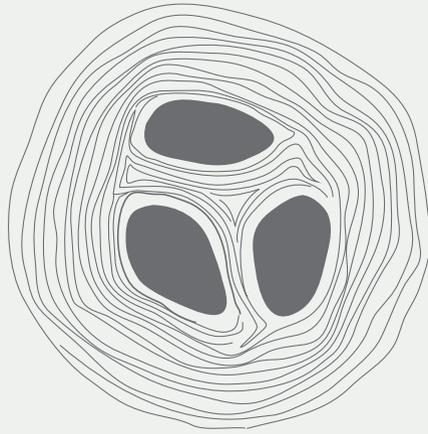
TI Terra Indígena.

USAID Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional.



SUMÁRIO

Prefácio	11
Beto Borges, Forest Trends	
Apresentação	15
Marcio Halla, Forest Trends	
Conceitos	21
Marcio Halla e Equipe FT	
Parte I	
Capítulo 01 – A cadeia	29
Cairã Andrade e Equipe FT	
Capítulo 02 – O mercado	49
Tatiana Tintino e Equipe FT	
Parte II	
Capítulo 03 – O Território Mosaico Tupi	73
Suellen Mangueira e Equipe FT	
Capítulo 04 – As Iniciativas Econômicas Indígenas	87
Tatiana Tintino e Equipe FT.	
Posfácio	99
Augusto Corrêa, Plataforma Parceiros pela Amazônia	



PREFÁCIO

As mais de duas décadas de parceria com povos indígenas ensinaram à Forest Trends que a colaboração a longo prazo e o apoio às comunidades indígenas é o melhor caminho para estabilizar a fronteira florestal, ajudando-os a defender suas florestas de atividades ilegais e fortalecendo as economias florestais de acordo com sua autodeterminação (BORGES, 2021¹).

As florestas cobrem aproximadamente 30% da superfície da Terra e, conforme estimativa da Forest Trends (WHITE e MARTIN, 2002), estima-se que nas florestas da América Latina, Oeste da África e Sudeste Asiático vive uma população indígena de 60 milhões de pessoas. A conservação dessas áreas e o bem-estar de seus habitantes estão intrinsecamente ligados: a título de exemplo, a América Latina concentra 50% dessa cobertura florestal e 23% da área, aproximadamente 435 milhões de hectares (RRI, 2015), são habitados por povos indígenas e comunidades locais que as utilizam para sua sobrevivência, alimentação, saúde, moradia, fontes de renda e cultura.

A presença desses povos vem mantendo as florestas conservadas devido às suas práticas de uso tradicional e sustentável dos recursos naturais. Ademais, onde os direitos pela segurança territorial estão garantidos por lei, o desmatamento é controlado significativamente, como demonstram dados de monitoramento da Amazônia realizado pela Ecociência: durante 15 anos, 88% do desmatamento na região ocorreu fora dos territórios indígenas, que mantiveram biomassa em maior proporção (FONDO PARA LA DEFENSA DEL MEDIO AMBIENTE - EDF, 2017). Vê-se, portanto, como esses povos contribuem efetivamente para a conservação de paisagens florestais intactas, beneficiando a conservação da biodiversidade e os compromissos climáticos nacionais.

Os dados sobre o desmatamento na Amazônia demonstram também a importância de assegurar aos povos a permanência em seus territórios e de se valorizar seus modos de vida e bem viver. Os territórios indígenas compreendem 22% da extensão total da Amazônia Legal brasileira: proporcionalmente ao território nacional, 13% são Terras Indígenas (TIs) que se estendem por 110 milhões de hectares onde 238 povos, falantes de 180 idiomas diferentes, estão distribuídos em 677 TIs (FUNDO VALE, 2012). Além dessas áreas, existem muitas demandas por

1 O artigo “Por que a bioeconomia Amazônica é um caminho para o Brasil”, publicado pela revista Página22 em 28 jul. 2021, de autoria própria, serviu de base para o texto deste prefácio. Disponível em < <https://pagina22.com.br/2021/07/28/por-que-a-bioeconomia-amazonica-e-um-caminho-para-o-brasil/> >. Acesso: 15 de dez. de 2021.

novas demarcações que ainda não foram atendidas pelo governo federal e a luta pela regularização das TIs continua sendo de grande importância, assim como é de enorme urgência a governança territorial integrada das que já foram regularizadas.

Além do direito territorial e da importância que as florestas representam para o bem-estar e cultura desses povos e comunidades, a conservação da floresta em pé através da presença deles e o uso sustentável de seus recursos traz benefícios importantíssimos para toda a humanidade. Os povos indígenas e comunidades locais são os principais guardiões dos serviços ecossistêmicos que as florestas oferecem: biodiversidade, água e ciclos hídricos, conservação dos solos, e, especialmente, a regulação de gases que causam a mudança climática. Eles controlam aproximadamente 24% (54.546 MtC) de todo o carbono acima da terra nas florestas tropicais do mundo, uma quantia 250 vezes superior que o gás dióxido de carbono emitido por viagens aéreas no mundo em 2015 (RRI, 2016).

No caso do Brasil, o reconhecimento dos povos indígenas como provedores de serviços ambientais por manterem a floresta em pé foi fortalecido com o decreto federal nº 7.747, de junho de 2012. Foi ele que instituiu a Política Nacional de Gestão Territorial e Ambiental de Terras Indígenas (PNGATI), a qual estabelece o reconhecimento dos direitos de povos indígenas em relação a serviços ambientais em função da proteção, conservação, recuperação e uso sustentável dos recursos naturais de suas terras (BRASIL, 2012).

Apesar da visível contribuição dos povos para assegurar os serviços ecossistêmicos e mitigar a mudança climática, contribuição, inclusive, reconhecida por mecanismos legais brasileiros, esses povos têm sofrido grandes pressões e violência contra seus direitos territoriais. Devem ser notadas também a ausência significativa de financiamento direto para a garantia de seus direitos e governança territorial, e, ainda, a insuficiência de políticas públicas que reconheçam e assegurem seus direitos e que criem mecanismos que beneficiem o bem viver desses guardiões da floresta. Retornando ao exemplo da região Amazônica, os territórios indígenas detêm 33% do estoque de carbono (WALKERA, 2020) e tiveram 0.1% de perda líquida de carbono de 2003 a 2016 – a taxa mais baixa entre as áreas protegidas da Amazônia (WALKER et al., 2019) –, mas estima-se que somente 11% de todo o financiamento climático seja destinado a apoiar os povos indígenas, sendo que, desse valor, apenas a insignificante porção de 0.4% é recebida e administrada diretamente pelas organizações indígenas (FOREST TRENDS, 2013).

Diante disso, promover a conservação da Amazônia, dando apoio a milhares de povos indígenas e comunidades tradicionais da floresta, é a um tempo um desafio e uma oportunidade para o Brasil. Como força econômica proeminente

e por possuir a maior área de floresta do mundo, o país está posicionado estrategicamente para ser um líder global no desenvolvimento sustentável inclusivo e ambientalmente seguro, criando uma nova maneira de fazer negócios, o que pode e deve ser parte deste momento em que os países lentamente entram na recuperação pós-pandemia de covid-19.

Agora é hora de focar a atenção do mercado e dos consumidores em produtos que sustentem as florestas e suas comunidades, com estratégias locais que tenham impacto global, criando benefícios diretos e mensuráveis para as comunidades da floresta e um clima seguro para todos nós. É urgente a criação de políticas, mercados, infraestrutura e conexões inovadoras e, no Brasil, isso perpassa valorizar a bioeconomia da Amazônia, onde há a oportunidade de se criar cadeias de fornecimento diversas e baseadas na riqueza natural da região.

Nesse sentido, o trabalho direto com os povos, valorizando-os, promovendo seus direitos e garantindo o bem-estar deles, é crucial. O trabalho em economia indígena é essencial para uma boa governança desses territórios tão importantes para os povos e para o planeta, com a convergência e o equilíbrio entre a economia interna das comunidades indígenas, a da reciprocidade, e sua economia externa, a do mercado (HALLA, 2018²).

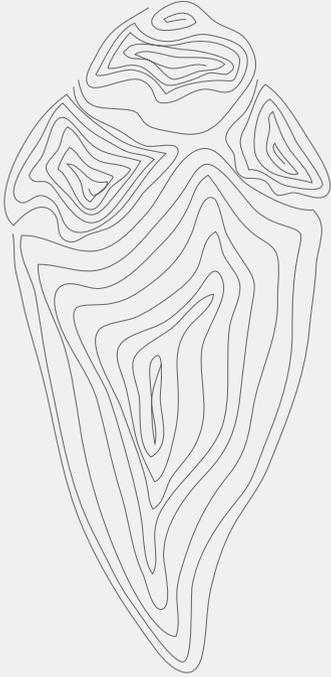
Esta série de quatro livros sobre as cadeias de valor do artesanato, da castanha-do-brasil, do cacau e do açaí, seus mercados e a realidade dos territórios, reúne muitos aprendizados sobre economia indígena. E essa leitura é um convite para construirmos juntos a prática real do respeito aos direitos territoriais e a sistemas de governança territorial que garantam a inclusão e os benefícios dos guardiões e guardiãs das florestas, assegurando o bem viver de suas comunidades e contribuindo para a mitigação e controle das mudanças climáticas.

Fraternalmente,

Beto Borges

Diretor da Iniciativa Comunidades e Governança Territorial da Forest Trends

2 O texto de autoria própria, publicado em 2018 pela Forest Trends no livro “Governança Territorial Indígena na América Latina” (org: Halla, M.), serviu de base para o texto deste prefácio. Disponível em: < https://www.forest-trends.org/wp-content/uploads/2019/05/Livro-23alt_16largESP1.pdf >. Acesso: 15 de dez. de 2021.



APRESENTAÇÃO

"Pensamos em nosso povo. Temos medo de ficarem como brancos. Queremos que nosso povo viva bem com suas roças e que tenham autonomia. Queremos que a natureza não seja destruída. Que a floresta seja deixada inteira. Assim, muitos animais vão viver e se reproduzir. Se nosso povo deixar invasores entrarem, eles irão matar bichos em vez do povo caçar e comer. Hoje vivemos bem com os outros povos. Antes éramos rivais, como os Suruí, mas agora somos amigos. Gostaria que, no futuro, o povo conseguisse se alimentar e vender seus excedentes. Cuidando do estudo, andaremos do lado da outra cultura. Temos que cuidar do estudo. Temos que ser bilíngues. É muito bom entendermos nossa cultura e também as outras. Devemos entender, comportar e analisar o que é bom e o que é ruim nas culturas diferentes. Não queremos que o nosso povo perca a sua língua" – Professor Waratan Zoró (BARCELLOS et al., 2019).

Waratan Zoró é um dos professores do Povo Indígena Zoró que atuam como mediadores culturais nas escolas do território, a Terra Indígena Zoró, que fica entre os estados de Rondônia e Mato Grosso, no Território Tupi Guaporé. É seu o depoimento que abre esta apresentação, extraído do livro didático¹ [Nós, Pangyjêj Zoró: nossa terra e as mudanças climáticas](#), e sua fala reúne e unifica de forma simples e objetiva os aspectos culturais, políticos e econômicos da governança territorial indígena: Waratan a inicia e conclui com reflexões sobre a importância da integridade cultural e da educação para a preservação da língua, reforça a importância da união entre os povos indígenas e do encontro e interação com culturas diferentes, enfatiza o estabelecimento de uma conexão direta entre segurança alimentar, manutenção da floresta em pé, proteção territorial e economia indígena. É também assim que a Iniciativa Comunidades e Governança Territorial da Forest Trends (ICGT-FT) compreende a governança territorial e organiza sua atuação nos territórios indígenas, o que faz através da integração das dimensões cultural, política e econômica e valorizando a autonomia e a autodeterminação dos povos.

O trabalho da ICGT-FT no campo das economias indígenas do Território Mosaico Tupi, um conjunto de Terras Indígenas na porção leste do Tupi Guaporé, foi consequência de processos políticos e culturais. Esse trabalho teve início na Terra Indígena Sete de Setembro, do Povo Paiter Suruí. O fortalecimento da cadeia de valor do artesanato, por exemplo, começou por meio de apoio às mulheres Paiter Suruí e se originou de reflexões sobre questões de gênero, envolvendo grupos e organizações de mulheres. Já a cadeia do cacau, ela começou a ser estruturada como resultado de iniciativas

¹ Com apoio da Forest Trends e da USAID (Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional), o livro foi produzido por mediadores culturais do Povo Indígena Zoró para o trabalho deles em sala de aula.

voltadas à segurança alimentar, por meio das quais houve a implantação de sistemas produtivos biodiversos, com viveiros, sistemas agroflorestais, hortas e criação de pequenos animais.

Hoje, sete anos após o início da composição de uma equipe baseada em municípios próximos ao território e com presença constante nas Terras Indígenas, o trabalho com as cadeias da sociobiodiversidade indígena cresceu para além do artesanato e do cacau, agora contemplando também as cadeias da castanha-do-brasil, do açaí e da copaíba, entre outras com potencial cada vez mais evidente. Em 2019, esse trabalho ganhou escala e passou a gerar impactos mais significativos por meio da implementação do Projeto Nossa Floresta Nossa Casa, com o apoio e parceria da USAID (Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional), do CIAT (Centro Internacional para Agricultura Tropical) e da Plataforma Parceiros pela Amazônia (PPA).

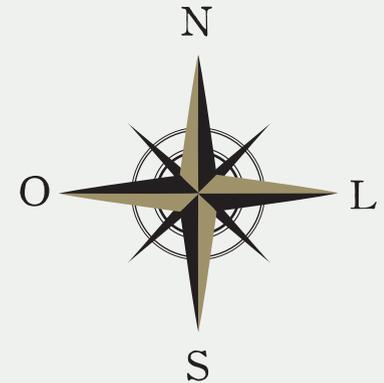
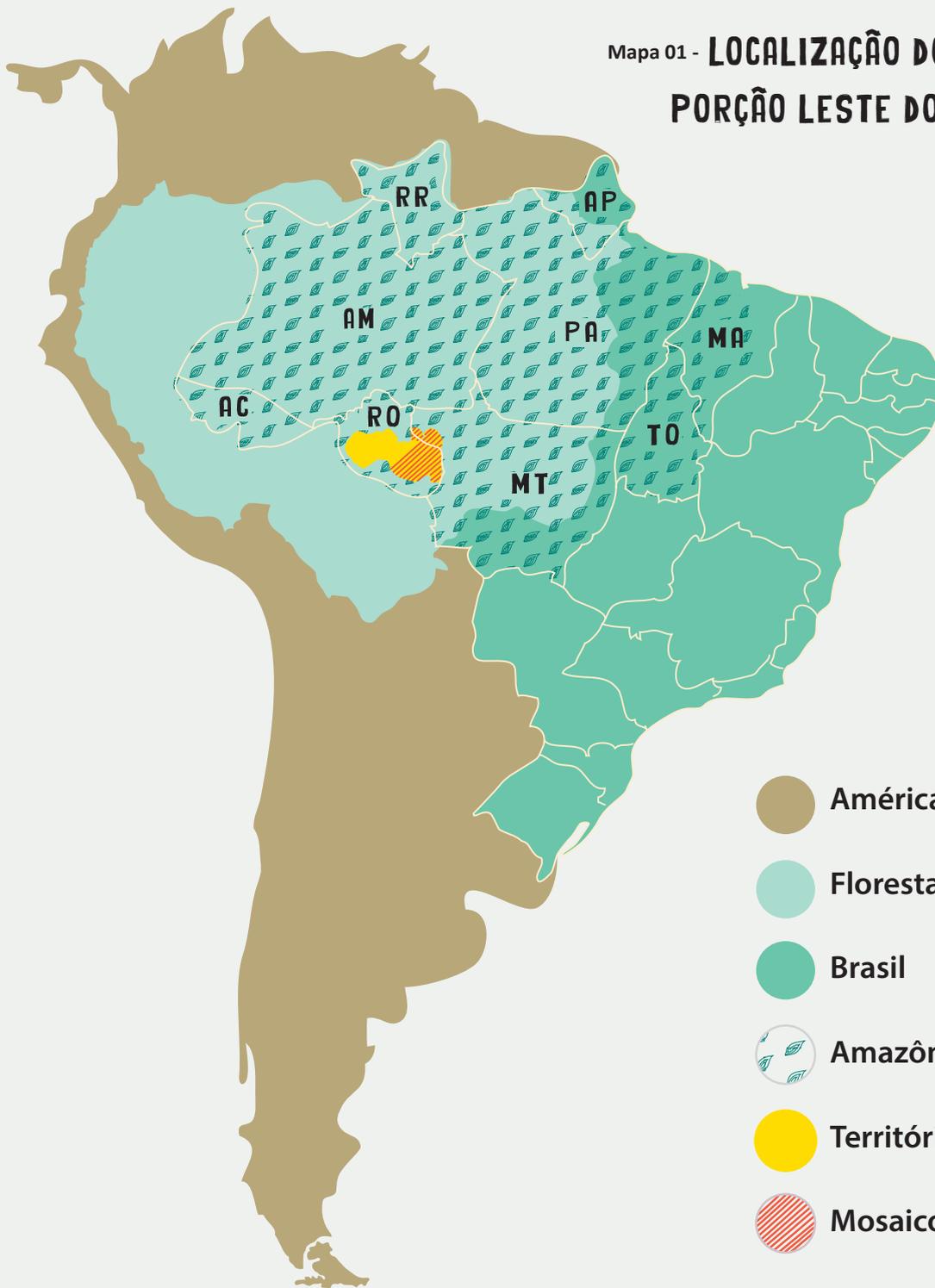
A expectativa de duração do projeto é de cinco anos, com encerramento em 2024, e, como um marco que nos situa na metade desse ciclo, temos a satisfação de lançar a série de quatro livros Dos Territórios Indígenas aos Mercados: cadeias de valor do artesanato, da castanha, do cacau e do açaí. Mais do que um marco do Projeto Nossa Floresta Nossa Casa, aliás, esperamos que esses livros se apresentem como uma espécie de guia para caminhos a serem percorridos na consolidação de mais ações voltadas às economias indígenas e à valorização dos povos, compartilhando e difundindo nossos aprendizados e experiências.

Logo de início, os livros introduzem alguns conceitos essenciais sobre governança territorial indígena e economias indígenas, entendidos como premissas para as abordagens que sustentam os conteúdos abordados em cada capítulo. No Território Mosaico Tupi, as quatro cadeias estão em estágios diferentes, mas os livros estão organizados com a mesma estrutura, em duas partes: partem de um panorama geral das cadeias e dos mercados para logo após serem detalhados aspectos territoriais e lançados olhares sobre iniciativas econômicas indígenas (IEIs).

Optamos por inicialmente trazer uma visão ampla e geral, como o sobrevoo de um pássaro sobre a floresta que estamos trilhando. Assim, na primeira parte dos livros são apresentados dados, informações e aspectos das cadeias e dos mercados que indicam características, desafios e oportunidades, assuntos cujo entendimento é fundamental para que os elos se estabeleçam e se conectem.

Na segunda parte, aterrissamos no território e começamos a nos aprofundar a respeito das especificidades das iniciativas econômicas indígenas do Mosaico Tupi. Firmamos os pés no chão com uma breve apresentação do Território Tupi Guaporé, recentemente estabelecido a partir dos arranjos de governança das cadeias da sociobiodiversidade promovidos pelo Origens Brasil®. Seguimos as trilhas rumo ao Leste para, no Capítulo 03, conhecermos o Mosaico

Mapa 01 - LOCALIZAÇÃO DO TERRITÓRIO MOSAICO TUPI,
PORÇÃO LESTE DO TERRITÓRIO TUPI GUAPORÉ.



- América do Sul
- Floresta Amazônica
- Brasil
- Amazônia Legal Brasileira
- Território Tupi Guaporé
- Mosaico Tupi

Tupi, parte do Tupi Guaporé e dos arranjos que estão em construção e onde atua a ICGT-FT: nele há 08 TIs, onde vivem 21 povos indígenas que, além de vivenciarem o mesmo contexto socioeconômico e enfrentarem os mesmos desafios, compartilham línguas, culturas, histórias e cosmovisões.

Finalmente, no Capítulo 04, adentramos as cadeias do Mosaico Tupi, destacando na paisagem aspectos notáveis de cada uma delas. Ao longo dos livros, trazemos também alguns casos de iniciativas do Mosaico Tupi e de outros territórios como referências para clarear os caminhos. É assim, com os pés firmes no chão do território, bem guiados e situados, que propusemos percursos de reconhecimento dos detalhes do trabalho dos povos indígenas com os produtos da floresta, seus aspectos históricos e culturais.

Esse é um caminho que se caminha junto e que se abre ao caminhar. Como organização de apoio a iniciativas econômicas indígenas comprometida com processos participativos e colaborativos no dia a dia do nosso trabalho, o que inclui sempre agregar e trazer novos parceiros, escrevemos esses livros de forma também colaborativa. Os textos trazem traços próprios de cada autor e esperamos que a diversidade e multiplicidade de estilos, formatos e narrativas sejam lidas com a mesma abertura, interesse e fascínio que sentimos ao observar, contemplar e tentar compreender a complexidade e a beleza da floresta, com suas inúmeras interações, estratos, ciclos e sistemas.

Por fim, é importante dizer que algumas das trilhas estão abertas, como os percursos das cadeias e o acesso aos mercados. Outras ainda devem ser mapeadas, traçadas e cuidadosamente exploradas. Sabemos onde se iniciam: dentro da floresta, dos castanhais, açazais, tucumanzais, das centenas de hectares de sistemas agroflorestais compostos por variedades de cacau e outras, por entre as dezenas de espécies que fornecem alimento e oportunidades de renda aos povos, como as matérias primas para o artesanato indígena. Essa série de quatro livros busca torná-las todas mais visíveis e seguras, é um guia para se ter em mãos: queremos agregar conhecimento e promover interações positivas ao equilíbrio das economias indígenas para que sejam abertos mais caminhos dos territórios indígenas aos mercados e para que os fluxos sejam mantidos com base em valores compartilhados.

Boa leitura!

Marcio Halla

Coordenador do Projeto Nossa Floresta Nossa Casa e da área de economia indígena da Iniciativa Comunidades e Governança Territorial da Forest Trends



Figura 01 – Frutos de Tucum, mãos da artesã Sandra Cinta Larga. **Foto:** Tatiana Tintino.



CONCEITOS BÁSICOS SOBRE A GOVERNANÇA TERRITORIAL INDÍGENA E AS ECONOMIAS INDÍGENAS

Governança Territorial Indígena

Conjunto de sistemas, instâncias e acordos para a organização e gestão coletiva dos territórios indígenas e seus recursos. É baseado na cultura e cosmovisão dos povos indígenas e na garantia do bem viver e de direitos na interação deles com instâncias de governo das sociedades não indígenas.

Bem viver

Visão ancestral de vida e dos modos de ser, viver e fazer dos povos indígenas, baseados na convivência harmônica entre as comunidades e com a natureza. Cada povo indígena tem seu entendimento sobre o bem viver, expresso por nomes próprios em suas respectivas línguas. No caso do Povo Kichwa de Pastaza, por exemplo, o bem viver é compreendido como “SUMAK KAWSAY” e o conceito se sustenta em quatro princípios básicos que são aplicados a seus planos de vida: estão relacionados ao território de abundância e de todas as vidas; à vida comunitária das famílias e comunidades, em permanente interação com o habitat; à produção comunitária mediante práticas de reciprocidade e solidariedade e à gestão e prática cotidiana dos conhecimentos e saberes ancestrais coletivos (informação verbal) ¹.

Planos de Vida

Instrumento de Governança Territorial Indígena baseado na visão ancestral de permanência e continuidade da cultura, da vida em comunidade e da vivência no território e que expressa a autonomia e a autodeterminação dos povos indígenas na

1 Fala de Alfredo Vitery Gualinga, líder do Povo Kichwa de Pastaza do Equador, na III Oficina de Economia Indígena realizada pela Forest Trends em Altamira (PA) – Brasil, em 10 de agosto de 2017.

gestão de seus bens comuns. Um Plano de Vida pode estar baseado na oralidade e nos modos tradicionais de transmissão do conhecimento, mas, em função das interações dos povos com as sociedades não indígenas, eles têm sido redigidos e passaram a contemplar alguns componentes técnicos. De qualquer modo, devem ser entendidos como diferentes de um plano de manejo de uma Unidade de Conservação ou um plano de desenvolvimento de uma comunidade não indígena. No caso do Brasil, a Política Nacional de Gestão Territorial e Ambiental de Terras Indígenas (PNGATI - [Decreto nº 7.747, de 5 de junho de 2012](#)) estabelece os Planos de Gestão Territorial e Ambiental (PGTAs) como instrumentos de gestão reconhecidos pelo Estado Brasileiro, aproximando-se de alguma maneira dos Planos de Vida com relação aos processos de construção.

Terras Indígenas

A Constituição Brasileira de 1988, no artigo 231, define terras indígenas da seguinte forma:

[as terras] por eles habitadas em caráter permanente, as utilizadas para suas atividades produtivas, as imprescindíveis à preservação dos recursos ambientais necessários a seu bem-estar e as necessárias a sua reprodução física e cultural, segundo seus usos, costumes e tradições (BRASIL, 1988).

Além disso, elas são também um direito: os direitos territoriais dos povos indígenas, assim como de outras comunidades locais, são reconhecidos por importantes marcos legais e outros instrumentos, como a Declaração Universal dos Direitos dos Povos Indígenas da Organização das Nações Unidas, de 2008, e a Convenção 169 da Organização Internacional do Trabalho, de 2011, que estabeleceu que os povos indígenas devem ser respeitados por se distinguirem em condições sociais, econômicas, políticas e culturais diferenciadas, por possuírem costumes e tradições próprias e por descenderem de populações que já habitavam a região antes do estabelecimento das presentes fronteiras de Estados-nação.

Bens comuns

Bens, recursos, sistemas, serviços naturais, culturais, econômicos ou de conhecimento cuja criação, uso, restauração e proteção com base em visões de longo prazo requerem ação coletiva (informação verbal) ². Tais recursos podem ser materiais, como a terra, os recursos naturais e a biodiversidade, ou imateriais, como o conhecimento, a cultura e os saberes. A ação coletiva sempre depende de normas e acordos construídos de forma coletiva e consensual.

Duas esferas das economias indígenas

A primeira esfera é a economia do bem viver e da reciprocidade: ela está relacionada às práticas tradicionais, às dinâmicas de trocas, à produção de forma coletiva, aos sistemas de segurança alimentar e independe de relações monetárias ou financeiras. A segunda é a de mercado, ou seja, as relações comerciais com a sociedade não indígena. Quando a economia da reciprocidade se relaciona com a economia de mercado, alguns atritos e tensões frequentemente se estabelecem, como na decisão entre produzir para a subsistência ou para o mercado, a tensão entre jovens e anciãos e a tensão em relação à distribuição de benefícios de aproveitamento de bens coletivos.

Governança Econômica Territorial indígena

A Governança Econômica Territorial é um conjunto de sistemas, instâncias e acordos para a organização e gestão coletiva dos territórios indígenas e seus recursos que depende de como os povos indígenas discutem, analisam e tomam decisões sobre os rumos da economia. Para que a economia dos povos e territórios indígenas seja articulada com o mercado da forma mais benéfica e equitativa possível, é necessário um conjunto de condições, processos, sistemas, acordos e protocolos que devem fazer parte de seus planos de vida e de suas estratégias de gestão dos bens comuns.

² Fala da Prof. Leticia Merino na II Oficina de Economia Indígena realizada pela Forest Trends em Tena – Equador, em 07 de setembro de 2016.

Iniciativas Econômicas Indígenas

As iniciativas econômicas indígenas são iniciativas produtivas comunitárias que valorizam a cultura, o bem viver e os saberes locais com o propósito de inserção dos produtos indígenas nos mercados. Geridas coletivamente, desde os núcleos familiares às esferas das aldeias e territórios, com formalização jurídica ou não, as iniciativas econômicas indígenas envolvem tomadas de decisões sobre os caminhos da produção que visam à valorização da floresta em pé, à conservação dos recursos naturais e à justiça social. Sejam grupos informais indígenas, associações ou cooperativas, todas compartilham o princípio da coletividade, mas são formas de organização social distintas. As cooperativas têm finalidade essencialmente econômica, com foco na negociação de produtos ou serviços de seus associados com os mercados, enquanto as associações têm por objetivo promover educação, saúde, assistência social e cultural, representação política, filantropia, defesa de interesses etc., com a ressalva que os estatutos dessas organizações podem prever possibilidades de comercialização, desde que como atividade meio e não atividade final. O grupo informal, por sua vez, não constitui uma figura jurídica: é um conjunto de pessoas que decidiram se unir voluntariamente e que, eventualmente, podem vir a formar cooperativas ou associações no futuro.

Produtos da Sociobiodiversidade

Bens e serviços (produtos, matérias primas ou benefícios) gerados a partir de recursos da biodiversidade e voltados à formação de cadeias produtivas de interesse dos povos e comunidades tradicionais e de agricultores familiares. Devem promover a manutenção e a valorização de suas práticas e saberes e assegurar os direitos decorrentes, gerando renda e promovendo a melhoria da qualidade de vida e do ambiente em que vivem.

O fortalecimento das cadeias produtivas de produtos e serviços gerados a partir dos recursos da sociobiodiversidade é fundamental para possibilitar a integração da conservação e do uso sustentável dos ecossistemas ao desenvolvimento econômico sustentável do país. Com a inclusão produtiva dos agricultores familiares, dos assentados da reforma agrária e dos povos e comunidades tradicionais nesses processos, é possível a agregação de valor socioambiental a essas cadeias produtivas e a distribuição justa e equitativa de benefícios em todas as suas etapas (BRASIL, 2009).

Cadeias de valor

Uma cadeia produtiva da sociobiodiversidade é um sistema integrado, constituído por atores interdependentes e por uma sucessão de processos de educação, pesquisa, manejo, produção, beneficiamento, distribuição, comercialização e consumo de produto e serviços da sociobiodiversidade, com identidade cultural e incorporação de valores e saberes locais e que asseguram a distribuição justa e equitativa dos seus benefícios (BRASIL, 2009).

O conceito de cadeia de valor considera a agregação de valores não monetários ao longo das etapas de produção, ou seja, a valorização dos modos de vida e conhecimentos intrínsecos à natureza local, permitindo a manutenção, para além da mera sobrevivência, dos grupos sociais envolvidos e de suas relações com o meio ambiente físico e cultural (SIMONI, 2010³, p.35 apud ALMEIDA, ALVES et al., 2012).

Parcerias comerciais diferenciadas

São parcerias em que empresas e organizações comerciais que atuam nas cadeias de valor estabelecem estratégias de parceria com iniciativas econômicas indígenas para operarem em mercados onde os produtos indígenas e suas histórias são valorizados. Do ponto de vista das iniciativas econômicas indígenas, são diferenciadas as parcerias com agentes de mercado que compartilham de valores e princípios condicionais para o estabelecimento de relações duradouras, ou seja, com a construção de acordos e o entendimento mútuo sobre as particularidades e requisitos necessários para a demanda, bem como sobre características e condições específicas para a oferta dos produtos da sociobiodiversidade.



3 SIMONI, Jane. A Revitalização do Extrativismo: Práticas de Economia Solidária e Sustentabilidade. in IPEA, Economia Solidária e Políticas Públicas. Boletim Mercado de Trabalho no. 42. Brasília: 2010

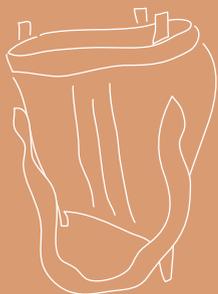
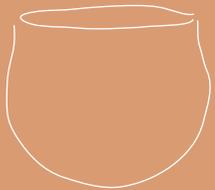
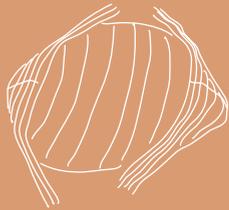
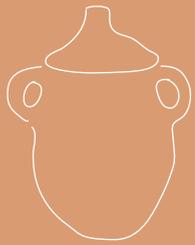




PARTE I

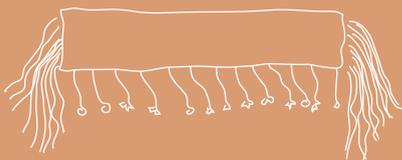
A CADEIA

CAPÍTULO 1



“A cultura de uma sociedade é formada pela produção de seus bens e valores, que através das coordenadas cronológicas e cosmológicas caracterizam a identidade das pessoas. A atividade artística, por excelência, é uma das manifestações culturais mais expressivas de uma sociedade, pois oferece exemplos dos diferentes modos de percepção e apropriação da realidade.”

(BOMFIM, 1999, p. 151 apud FRANÇA, 2015).



O ARTESANATO NO BRASIL

O artesanato brasileiro está consolidado como um patrimônio cultural material e imaterial, representando a valiosa diversidade do nosso país por meio de saberes, tradições e modos de viver dos povos e comunidades que o praticam, assim como através da variedade de matérias primas usadas, em alguns casos reflexo da grande riqueza natural do Brasil. Isso porque, abrigados nos distintos biomas do país, artesãs e artesãos podem formar elos profundos com as espécies nativas do seu local de origem e, junto aos distintos aspectos sociológicos e cosmológicos da comunidade a que pertencem, o principal fator, identidades visuais únicas são criadas também a partir da relação com o meio.

O artesanato, porém, não necessariamente precisa ser produzido a partir de elementos naturais, inclusive o artesanato tradicional. Há ainda outros aspectos a serem levados em consideração, como, de acordo com o Plano Setorial de Artesanato de 2017 (Figura 02), a sensibilidade artística e cultural que permite transparecer, por meio de particular identidade, as nuances do cotidiano, valorizando a tradição e a memória das comunidades e gerando senso de pertencimento ou propondo contemporaneidade via amplificação das simbologias (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2017). Um forte exemplo é o caso dos Kayapó e os seus cocares de canudo (Figura 01), solução que encontraram para manter viva a criação de um artefato ancestral, o cocar de penas, frente a circunstâncias que os impossibilitaram de produzi-lo e comercializá-lo em sua forma original, demonstrando o imensurável potencial humano e criativo do fazer artesanal. Conforme explica a TUCUM, assessoria para desenvolvimento de negócios da cadeia do artesanato e parceira comercial de criadores, a ideia surgiu durante a década de 1990 na aldeia Mòikarakò, na Terra Indígena Kayapó (PA), após um incêndio queimar quase todas as casas e pertences da comunidade, inclusive os cocares de penas dos guerreiros (TUCUM BRASIL, 2021):

Após perderem tudo e construírem uma nova aldeia, os Kayapó queriam celebrar, porém não conseguiriam penas suficientes para fazer seus cocares e adornos e foi assim que um dos guerreiros teve essa brilhante ideia de reaproveitar os canudos. O cocar de canudo (pidjòkango oicõ djã nho meàkà) é uma amostra da inventividade Kayapó, misturando técnicas tradicionais com novas matérias-primas. (...) Com a proibição da comercialização de cocar de pena pelo IBAMA, o cocar de canudo se tornou uma alternativa sustentável de geração de renda para os Guerreiros Kayapó, mantendo viva e repassando para as futuras gerações a técnica tradicional de produção de cocares. (TUCUM BRASIL, 2021)



Figura 01 – Cocar de canudos, criação artesanal de guerreiros Kayapó da aldeia Môikarakô (TI Kayapó, Pará). **Foto:** Xapuri Brasil.

No contexto nacional e em termos de seus processos de desenvolvimento, há ainda outros aspectos que podem ser destacados enquanto característicos da produção artesanal no Brasil. Ricardo Lima, em *Artesanato: Cinco Pontos Para Uma Discussão* (LIMA, 2005), coloca como duas as condições para defini-la: a predominância do trabalho manual enquanto processo de transformação da matéria prima em produto e a liberdade do artesão, expressa tanto em suas decisões artísticas ao escolher os materiais, a técnica e o aspecto visual do artefato quanto na produção, como a possibilidade de criar em seu próprio ritmo.

Figura 02 - PLANO SETORIAL DE ARTESANATO

HABILIDADE E DESTREZA DOS ARTESÃOS

Habilidade e destreza nos processos de criação, gerando, em muitos casos, artefatos únicos.

TENDÊNCIA À COLETIVIDADE

Tendência à produção e comercialização de forma coletiva, seja devido às tradições ou pelas vantagens da organização mútua.

TEMPORALIDADE E SAZONALIDADE

Desenvolvimento das atividades considerando que a oferta da matéria prima depende, em muitas vezes, de período apropriado para a coleta e/ou do tempo de maturação após a colheita.

AMBIENTES DE PRODUÇÃO SUSTENTÁVEIS

Relação harmoniosa com a natureza e que promove a consciência ecológica nos processos envolvidos na produção do artesanato.

SENSIBILIDADE ARTÍSTICA E CULTURAL

Transparecer nuances do cotidiano, tradição e memória da comunidade de forma a expressar o pertencimento ou ampliar simbologias.

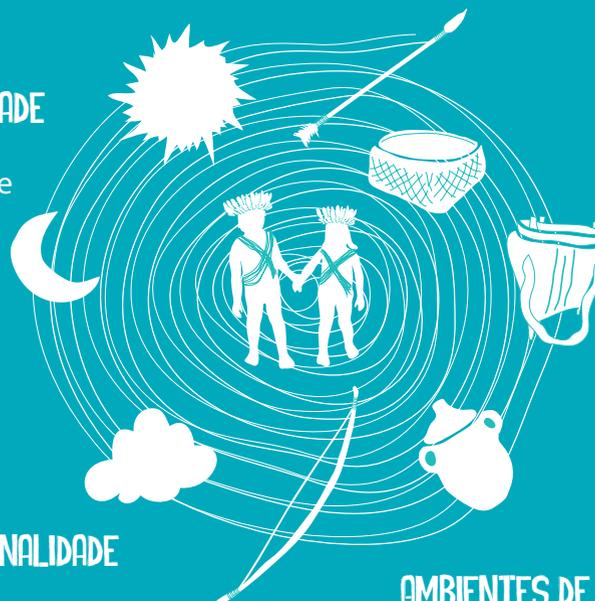


Figura 02 – Plano Setorial de Artesanato (2017) – aspectos referentes ao artesanato e seus processos.
Fonte: MINISTÉRIO DA CULTURA, 2017.

MAPEAMENTO DA CADEIA DO ARTESANATO



Figura 03 – Produção de painéis de cerâmica pela artesã Akapeti Suruí. **Foto:** Sobitxem Suruí, cedida por COOPSUR.

Além de ser um patrimônio e de seu valor cultural e social, o artesanato constitui também uma importante atividade econômica, representando a maior força de trabalho no campo cultural do país: estima-se que existam oito milhões de artesãos e artesãs no Brasil (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2017). Uma das razões é o fato de o fazer artesanal ser algo dinâmico, possível de exercer junto aos estudos e a outros afazeres, especialmente no caso das mulheres artesãs (COSTA, 2019). Assim, dentro de certos contextos de produção, além da prática ser uma forma de manter viva a tradição de um povo ou comunidade, ela também se apresenta como uma alternativa viável para implementação do desenvolvimento sustentável local. Esse é o caso, por exemplo, do artesanato tradicional ou de raiz (LIMA, 2005), que de antemão adentra o mercado possuindo um valor que o diferencia dos demais:

(...) [O artesanato tradicional ou de raiz produz] *um tipo de objeto que traz em si a expressão de sua própria origem, que traz condensada em si a marca forte da cultura, um objeto capaz de traduzir uma identidade, sua e daquele que o produziu, seja um indivíduo ou uma coletividade. A condição de expressar flagrantemente uma identidade cultural dá a essa classe de objetos uma tremenda vantagem quando colocada frente a frente com outras categorias na disputa pelo mercado. Trata-se de um objeto que, a priori, contém o preconizado valor agregado.* (LIMA, 2005 – p.3).

A análise que Lima fez há pouco mais de 15 anos atrás permanece válida até hoje e está de acordo com uma tendência que emergiu na última década: a crescente busca por produtos autênticos cujas histórias podem ser apreciadas por meio de ferramentas de rastreabilidade¹ e que estão dentro dos termos da sustentabilidade socioambiental e econômica (KRUCKEN, 2009). O grande apelo do consumo engajado, que também engloba as noções de moda sustentável e *slow fashion*, revelam, portanto, características que devem ser percebidas como diferenciais competitivos para o mercado do artesanato, sobretudo do artesanato indígena (TUCUM BRASIL, 2019). Isso pode ser notado em resultados do relatório interno realizado pela TUCUM ao Nossa Floresta Nossa Casa em 2020, que indica que, apenas no âmbito do projeto, foram detectados 107 varejistas que comercializam artesanato indígena.

Dito isso, o desenvolvimento de iniciativas para identificar e mapear onde estão, quem são e o que produzem esses artesãos brasileiros é importante para que a produção dos artefatos tenha relevância econômica na vida deles. As bases de dados que resultam dessas pesquisas servem para nortear projetos e políticas públicas a serem implementados pelos atores da cadeia, que se utilizam de informações como quais são as iniciativas com maior potencial de mercado ou quais os gargalos mais urgentes. Por meio de mapeamentos e iniciativas desse tipo, podem também ser promovidas conexões entre iniciativas artesanais e mercados potenciais, visando e priorizando aqueles que adotam práticas, valores e princípios éticos e solidários nas relações. Dessa forma, atividades decorrentes de levantamentos promovem o escoamento das produções e, por meio da divulgação dos trabalhos, tornam possível o alcance a compradores de distintas regiões, ampliando a rede (ARTESOL, 2014). Uma das maneiras de organizar essas informações é, conforme divisão desenvolvida pela TUCUM (TUCUM, 2019), em categorias que contemplam as cadeias produtivas: os criadores, os articuladores de iniciativas públicas ou do terceiro setor, os varejistas e os expositores.

1 Quando um produto ou objeto é rastreável, significa que o histórico, a aplicação, o movimento e a localização dele podem ser acompanhados através de *estágios especificados de produção, processamento e distribuição* (BTA, s.d.).

CADEIA DE VALOR DO ARTESANATO

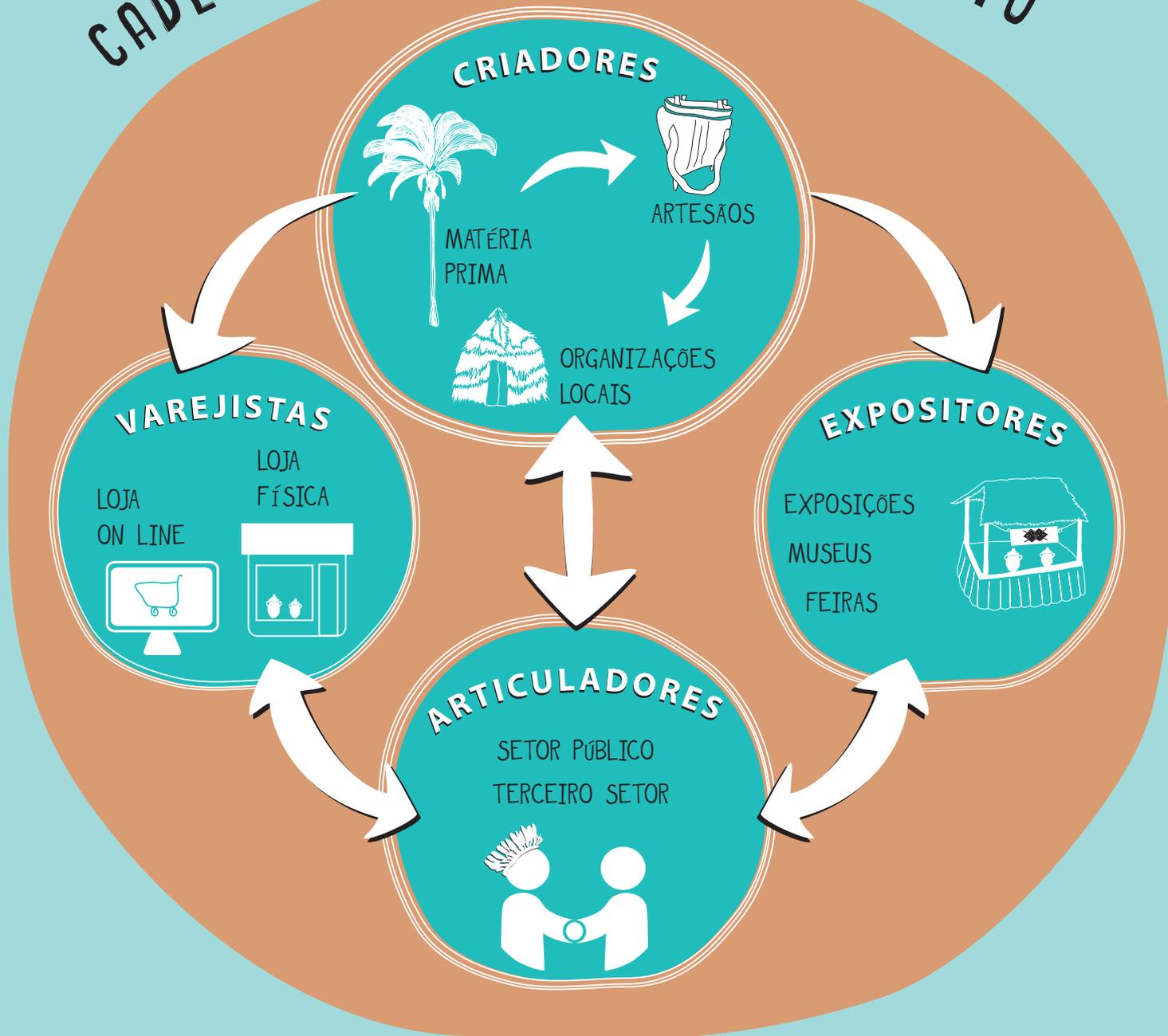


Figura 04 – A cadeia de valor do artesanato organizada em categorias. Fonte: TUCUM, 2019.

CRIADORES



Figura 05 – Artesã Neuza Suruí Paiter Suruí da TI Sete de Setembro.
Foto: Sobitxem Suruí, cedida por COOPSUR.

Os criadores são aqueles que desenvolvem artesanatos para fins comerciais e nesta categoria estão incluídas as organizações, formais ou informais, que viabilizam os processos para a venda (indivíduos, associações, coletivos, cooperativas, organizações familiares ou comunitárias). São exemplos de criadores o Instituto Kabu, que hoje conta com 12 aldeias colaborando através de 10 projetos fixos, e o NACIB (Núcleo de Arte e Cultura Indígena de Barcelos), grupo criado por um grupo de indígenas que desejava promover atividades voltadas à geração de renda.

Esses artesãos são também os responsáveis pela obtenção e manuseio da matéria prima, que pode ser de origem natural, como fibras vegetais, penas e conchas, de origem processada, como tecidos e materiais sintéticos, tal qual o exemplo dos cocares de canudo dos guerreiros Kayapó, ou um produto que exige certificação de uso, como os usados para alimentos e bebidas (MDIC, 2012). A simbologia imagética (marca) pensada para representar os criadores, em geral, remete a práticas tradicionais e ao resgate de saberes, podendo fazer referência a um povo, a uma comunidade ou a um território. Algumas dessas organizações representam números significativos de artesãos e, em muitos casos, a divulgação é feita pela marca que representa o grupo ou valorizando, de forma conjunta, a coletividade artesã e os talentos individuais.

INSTITUTO KABU

Fundado sob supervisão da Funai em 2008 no município de Novo Progresso (PA), o [Instituto Kabu](#) tem como finalidade implementar o Componente Indígena do Plano Básico Ambiental¹ (PBA-CI) da rodovia BR-163, que liga Cuiabá (MT) à Santarém (PA). Atualmente, 12 aldeias colaboram com 10 projetos fixos, como o Projeto Arte Kayapó, que comercializa itens produzidos a partir de saberes ancestrais. Além disso, o Instituto atua em várias frentes para defender os direitos dos Kayapó Mekrãgnotí, a integridade da floresta onde vivem e da qual são interdependentes e a necessidade de criar soluções sustentáveis para garantir melhores condições de vida e para a manutenção da rica cultura Kayapó.

¹O Componente Indígena do Plano Básico Ambiental (PBA-CI) da BR-163 tem como objetivo compensar, mitigar ou controlar os impactos negativos e otimizar os positivos decorrentes da obra de pavimentação da rodovia para garantir a integridade física e cultural das comunidades indígenas envolvidas, assim como garantir a conservação de seus territórios e dos recursos naturais ali presentes.

NÚCLEO DE ARTE E CULTURA INDÍGENA DE BARCELOS-NACIB

O [Núcleo de Arte e Cultura Indígena de Barcelos – NACIB](#) foi fundado em 2012 na cidade de Barcelos (AM) por um grupo de indígenas que desejava criar um núcleo para promover atividades voltadas à geração de renda e hoje é uma referência pelo modelo que desenvolveram. O núcleo representa criadores e agricultores indígenas dos povos Baré, Baniwa, Tariano, Tukano e Tuyuca e tem como intuito a busca de parcerias, a divulgação dos trabalhos e a viabilização do acesso ao meios de inserção no mercado (ARTESOL, s.d.). O NACIB se destaca pela produção de peças com técnicas tradicionais de trançado e de entalhe.

ARTICULADORES



Figura 06 – Rede Origens Brasil. **Foto:** Loiro Cunha - Origens Brasil ®.

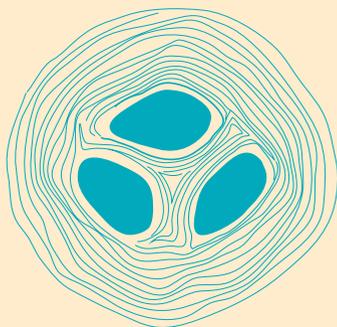
Os articuladores são quem intermedia processos entre comunidades e nichos de consumidores e os responsáveis pela divulgação, capacitação, fomento econômico e/ou cultural de iniciativas. Eles podem ser do poder público ou do terceiro setor, que é composto por pessoas jurídicas de direito privado que exercem atividades de interesse social sem ter como objetivo principal a geração de excedentes econômicos.

De forma geral, os articuladores têm a possibilidade de promover uma ampla gama de ações e elas podem ser expandidas e/ou fortalecidas através da parceria entre os agentes, sejam eles da sociedade civil (pesquisadores, organizações não-governamentais, associações e outros representantes do terceiro setor) ou do poder público (Ministério do Turismo, secretarias, instituições de ensino, pesquisa e extensão). Para que essas parcerias cumpram com o seu potencial, porém, ainda é necessário definir de forma mais clara quais são as responsabilidades do poder público: somente assim o setor artesanal pode se organizar, harmonicamente, de forma interinstitucional (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2017).

PODER PÚBLICO

Articuladores do poder público são indivíduos, órgãos, instituições que exercem suas funções por meio do Estado. São exemplos de iniciativas do poder público o [Programa do Artesanato Brasileiro](#) (PAB), de 1991, atualmente vinculado ao Ministério da Economia e que busca promover o desenvolvimento integrado do setor artesanal; a [Lei do Artesão](#) (2015), que regulamenta a profissão de artesão; o [Plano Setorial do Artesanato](#) (2017), da Secretaria de Economia da Cultura, que expõe propostas de orientação e estratégia para o desenvolvimento do artesanato brasileiro em um período de dez anos (2016-2025).

Além da indefinição de quais são as responsabilidades do poder público frente o setor do artesanato, há de se aprofundar o seu potencial enquanto articulador. Em termos de promoção da visibilidade e de acesso ao mercado, por exemplo, sua contribuição poderia ser muito mais significativa caso fossem implementadas políticas públicas voltadas a fortalecer e valorizar produtos de criadores de artesanato tradicional, incluindo as produções dos artesãos que vivem em locais distantes dos grandes centros. Seriam formas eficazes de fazer essa articulação o desenvolvimento de ações que proponham leis para preservar saberes tradicionais; que visem à capacitação e ao estímulo do trabalho em rede para enriquecer as trocas de experiências; que promovam, em parceria com governos municipais, estaduais e federal, a ampliação de espaços em locais estratégicos para comercialização; que democratizem a participação de artesãos em circuitos e eventos; que certifiquem organizações e artesãos que trabalham com negócios de impacto positivo e/ou utilizem técnicas que tenham fundamento nas diretrizes da sustentabilidade ambiental; que impulsionem ações que permitem a internacionalização dos trabalhos dos artesãos brasileiros, de maneira qualificada (ARTESOL, 2014).



TERCEIRO SETOR

Esta subcategoria engloba iniciativas privadas de utilidade pública que promovem negócios cujas atividades são sustentáveis e visam ao impacto social e/ou ambiental positivo. Uma das principais características desse tipo de articulação é a capacidade de criar elos, conectando empresas, produtores e consumidores. Dentre os possíveis exemplos, merecem destaque a plataforma Parceiros Pela Amazônia (PPA), o Instituto Conexões Sustentáveis (CONEXSUS) e a rede Origens Brasil[®].

PLATAFORMA PARCEIROS PELA AMAZÔNIA (PPA)

Por meio de ação coletiva do setor privado, a [Plataforma Parceiros Pela Amazônia \(PPA\)](#) fomenta novos modelos de desenvolvimento sustentável na região amazônica ao identificar e elaborar soluções para a conservação da biodiversidade e de recursos naturais, garantindo, assim, a qualidade de vida das comunidades locais.

INSTITUTO CONEXÕES SUSTENTÁVEIS (CONEXSUS)

O [Instituto Conexões Sustentáveis \(CONEXSUS\)](#) atua criando elos entre o mercado e pequenas/médias empresas, cooperativas e associações através de redes de parceria e instrumentos financeiros que desenvolvem estratégias visando a soluções para os principais gargalos de negócios comunitários.

ORIGENS BRASIL[®]

O [Origens Brasil[®]](#) é uma rede que fomenta, com garantia de origem, transparência e rastreabilidade, negócios sustentáveis em áreas prioritárias de conservação na Amazônia, assim promovendo o comércio ético.

VAREJISTAS



Figura 07 – Loja Galeria Amazônica – Arte Indígena. Foto: ARTESOL, 2021.

Os varejistas comercializam os produtos artesanais, normalmente adotando um princípio ou foco que condiciona a curadoria dos artefatos à venda. Ele pode ser amplo, como comércio de artefatos brasileiros de diferentes regiões, caso da Loja Paiol, ou ser em maior ou menor grau especializado, como aqueles que comercializam criações dos povos da floresta – principalmente da Amazônia e sejam eles ribeirinhos, indígenas, quilombolas – ou que se especializam na produção de um desses povos apenas, como lojas focadas na comercialização de artesanato indígena. A Galeria Amazônica é exemplo de varejista especializado em artesanatos de povos da floresta em geral e, somente de produções indígenas, a loja CANOA e a TUCUM.

LOJA PAIOL

A [Loja Paiol](#) foca no comércio do artesanato genuinamente brasileiro de diversas regiões do país. Possui mais de 3000 obras artesanais à venda, distribuídas em duas lojas físicas na cidade de São Paulo (SP), e conta com 152 mil seguidores na rede social Instagram (LOJA PAIOL, c2021), onde há acesso à sua loja virtual.

GALERIAMAZÔNICA

Com o objetivo de atribuir valor à sociobiodiversidade amazônica, a [GaleriAmazônica](#) surgiu através de um projeto em colaboração com o ISA e a Associação Comunidade Waimiri Atroaria (ACWA). Seguindo os princípios do comércio justo (*fair trade*) e exercendo controle de qualidade e de origem identificada dos produtos, a associação promove a venda de artesanato regional com transparência e compromisso na utilização dos recursos naturais de forma sustentável, criando valor nas relações entre clientes e fornecedores. Dentre os 15 importantes povos que compõem a GaleriAmazônica, estão Tikuna, Tukano, Parakanã, Waimiri Atroari, Yanomami, Baniwa, Saterê Mawé. Além deles, há também cerca de 10 associações e projetos socioambientais, como Fundação Almerinda Malaquias, Saboarana e Tucumarte (GALERIAMAZÔNICA, 2021).

LOJA CANOA

Com o objetivo de fortalecer povos originários através da arte, a [Loja CANOA](#) expõe para a venda artefatos de 40 etnias e fez de Paraty (RJ) uma referência para a valorização e o escoamento da arte indígena e popular. Através do comércio justo, a loja soma mais de 20 anos de trajetória como agente do estímulo e da preservação da cultura dos povos indígenas do Brasil e das Américas (CANOA, 2021).

TUCUM BRASIL

A [TUCUM Brasil](#) se tornou referência no mercado ao lançar a primeira loja online de artesanato indígena, assim como por sua atuação diferenciada: mais do que ser uma parceira comercial para venda de produtos, ela também oferece assessoria a organizações indígenas na estruturação da cadeia de valor produtiva do artesanato e no desenvolvimento de seus negócios. Além disso, a TUCUM atua em comitês e participa da elaboração de estratégias de iniciativas como Origens Brasil® e Parceiros Pela Amazônia. Atualmente, conta ainda com uma plataforma marketplace² junto a organizações indígenas.

2 Ao contrário de uma loja online, que é o modelo digital de negócios de uma só marca, o marketplace é uma plataforma de vendas em que há vários vendedores, que montam nela perfis para comercializar produtos através de um único portal (BLOG DA ISET, c2021).

EXPOSITORES



Figura 08 – Feira de artesanato no Museu Paiter A Soe.
Foto: Samorano Surui, cedida pelo Museu e Associação Gap Ey.

Os expositores divulgam e promovem o setor do artesanato em eventos, galerias, museus, feiras. Quando a exposição da criação artesanal é feita de forma adequada, ou seja, com localização próxima a grandes fluxos de pessoas e gerida por profissionais, esse trabalho efetivamente contribui para aumentar a visibilidade e para conquistar novos consumidores, abrindo, assim, novos mercados em potencial. São diversos os eventos espalhados por todo o Brasil que trazem oportunidades de exposição aos produtos indígenas: o mapeamento da cadeia do artesanato feito pela TUCUM em 2019 catalogou 28 pontos de expositores (TUCUM, 2019).

FEIRA ROSEMBAUM

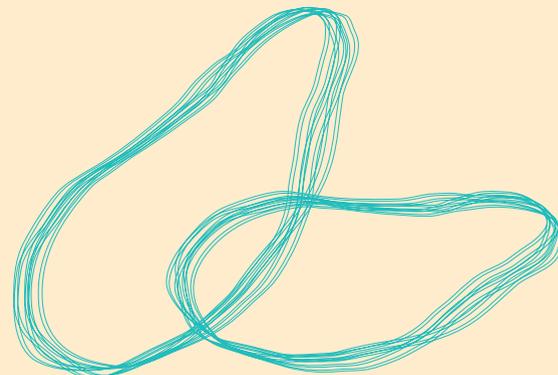
Com curadoria de Cris Rosenbaum, ocorre diversas vezes por ano em diferentes locais e de forma online. Desde organizações indígenas brasileiras até artistas e designers contemporâneos, a [Feira Rosembaum](#) reúne criadores independentes para levar ao público produções autorais que manifestam identidades brasileiras.

FEIRA NACIONAL DO ARTESANATO - FNA

Parte do Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras (Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior), a [Feira Nacional do Artesanato - FNA](#) atualmente é o maior evento de artesanato da América Latina. Lançada em 1989 com apenas 60 estandes e 200 expositores, em 2021 contará com 1.000 estandes e a expectativa de visitação é de 130.000 pessoas (CENTRO CAPE, 2021).

FEIRA DOS POVOS INDÍGENAS DO MÉDIO XINGU

Realizada na cidade de Altamira (PA) e idealizada pela Funai em parceria com organizações governamentais e não-governamentais, a [Feira dos Povos Indígenas do Médio Xingu](#) promove a exposição e a venda de artesanatos confeccionados pelos povos Xipaya, Kuruaya, Juruna, Arara, Araweté, Assurini, Xikrin, Kayapó, Parakanã e por moradores de RESEX do Médio Xingu, que podem ser de comunidades de seringueiros, castanheiros, pescadores, coletores de óleos e sementes. O objetivo da feira é promover interatividade entre os povos tradicionais, viabilizando também o acesso da população urbana da região aos diversos artesanatos desenvolvidos nas áreas de preservação (FUNAI, 2021).



NACIB

Núcleo de Arte e Cultura Indígena de Barcelos



Para compartilhar a experiência de uma organização indígena com a cadeia do artesanato, convidamos a Dinalva Tariana, representante do NACIB - Núcleo de Arte e Cultura Indígena de Barcelos, uma associação de artesãos do município de Barcelos, no estado do Amazonas. Os artesãos indígenas são das etnias Tariana, Baré, Baniwa, Tuyuca e Tucano.



[Núcleo de Arte e Cultura Indígena de Barcelos – NACIB](#)

Como foi criada a organização?

A criação do NACIB aconteceu pelos problemas que a gente tinha e isso sempre foi a falta de mercado para o artesanato. A gente sempre pensou que, se nos uníssemos, teríamos mais forças, então a gente começou com a união de 4 colegas, que se organizavam e vendiam a produção aqui, localmente. No decorrer dos anos, a gente teve interferências de outras instituições, que foram muito importantes para gente conhecer e ver como era o mercado do artesanato. Antes a gente achava que era só vender, a gente não sabia que precisava de toda organização, precificação dos produtos e tudo que está por trás. Por isso, dizemos que o Sebrae foi um importante parceiro neste processo, que forneceu oficinas de empreendedorismo e várias outras atividades nesse segmento, e só aí que fomos vendo qual a forma de trabalhar melhor, se adequar e, assim, poder dizer com orgulho que trabalhamos como artesãos, nossa profissão é ser artesãos. Antes a gente só fazia e vendia e hoje a gente fala que ser artesão é mais que isso: é almejar, ter objetivo, ter um começo, meio e fim, saber o que quer alcançar com esse trabalho, senão você trabalha sem objetivo e não chega a lugar nenhum.

Mas a gente teve muita dificuldade. Muito produto chegava lá e aí voltavam por conta da qualidade e a gente não entendia isso. Só depois, com ajuda desse pessoal que trouxe para gente as questões de acabamento, qualidade. A gente levava para as feiras, fazia troca de experiência, e aí fomos entendendo o mercado, como contar as histórias do grupo, da associação, da nossa luta, as tradições e conhecimentos. A gente só conseguiu o sucesso quando entendemos de que forma é feito esse trabalho e, assim, exercer essa função. Não é à toa que no mundo dos brancos tem a escola, você estuda, vai fazer faculdade... Ser artesão não é diferente, é uma profissão como qualquer uma, você tem que ter compromisso.





No início, quais foram as principais dificuldades que enfrentaram?

A principal foi a resistência para nos adaptar às questões do mercado e entender o que ele quer. Esse atualmente é o grande diferencial do NACIB porque a gente foi além do tradicional, a gente conseguiu unir a tradição com inovação, nós estamos sempre tentando inovar. Nossa dificuldade foi mesmo mudar para esse novo cenário de trabalho e a união dos próprios artesãos. Tem pessoas que assumem o compromisso, outros já não faz, para ele não dá certo, criam intriga, e isso sabemos que é em todo lugar, mas a gente tenta só trabalhar a parte boa. Com isso nosso grupo tem dado certo. Mas a falta de união é um problema, o pessoal entender o que é uma associação de fato, e isso não impede trabalhar o empreendedorismo, nós trabalhamos os conceitos de associação e de empreendedorismo com os artesãos, não pensando só em dinheiro, mas de uma vida melhor.



Como foi o processo de ir conquistando parcerias comerciais?

Demorou um tempo, a gente fazia vários produtos sem muita qualidade, mas a gente participava de várias feiras. Depois fomos trabalhando a qualidade com as artesãs, foi quando começamos a conquistar as parcerias com as lojas. E também nós trabalhamos muito com atacado e bem menos com varejo: para nós vale muito mais a pena, nós somos uma associação que produz diversos produtos e quando já temos a loja-cliente certa fica mais fácil.

Nós trabalhamos atualmente com agendamento, ou seja, a loja faz o pedido e durante o mês a gente tem a agenda de entrega: de final de semana nós recebemos os produtos e de segunda e terça nós despachamos. Mas até a gente entender e chegar nesse patamar, de ter nossos clientes, foi sendo de forma gradual. Hoje temos clientes de biojóias, cestarias e todos outros produtos. Com o pessoal do Sebrae mesmo nós tivemos o desenvolvimento de algumas peças com apoio de um design, então a gente tem hoje em dia nossos clientes arquitetos, que estão ligados diretamente a nós.

A gente conseguiu também parceria com secretaria do estado que trabalha com a questão do artesanato, e que nós nem sabíamos, e agora nossos associados têm a carteira do artesão, sendo reconhecimento a nível nacional do nosso trabalho. A secretaria do estado tem ajudado muito na participação de feiras, divulgado nosso artesanato, e temos avançado cada vez mais.

Para nós, o marco foi quando fechamos um contrato de 80 mil reais com uma empresa de arquitetos depois da consultoria de design com o Sebrae. Eram grandes peças que não estávamos acostumados, teve um valor agregado muito grande. Isso foi em 2015, foi a primeira amostra desses novos produtos e, nesse momento, teve um representante que avisou o montante do pedido e, para gente, que estava acostumado a ir para uma feira e vender entre mil e mil e quinhentos reais de produto, imagina?! A gente nem entendia, parcelamos quase 1 ano para a entrega total dos produtos. Nós fechamos contrato de exclusividade para eles durante aquele ano. Aquele foi nosso marco e quando pensamos que seria interessante pensar em outra forma de trabalhar além das feiras e venda no varejo. Foi uma alegria muito grande, uma conquista, a realização de um sonho, mesmo!

As parcerias nesse processo foram muito importantes, principalmente por nos ensinar que uma hora precisaríamos andar com nossas próprias pernas. A gente continuou fazendo nossas atividades, participando de feiras... Tudo com nosso recurso mesmo, fazíamos as famosas vaquinhas, e a gente conseguiu, então, manter nossa participação em dia. A gente aprendeu realmente que... No movimento indígena estávamos acostumados que alguma hora aparecesse alguma ONG ou alguma instituição que fizesse projeto e bancasse tudo, mas aí terminava o projeto e pronto, a gente voltava para estaca zero. Por isso foi tão importante introduzir o empreendedorismo dentro da associação: para acabar com a dependência. Isso ajudou a libertar.



Quais dificuldades ainda enfrentam no trabalho, desde a negociação com as artesãs na base até a entrega para o comprador?

A principal dificuldade é a logística e a falta da sede própria do Núcleo, ter nosso espaço físico que estamos ainda tentando conseguir, talvez ainda esse ano. Mas, realmente, a logística é o que mais desanima. O preço acaba ficando muito caro, a gente até tenta negociar valores com as transportadoras, mas é muito difícil. Às vezes os compradores desistem da compra por conta dos altos valores de frete. A internet também tem dia que não funciona e isso complica na conversa com lojistas porque não conseguimos responder na mesma hora as mensagens.



Quais foram os maiores aprendizados desde a criação da organização?

Foi o planejamento. Às vezes a gente acaba tendo dificuldade, falta tempo, mas aprendemos a importância de planejar. Para qualquer pedido, produção, precisa fazer o planejamento para começar e terminar o trabalho.

Quais dicas daria para organizações/grupos que estão no começo?

A principal seria que todo mundo precisa ter objetivo comum, igual. Porque se dá algo errado, não pode ter desavença, todo mundo tem que estar junto para ajudar, correr atrás do objetivo, planejar a meta e correr atrás. Precisa ter as pessoas envolvidas de corpo e alma, até porque sempre tem gente querendo derrubar, pois muitas pessoas não entendem a precificação e criticam muito, mesmo com muita conversa. Os objetivos precisam estar alinhados e de acordo, precisamos trabalhar com muita transparência, prestando conta sempre. Coisas pequenas acabam gerando conflito dentro da organização, por isso estar com objetivo comum é o que eu considero como mais importante.



Figura 09– Cestaria produzida pelos criadores do NACIB. **Foto:** Sergio Matos (ARTESOL, 2021).



O MERCADO

CAPÍTULO 2

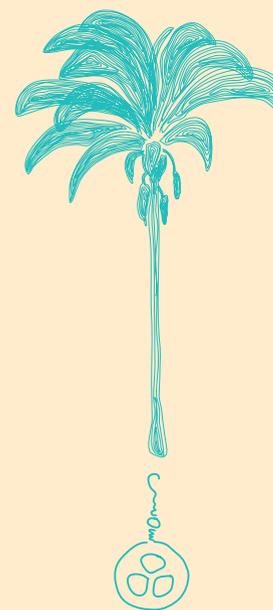




Figura 01 – Variedade de artesanatos Aikanã Kwazá – TI Kwazá do Rio São Pedro. **Foto:** Tatiana Tintino.

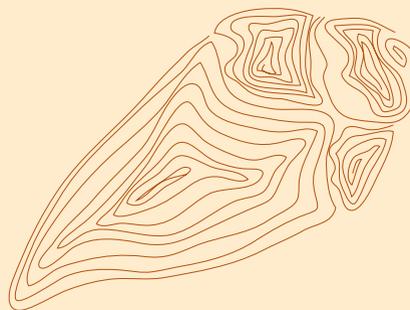
“É o momento de firmar as expressões dos povos indígenas na nova ordem que se insinua no mundo contemporâneo, é chegada a hora de estar presente em todos os territórios de cabeça erguida, celebrando a verdade, a memória e a cultura dos povos indígenas.”

Daiara Tukano em reportagem à Amazônia Real (MEDEIROS, 2021).



Um dos aspectos notáveis do mercado de arte e artesanato indígena é que muitos dos criadores estão ligados ao movimento de negócios de impacto, ou seja, são iniciativas em que a viabilidade econômica e a preocupação com o bem comum têm igual importância (SEBRAE, 2019) e em que há uma conciliação entre retorno financeiro e propostas voltadas à solução de desafios sociais e/ou ambientais (BARKI, COMINI e TORRES, 2019). De maneira geral, isso é caracterizado também pela intencionalidade, pela relação com o contexto local e pelo compromisso com o desenvolvimento do território, características compartilhadas por muitas iniciativas indígenas do setor: além de gerar renda e autonomia financeira, elas buscam ampliar as perspectivas de pessoas com pouca visibilidade e gerar um impacto positivo na comunidade e no meio de que fazem parte.

O vínculo a esse movimento é um importante diferencial de mercado para os artesãos indígenas e suas criações. A começar pelo contexto, a razão está em a noção de negócios de impacto surgir em resposta ao desejo latente de uma parte da população que hoje busca trabalhar e consumir de forma mais consciente, com propósito (BARKI, 2015). Essa tendência, que começou a ganhar momento a partir da década de 2010, levou ao surgimento de novas demandas por parte do consumidor, como o trabalho proativo dos negócios para não somente mitigar danos socioambientais, mas também propiciar o impacto positivo, reflexo de uma sociedade cada vez mais atenta às consequências do atual modelo de desenvolvimento, tanto de uma perspectiva ambiental quanto social. Como prova de sua relevância e abrangência, foi também nesse período que movimentos similares surgiram, como capitalismo consciente, valor compartilhado, Sistema B e outros, todos alinhados à ideia de que negócios devem ter um propósito social e/ou ambiental e não apenas buscar a maximização do retorno financeiro (BARKI, COMINI e TORRES, 2019).



Quadro 01 - PANORAMA DO MOVIMENTO DE NEGÓCIOS DE IMPACTO NO BRASIL

Há mais de um fator que indica que esse movimento e suas manifestações vieram para ficar. Um deles é o considerável crescimento do ecossistema brasileiro de negócios de impacto nos últimos anos: a Sebrae, em parceria com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), identificou mais de 800 negócios de impacto social em todo o país (AGÊNCIA BRASIL, 2018). Outra pesquisa, realizada pela Pipe.Social com apoio do Sebrae, do Governo Federal e de diversas outras entidades, mostra que 52% dos negócios de impacto lançaram produtos e serviços, alcançando novos nichos de consumo no mercado, e que a grande maioria (80%) espera superar o faturamento do ano passado (Sebrae, 2021).

Além do aumento do número de empreendimentos, surgiram também aceleradoras e fundos de investimento dedicados apenas a esse setor, como [Artemisia](#), [AMAZ](#), [NESsT](#), [Din4mo](#). Várias grandes empresas, fundações e institutos também têm participado ativamente nesse campo, o que pode ser observado pela mobilização, por exemplo, do Mercado Livre, que criou o Programa Empreender com Impacto+Biodiversidade, gerando oportunidades de capacitações, investimentos e benefícios em sua plataforma para negócios com impactos positivos. Observa-se ainda que novas organizações, tanto nacionais como internacionais, foram estabelecidas com o intuito de fomentar o setor, exemplo da plataforma Parceiros Pela Amazônia, que busca fomentar soluções de desenvolvimento sustentável para a região amazônica, gerando oportunidades para os seus 25 milhões de habitantes. Além disso, a plataforma busca alavancar investimentos sociais e ambientais, fomentar o desenvolvimento de parcerias transformadoras, compartilhar melhores práticas e criar um ambiente colaborativo para o desenvolvimento de soluções conjuntas (PPA, 2021). Por fim, conta-se ainda com alguma movimentação, ainda que tímida, do governo para a construção de uma estratégia pública que impulse os negócios de impacto (BARKI, COMINI e TORRES, 2019).

Dentro desse cenário, o mercado de arte e artesanato indígena se destaca por vários motivos e um deles é a valorização da sustentabilidade aplicada a processos e produtos. A prática se tornou fonte de diferenciação por ser propulsora de desenvolvimento sustentável local, trazendo uma atividade econômica de baixo impacto e que permite que seus produtores criem laços sociais e gerem renda (COSTA, 2019). Ainda nesse sentido e tendo em vista também que muitos povos se utilizam de matérias primas naturais e biodegradáveis, assim como o papel que eles cumprem na proteção da água, terra e floresta, as criações estão de acordo com outra preocupação do consumidor: a preservação ambiental e a preferência dele por produtos “limpos” (GALLELI, SUTTER e LENNAN, 2015), ou seja, vinculados a sistemas produtivos que evitam a geração de resíduo.

Mais um fator que também passa a ser cada vez mais apreciado pelo consumidor é a valorização da história e da cultura por detrás de um produto, como é o caso das produções de povos da água, terra e floresta e, portanto, do artesanato e da arte indígena – outro diferencial importante. Além da atenção dada à visibilidade do artesão, sua cultura e sua história, esse apreço é acompanhado por demandas como pagamento de preço justo combinado em comum acordo entre as partes e a transparência nas operações. De um outro ponto de vista, o dos criadores, o desejo por produtos que estejam em observância a essas práticas é extremamente benéfico: desde o produtor até o consumidor final, elas valorizam e empoderam os atores da cadeia de valor, representando, assim, uma grande oportunidade para a base. É importante, porém, ressaltar que os negócios de impacto ainda devem superar uma série de desafios e, no caso do setor de arte e artesanato indígena, merece destaque a busca por melhores ferramentas de avaliação e monitoramento do impacto social e ambiental de seus negócios.

ACESSANDO O MERCADO EXTERNO

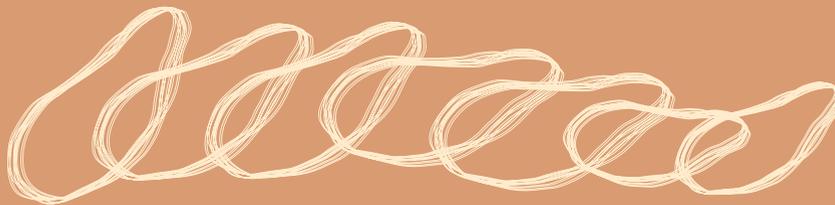
Seja através de clientes locais, de varejistas, de eventos ou do mundo virtual, acessar diferentes canais de comercialização é a melhor maneira de significativamente aumentar as vendas de negócios de base comunitária que trabalham com arte e artesanato indígena. Consequentemente, essa é também a melhor forma de potencializar o impacto positivo em suas comunidades através do comércio das criações. Por outro lado, apesar de o mercado hoje ser favorável à valorização das iniciativas, essa articulação não é simples.

Um dos gargalos compartilhado por muitas organizações comunitárias é o posicionamento em mercados diferenciados e qualificados, como aqueles atentos ao movimento dos negócios de impacto: normalmente, esses mercados são externos, ou seja, com vendas em outros estados, em cidades turísticas, no exterior e online. É através dele que as iniciativas da arte e do artesanato indígenas conseguem obter os melhores valores para suas criações, o que ocorre através do alcance a consumidores diferenciados e a entrada de grandes demandas, movimentando, assim, maiores volumes de produção. A dificuldade está no acesso, que, por exigir maior estrutura de negócio por parte dos grupos de criadores, é complexo (TUCUM BRASIL, 2019). Essas exigências envolvem maior maturidade na gestão, o cuidado com a embalagem, a constância do preço justo e da qualidade, a honradez em manter a encomenda feita, o pagamento em condições éticas, a transparência na relação comercial. Além disso, há também a criação de estratégias de marketing para acessar e ampliar consumidores, o que, para o artesanato, é a “contaçaõ de história”: um discurso que valoriza os criadores e seus modos de vida, saberes e fazeres (ARTESOL, 2006).

Dessa forma, o que termina por ocorrer é que a maior parte dos criadores tem acesso apenas ao mercado local ou regional, que nem sempre segue os princípios de trocas éticas e equilibradas entre atores da cadeia de valor do artesanato e de promoção a práticas que propiciam o desenvolvimento sustentável local. Essas são as vendas de mais fácil acesso, representadas pelas visitas que os produtores de arte e artesanato indígena recebem nas aldeias, as vendas em cidades próximas através de pontos físicos ou pequenas feiras e eventos no entorno dos territórios e as vendas para a rede local, com pessoas que já possuem relação com os criadores e os acionam através de aplicativos de mensagem ou telefone. Esse mercado está presente no dia a dia da maioria das comunidades, mas movimenta pequenos volumes de produção e costuma ser muito menos exigente em diversos aspectos da cadeia produtiva, portanto pagam menos (TUCUM BRASIL, 2019).

Estar atento às exigências do mercado é de grande importância para o sucesso de um negócio e, para isso, a estruturação dos criadores e a governança da iniciativa precisam ser sólidas, o que é desafiador. Essa organização interna está muito relacionada com como o grupo se posiciona, então a boa comunicação, desde os criadores na base até o relacionamento com o cliente, deve ser sempre trabalhada e desenvolvida. Dentro disso, o investimento em uma cultura de venda pode ser um diferencial positivo para o negócio e é importante que a relação com os clientes seja sempre monitorada: a partir do momento em que o comprador foi cativado, a responsabilidade é da organização de estreitar esse laço, ou seja, o esforço de vender e de manter o canal de venda aberto de forma duradoura é do próprio produtor (ARTESOL, 2006).





Enquanto uma loja que atua somente através de vendas em pontos físicos tem o alcance restrito à sua região, é inestimável a quantidade de potenciais compradores no mundo online, setor que, muito impulsionado pelo contexto de pandemia de covid-19, registrou um salto recorde em 2020, refletido no aumento da demanda e no maior número de empresas que decidiram entrar para o *e-commerce* (comércio eletrônico). Segundo levantamento da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), feito em parceria com a Neotrust, o crescimento nas vendas foi de 68% em comparação a 2019, elevando a participação do *e-commerce* no faturamento total do varejo (ALVARENGA, 2021). A associação estima também que foi nesse ano que 20,2 milhões de consumidores realizaram pela primeira vez uma compra pela internet e que 150 mil lojas passaram a vender por meio das plataformas digitais além das físicas. Segundo o balanço, foram mais de 301 milhões de compras pela internet, com um valor médio de R\$ 419.

O cenário é atrativo, mas os desafios para se posicionar nele são grandes: além de capacitação, bom planejamento e investimentos, a logística é complexa, devem ser implementadas estratégias para garantir boa experiência do comprador e é preciso prestar atenção à transparência e à qualidade do atendimento para ampliar o número de consumidores. Dentro do escopo do artesanato indígena, a apresentação dos produtos é também um ponto chave para que a inserção nesse mercado seja positiva – pelo seu diferencial estar na narrativa dos povos e no contexto de produção por trás das criações, é necessário investir em estratégias de comunicação para cativar o consumidor final. Para tanto, as imagens precisam fazer jus às peças e, além de apresentar as matérias primas e o método de coleta, é importante compartilhar de que forma o artesanato é produzido, quem está envolvido nessa produção, qual a história do produto e a importância dele para o povo de que o artesão faz parte. Além disso, as descrições também precisam se atentar a detalhes como as medidas de cada produto, especialmente no caso de bijóias, visto que a falta de precisão pode levar a trocas e devoluções, gerando prejuízos para o negócio.

Para adentrar o mercado online, existem duas possibilidades: criar uma loja virtual ou fazer parte de um marketplace. A loja virtual é um site que representa a vitrine da marca e onde a interlocução entre o consumidor e o vendedor é direta, sem intermediários. Essa forma de comércio online já é praticada por algumas organizações de artesãos indígenas, como o [Instituto Kabu / Kayapo Menkragnoti](#) e a [Galeri Amazônica](#).

O marketplace, por sua vez, é uma plataforma que reúne diversos fornecedores, cada qual com a sua página ou loja, e que articula o contato deles com os clientes através de seu site ou aplicativo, cobrando um percentual por venda. Ao fechar a parceria, pequenos negócios poupam esforços e investimentos em marketing, publicidade e na



criação da própria loja virtual. Outra vantagem é que, na maioria dos casos, apenas o armazenamento e a logística de entrega ficam sob responsabilidade da iniciativa que comercializou os produtos na plataforma (SEBRAE, 2021), ficando a cargo do marketplace os procedimentos em torno da venda ao cliente. Para os operadores, esses arranjos também são um excelente negócio uma vez que conseguem atingir diversos públicos e expor uma grande variedade de produtos sem precisar manter estoque.

Por outro lado, um ponto de atenção aos lojistas ao adentrar um marketplace é que, além da redução da margem de lucro devido às taxas pagas à plataforma, eles não necessariamente promovem a retenção de clientes para varejistas individuais e a competitividade nessas plataformas pode ser muito grande. Ainda assim, do ponto de vista das organizações locais e comunitárias, se posicionar dentro de um marketplace pode ser mais interessante do que a criação de uma loja virtual própria: a gestão é mais simples e o alcance, maior. Dito isso, as duas formas de acesso não são mutuamente exclusivas e, de maneira geral, podem funcionar muito bem quando articuladas entre si.

Um grande exemplo de marketplace é o Mercado Livre, dos maiores no Brasil e plataforma que bem representa o potencial desse tipo de mercado. No quarto trimestre de 2020, a receita líquida da empresa foi de 1,3 bilhão de dólares, um crescimento de 96,9% ante os 674,3 milhões registrados no mesmo período de 2019 – a companhia praticamente dobrou seu faturamento em um ano. O número de usuários também cresceu: o acréscimo de 71,3% novos clientes digitais levou a um total de 74 milhões usuários em 2020, resultado impulsionado pela adesão em massa do mercado latino-americano, região que apresentou maior crescimento no varejo digital durante a pandemia de Covid-19 (DIAS, 2021). Apesar de serem poucas as iniciativas de artesanato indígena presentes no Mercado Livre, a plataforma possui estratégias de sustentabilidade que podem gerar oportunidades a criadores do setor. Uma delas é o programa Empreender Com Impacto, que existe desde 2019 e atua apoiando empreendedores e empreendedoras a fortalecerem suas estratégias comerciais e a acessar mercados de forma eficiente e sustentável.

Iniciativas voltadas somente ao mercado de arte e artesanato indígena também começaram a surgir: o marketplace da TUCUM, inaugurado em 2020, é exclusivo a organizações indígenas, que através da plataforma negociam diretamente com o consumidor final. Ainda em fase piloto, ele hoje conta com a participação das iniciativas [GaleriAmazônica](#) (Wamiri Atroari-ISA), [Tecê-AGIR](#) (AGIR) e [Arte Kayapó Meprodjá](#) (Cooba'y- Cooperativa Kayapó). Indo além, a TUCUM também ofereceu a elas um curso de vendas online voltado ao setor, preparando seus gestores para acessar esse mercado.

EXPOSITORES



Figura 02 – Sessão de fotos da Tecê-AGIR para uso em plataformas online. **Foto:** Muyara Ruiz.

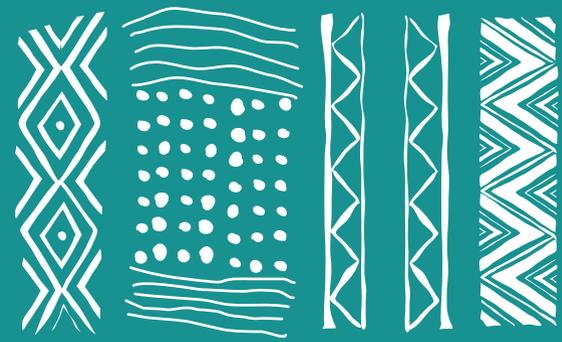
Mais uma possibilidade de acesso ao mercado externo é através de expositores, que não apenas proporcionam meios de divulgar artes e artesanatos, mas também colocam as criações em posição de destaque. Para o artesão, é uma oportunidade de ganhar visibilidade, ter contato com outros criadores da rede, acessar públicos diferenciados e cativar clientes de longo prazo, assim abrindo novas possibilidades para suas produções e iniciativas. Outra vantagem é que, muitas vezes, é possível comercializar grandes volumes de mercadoria em um único evento.

Essa categoria de mercado tem atuação em todos os cantos do país, representando uma grande vitrine da regionalidade e das características específicas de cada lugar. Além de concentrarem produtos que muito provavelmente o consumidor não encontraria em grandes centros comerciais, as exposições de maneira geral possibilitam o contato com a unicidade de um produto artesanal, que é o que lhe agrega valor inestimável, e, em alguns casos, o contato com o próprio artesão da peça.

É importante ressaltar que, além de eventos destinados para a venda, as artes indígenas estão cada vez mais presentes em museus e exposições artísticas, o que amplia o olhar sobre a realidade dos povos e sensibiliza mercados de consumo. Um relevante exemplo é a 34ª Bienal de São Paulo, que comemorou seus 70 anos neste ano de 2021. Nessa edição, a Bienal contou com a maior participação de artistas indígenas de sua história: 05 brasileiros – Daiara Tukano, Gustavo Caboco, Jaider Esbell, Sueli Maxakali e Uýra – e 04 estrangeiros – Abel Rodríguez (Colômbia), Jane Quick-to-see Smith (Estados Unidos), Pia Arke (Groelândia) e Sebastián Calfuqueo Aliste (Chile) (ITAÚ CULTURAL, 2021). Durante o evento, foram também apresentados cantos rituais tikmũ'ün e os artistas representaram a si mesmos, atuando em seu próprio nome, o que é uma grande conquista: a ocupação dos povos originários nesses ambientes expositivos é algo por que se vem lutando há muitos anos.



Figura 03 – Artesanatos Paiter Suruí, foto cedida pelo Centro de Plantas Medicinais Olawatawa. **Foto:** Naraiamat Surui.



A experiência da Tecê-AGIR



[Tecê-AGIR](#)



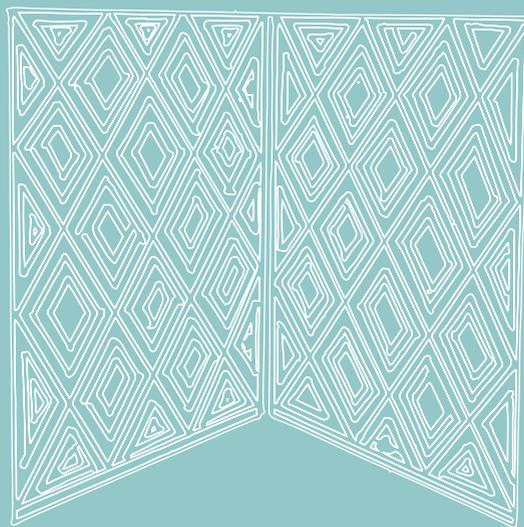
Figura 04 - Marciely Ayap Tupari. Foto: Fabrícia Sabanê.

Marciely Ayap Tupari – Gestora da Tecê-AGIR

É impossível falar da loja sem conhecer um pouco do contexto da Associação das Guerreiras Indígenas de Rondônia – AGIR. É uma associação que foi criada no ano de 2015 e, antes da associação ser criada, foi feito um diagnóstico dentro das Terras Indígenas do estado de Rondônia para conhecer a realidade das mulheres e saber qual era a demanda delas. E o assunto mais falado foi a questão do artesanato.

A partir daí, tivemos a ideia criar uma loja para as mulheres aqui do estado, mas esse sonho só conseguimos tornar realidade a partir de 2018, através do apoio que tivemos da Iniciativa Comunidades e Governança Territorial da Forest Trends. A pessoa que ficou à frente fui eu, eu participei desde o momento que ela foi pensada até a criação e sua inauguração. Primeiramente era uma loja física, que era algo que sempre quisemos e conseguimos ter. No começo eu não tinha experiência nenhuma de trabalhar em uma loja, ainda mais em algo que abrangeria todas as mulheres indígenas do estado, algo que seria tão importante. Nesse momento, nós conseguimos uma parceria com a TUCUM, com apoio da Forest Trends. Na capacitação comigo e mais 2 pessoas da diretoria, eles ensinaram a gente sobre fotografia, planilhas e como fazer para gerir um negócio.

Porém, no mesmo ano tivemos a pandemia e tivemos que fechar a loja física. A solução foi partir para o formato digital: entramos no marketplace, começamos a trabalhar na plataforma, movimentar mais o Instagram da loja. Nós passamos por outra capacitação da TUCUM, no mesmo projeto da Forest Trends, e agora estamos inseridas dentro do Marketplace da TUCUM, a gente consegue agora vender por lá. Quando nós fechamos a loja, nós ficamos sem um lugar próprio para venda e para própria organização, o que ainda estamos lutando para conseguir esse espaço, para que a gente consiga trazer as pessoas para conhecerem de perto o trabalho das artesãs.



Em 2020, também vimos que era muito trabalho, porque dentro da loja temos que trabalhar com a compra, reposição de estoque, conversa com as artesãs, mapeamento delas, a venda, contato com cliente, precificação... Era muita coisa para uma pessoa só e, assim, conseguimos trazer a Fabricia Sabanê para dividir o trabalho. Nós dividimos e ela ficou na parte de vendas e eu na parte do contato com as artesãs e falar para elas sobre a loja. O trabalho é muito complexo, a gente achou que criar uma loja era muito simples, que era só vender e comprar de volta, mas não é, principalmente porque a gente sabe que hoje as pessoas não conhecem ou não entendem o porquê da loja, acham que a loja é nossa, mas ela é realmente uma loja que foi feita para as mulheres indígenas que trabalham com artesanato. Mas nós estamos avançando nessas conversas e estamos retomando os trabalhos de ir para os territórios e ter uma conversa direta com as próprias artesãs. Nós temos muita dificuldade de atender as mulheres que estão na base, dentro das Terras Indígenas: ainda não conseguimos atender todos os territórios por conta da pandemia e por isso estamos abrangendo apenas as que já tem um contato com a gente.

A gente tem passado por muitas capacitações para poder entender mais como gerir o negócio e fortalecer o trabalho das mulheres indígenas, até porque o papel da loja não é só gerar renda, mas a gente também quer incentivar elas a produzirem os artesanatos que elas mesmas fazem. E isso é um diferencial da loja, porque a gente trabalha com artesanato que é feito da floresta em pé, de forma artesanal e tradicional. A gente quer valorizar esse artesanato feito de forma tradicional e cultural e contar a história, repassar isso para as pessoas que vão comprar nas nossas redes sociais. Sempre que postamos um produto, vamos conversar com a artesã que vendeu para ela contar a importância do artesanato para o povo ou para ela como mulher indígena. Às vezes as pessoas acham caro, mas a gente sabe que cada produto conta a história da mulher, do povo dela. Ela teve que dedicar o tempo dela ali – tem produtos que vemos prontos e achamos lindo, mas demorou 1 mês ou 15 dias para ficar pronto um produto só. E cada produto pode parecer igual, mas eles nunca serão. Cada peça é única.

Com a venda do artesanato vemos que vamos gerando autonomia para as mulheres, principalmente porque gera renda para elas e isso ajuda também a fazer com que elas preservem seu território. Nós vemos que hoje as mulheres estão na frente das tomadas de decisão e na preservação dos seus territórios. A gente quer muito atender outras mulheres: estamos focados em atender e conhecer outras realidades.”

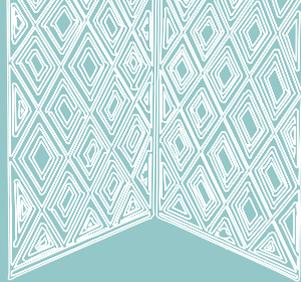


Figura 05 – Assembleia da Associação das Guerreiras Indígenas de Rondônia – AGIR, 2019. **Foto:** Tatiana Tintino.







PARTE II



TERRITÓRIO TUPI GUAPORÉ E O ORIGENS BRASIL[®]

Para destacar o caso de um dos principais articuladores das cadeias da sociobiodiversidade na Amazônia, convidamos o [Origens Brasil](#)[®] a compartilhar a inspiração por trás da criação da rede e como ela funciona. Como o projeto Nossa Floresta Nossa Casa da Forest Trends, o Origens Brasil[®] chegou ao território Tupi Guaporé, resultado da parceria entre Imaflora, Forest Trends, Pacto das Águas e Kanindé, em articulação direta com as organizações dos povos indígenas e comunidades tradicionais.

O Origens Brasil[®]

A sobrevivência da Amazônia, a maior floresta tropical do mundo, está mais do que nunca em risco. No Brasil, seguem avançando as atividades predatórias e ilegais que são responsáveis pelas elevadas taxas de desmatamento, sobretudo para dentro de áreas protegidas e de territórios onde vivem povos indígenas e populações tradicionais. A FAO (Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura) lançou recentemente um relatório que apresenta evidências científicas de que as áreas protegidas onde vivem esses povos da floresta – como TIs, territórios quilombolas e unidades de conservação – são uma maneira eficiente e econômica de reduzir emissões de carbono, mitigar as mudanças climáticas, proteger a biodiversidade e os serviços ambientais (FAO; FILAC, 2021). Essas áreas protegidas cumprem um papel fundamental para a conservação, mas os seus povos, contudo, têm pouco acesso aos mercados capazes de valorizar e remunerar de forma justa a produção tradicional. A geração de negócios e de renda compatível com a manutenção das áreas protegidas e da floresta em pé são essenciais para assegurar a qualidade de vida e a segurança necessárias para que eles tenham condições de viver em seus territórios de forma digna.

O desafio de valorizar e de diferenciar no mercado consumidor a produção de populações tradicionais e povos indígenas que vivem nesses territórios foi a mola propulsora para a criação da rede Origens Brasil[®], uma rede premiada pela ONU¹ que conecta empresas e consumidores a cadeias de produtos da sociobiodiversidade dentro de áreas protegidas, gerando valor para a floresta em pé e para os povos da floresta que vivem dela. Articulada pelo Imaflora e pelo ISA, a criação dessa rede envolveu a participação de múltiplos atores engajados com a cadeia de produtos da sociobiodiversidade, como empresas, ONGs, lideranças dos povos presentes no território e organizações locais e comunitárias. Isso foi o que permitiu que a ideia fosse prototipada e articulada ao longo de 02 anos, antes do seu lançamento em 2016.

1 [Prêmio Internacional de Inovação para a Alimentação e Agricultura Sustentáveis da ONU](#), conferido em junho de 2010.



Figura 01 – Produtos da rede Origens Brasil® e usuário utilizando código QR para ter acesso a informações sobre produtores, suas culturas, territórios de origem, formas de produção e a comercialização dos produtos. **Fotos:** Fundação Banco do Brasil.

Com forte componente de tecnologia, comunicação e governança em rede, o Origens Brasil® visa aproximar do consumidor produtores de populações tradicionais e povos indígenas, promover relações comerciais mais éticas entre povos da floresta e o mercado e construir as garantias necessárias para atingir esses objetivos através de uma rede de confiança formada por empresas, consumidores e organizações comunitárias. A gestão das informações de cadeias de produtos da sociobiodiversidade é feita através de uma plataforma digital criada para a rede com o objetivo de conferir transparência e controle da produção e da comercialização nos territórios pelos produtores, empresas e consumidores. Os impactos da promoção das parcerias comerciais são monitorados anualmente pelo Origens Brasil® e, para que a rede seja capaz de induzir impactos positivos para as populações e seus territórios, esses resultados são disponibilizados ao público de forma a contribuir para uma relação comercial diferenciada e de longo prazo.

Quadro 01: **COMO FUNCIONA A REDE ORIGENS BRASIL® ?**

A plataforma digital recebe, armazena, sistematiza e disponibiliza as informações sobre indicadores de impacto e produtores, produção e comercialização dos produtos agroextrativistas.

Os diferentes membros da rede – populações tradicionais e povos indígenas (produtores), organizações comunitárias, instituições de apoio e empresas –se cadastram e inserem dados e informações de forma colaborativa na plataforma.

Dados e informações dos produtores também são coletados em campo via tablets e celulares, em seguida são registrados os dados de produção e de comercialização com a origem de cada produto, posteriormente enviados a um servidor online (a plataforma do Origens Brasil®). O Origens Brasil® confere ainda a transparência e a visibilidade aos produtos e suas histórias.

Os dados enviados para a plataforma são consolidados e ficam disponíveis para visualização pelos usuários (membros da rede) no painel de gestão (*dashboard*) na forma de mapas georreferenciados, gráficos e tabelas.

Através de um QR Code que acompanha os produtos, que é o próprio logotipo do Origens Brasil®, o consumidor tem acesso pelo celular a informações que vêm da plataforma sobre os produtores, suas culturas, territórios de origem, formas de produção e a comercialização dos produtos.

Figura 02 - **FUNCIONAMENTO DO ORIGENS BRASIL®**

**A GARANTIA
PAUTADA NA ANÁLISE DE
RISCO E NA COLABORAÇÃO
ENTRE OS ATORES**

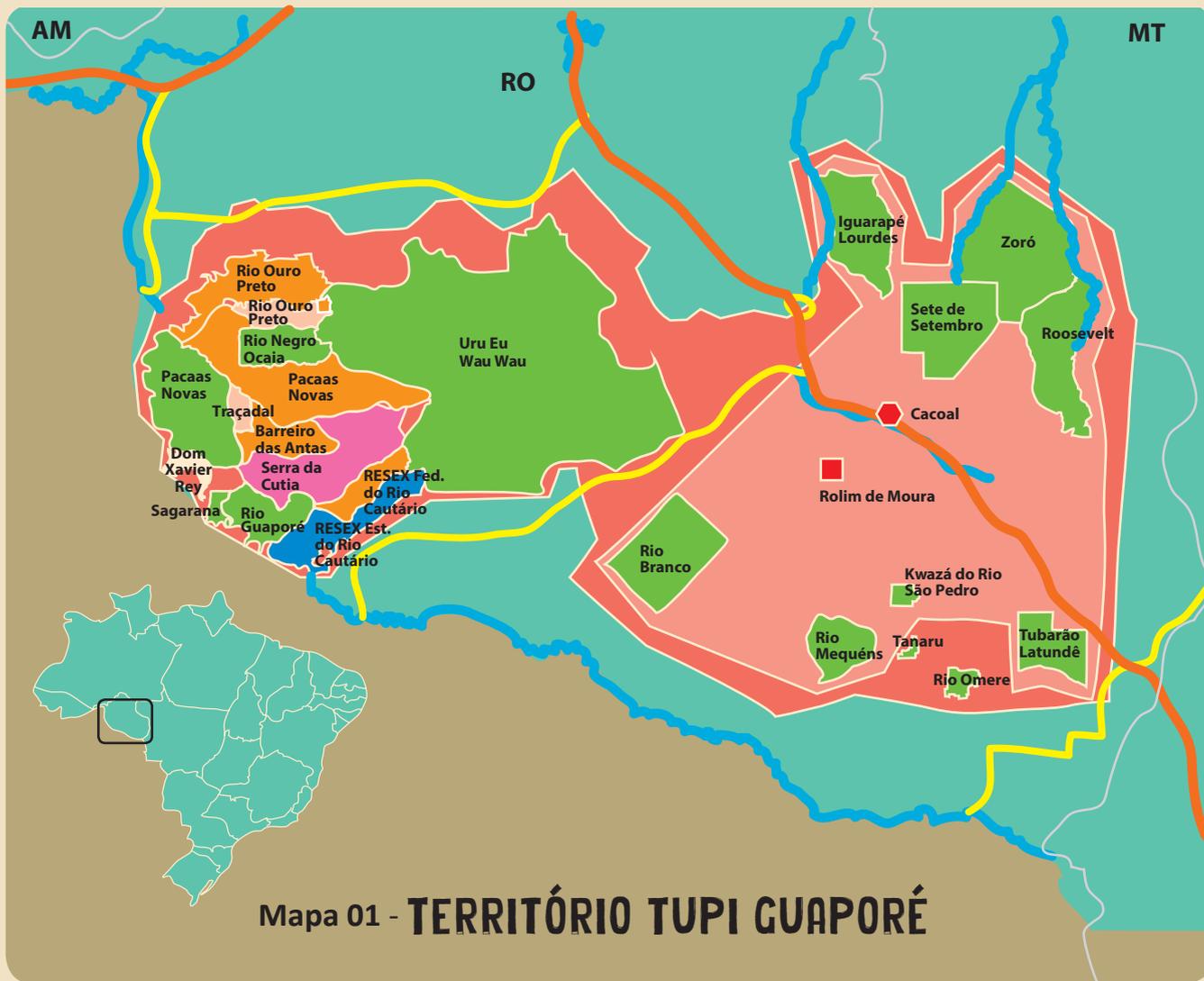


A abordagem do Origens Brasil® é territorial, ou seja, os produtos são provenientes de territórios formados por um conjunto de áreas protegidas, onde vivem populações tradicionais e povos indígenas que trabalham com as cadeias da sociobiodiversidade. Atuamos em 04 grandes territórios na Amazônia Brasileira – o Território do Xingu, Calha Norte, Rio Negro e Solimões – e expandimos recentemente para um novo território, o [Tupi Guaporé](#). Juntos, eles somam 38 áreas protegidas com atuação da rede Origens Brasil® – um total de 52 milhões de hectares – onde vivem povos de 43 diferentes etnias, falantes de mais de 50 línguas.

A forma de operação da rede se adapta às realidades dos povos em um processo que vai “de baixo para cima” (bottom-up) para construção coletiva de requisitos e para garantia de transparência das informações e das conexões comerciais. Os diferentes membros da rede – produtores, organizações comunitárias, instituições de apoio e empresas – participam de conselhos e comitês de governança do Origens Brasil® que se reúnem anualmente com objetivo de promover reflexões sobre melhorias da rede e aperfeiçoamento das relações comerciais entre as partes, contribuindo com uma governança territorial a partir da produção.

O Origens Brasil® no Tupi Guaporé:

Localizado entre os estados de Rondônia e Mato Grosso, o Território Tupi Guaporé é formado por 22 áreas protegidas: 13 Terras Indígenas, 08 Unidades de Conservação e 01 Projeto de Desenvolvimento Sustentável que, juntos, somam mais de 05 milhões de hectares, o equivalente à área do estado do Rio Grande do Norte. O nome escolhido é uma referência a como se autodenominam alguns dos povos indígenas da região, os Tupi Mondé, e à bacia hidrográfica do Rio Guaporé-Madeira. O novo território surgiu da articulação junto ao Imaflora e pelas instituições de apoio [Forest Trends](#), [Pacto das Águas](#) e a [Kanindé](#).



- América do Sul
- Brasil
- Terra Indígena
- Projeto de Desenvolvimento Sustentável
- Reserva Biológica Federal
- Parque Nacional
- Reserva Extrativista Federal
- Reserva Extrativista Estadual
- Cacoal
- Rolim de Moura
- Mosaico Tupi
- Rios
- Rodovias Federais
- Rodovia Federal BR364

É formado por corredores de áreas protegidas que se interligam, envolvendo o Corredor Ecológico Binacional Itenez-Mamoré-Guaporé, os Corredores Etnoambiental Tupi Mondé e o Tupi Kwahiva. Esses corredores de áreas protegidas – onde vive uma grande diversidade de povos, com cerca de 28 povos indígenas e populações tradicionais – abrigam patrimônios culturais, sociais e ambientais que beneficiam todo o planeta Terra. São cerca de 10 mil (9.677) pessoas vivendo no território, sendo 8.076 indígenas e, o restante, populações tradicionais de castanheiros, seringueiros e extrativistas. A diversidade cultural se expressa nas 20 línguas indígenas do tronco Tupi e Macro-jê, com diversas famílias tais como a Mondé, Aikanã, Kanoe e Koazá, além dos povos isolados sem tronco linguístico identificado.

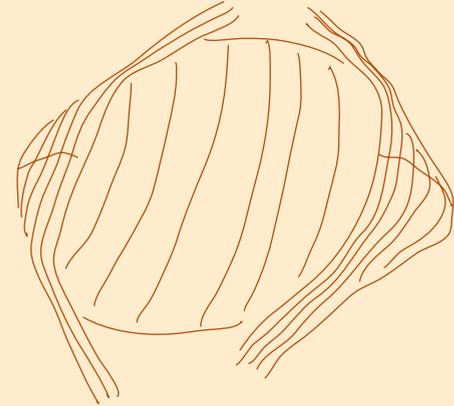
A aterrissagem do Origens Brasil® no território Tupi Guaporé é uma grande oportunidade de se iluminar o importante papel desses povos na conservação da floresta em pé e para fortalecer a colaboração entre os diferentes povos e atores que atuam nas cadeias da sociobiodiversidade dessa região. A governança em rede potencializa o protagonismo das organizações locais e pode ser uma importante ferramenta de fortalecimento e da valorização dos povos indígenas e das populações tradicionais, permitindo construir alternativas econômicas às atividades ilegais e predatórias que constantemente ameaçam esse território.

Mariana Finotti - Imaflores / Origens Brasil®
Patrícia Cota Gomes - Imaflores / Origens Brasil®

O MOSAICO TUPI

CAPÍTULO 3





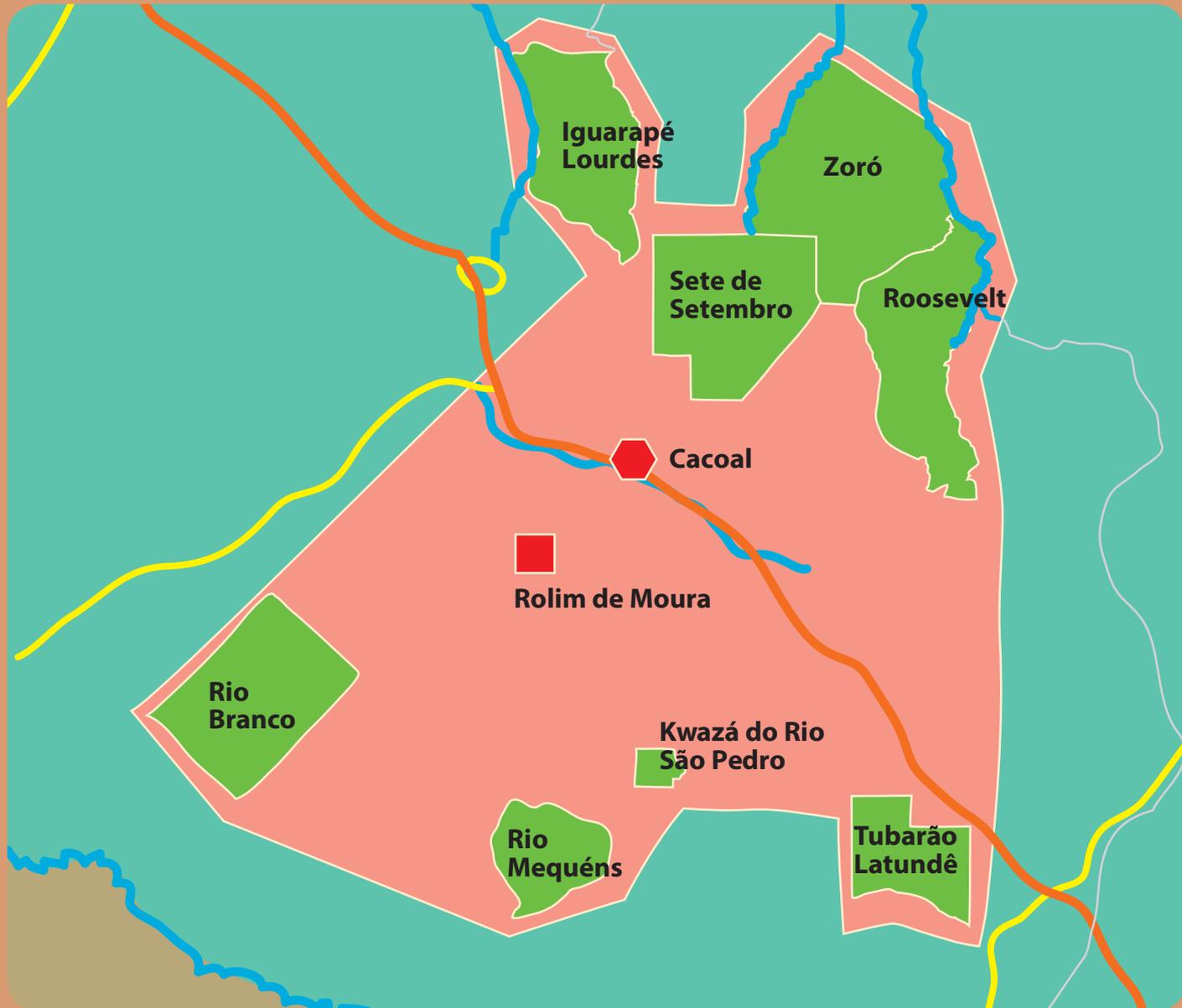
Percorrendo rios, igarapés e longas estradas da Amazônia brasileira, a ICGT-FT chega ao leste do Tupi Guaporé, onde estão as 08 Terras Indígenas de um território entre os estados de Rondônia e Mato Grosso que, em homenagem aos povos indígenas do tronco linguístico Tupi, majoritários na região, chamamos de Mosaico Tupi¹. Nele, trabalhamos junto aos povos para fortalecimento de cadeias da sociobiodiversidade, visando aumentar a resiliência, o bem viver e as oportunidades de geração de renda através de iniciativas econômicas indígenas, com foco na governança territorial, fortalecimento de organizações de mulheres, valorização cultural, fortalecimento institucional, segurança alimentar, garantia de direitos, meios de vida e conservação da floresta em pé.

O recorte territorial do Mosaico Tupi compreende as TIs Igarapé Lourdes, Kwazá do Rio São Pedro, Rio Branco, Rio Mequéns, Roosevelt, Sete de Setembro, Tubarão Latundê e Zoró, que juntas somam aproximadamente 1,5 milhões de hectares e 5.881 indígenas. Nelas, estão distribuídos 21 povos falantes de diferentes línguas, dentre os quais 12 são falantes do tronco Tupi (famílias Rama Rama, Tupari e Mondé), 02 são do tronco Macro-jê (família Jabuti), 01 é da família Aruak-Maipure, 03 são de famílias linguísticas isoladas (Aikanã, Kanoe e Koazá), 02 são da família Nambikwara Sabanê e os demais são povos isolados sem tronco linguístico identificado (Tabela 01). Em um cenário de enfrentamento de grandes desafios da fronteira do desmatamento na Amazônia e de apagamento de modos de vida tradicionais, essas 08 TIs ainda detêm estoques de carbono florestal de importância global, cumprem função hidrológica e permanecem patrimônio de grande diversidade biológica e cultural.

¹ Mosaico Tupi é uma denominação dada pela própria ICGT-FT para designar sua principal área de atuação junto a povos indígenas da Amazônia brasileira, nos estados de Rondônia e Mato Grosso. Ressaltamos que, ao ser adotada essa terminologia, não se pretende, de maneira alguma, classificá-las através dos modelos adotados pelo Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza – SNUC.



Mapa 01 - TERRITÓRIO MOSAICO TUPI



● Brasil

● Terra Indígena

● Mosaico Tupi

● Rios

● Rodovias Federais

● Rodovia Federal BR 364

● Cacoal

● Rolim de Moura

Tabela 01 – TERRAS INDÍGENAS DO MOSAICO TUPI (LESTE DO TERRITÓRIO TUPI GUAPORÉ)

TI	ÁREA (HÁ)	POVOS	POPULAÇÃO EM 2010
Rio Branco (TIRB)	236.137	Aikanã Arikapú Aruá Djeoromixí Kanoê Makurap Tupari Ajuru Kampé	679
Rio Mequéns (TIM)	107.553,00	Guaratira Makurap Sakurabiat	95
Kwazá do Rio São Pedro (TIK)	16.799,90	Aikanã Kwazá	25
Tubarão Latundê (TITL)	116.619,40	Aikanã Kwazá Nambikwara Latundê Nambikwara Sabanê	195
Roosevelt (TIR)	230.826,30	Apurinã Cinta larga	1817
Zoró (TIZ)	355.789,60	Zoró	711
Sete de Setembro (TISS)	248.146,90	Paiter Suruí	1375
Igarapé Lourdes (TIIL)	185.533,60	Ikolén Isolados na Serra da Providência Karo	984

Fonte - Elaborado pela autora com dados obtidos do IBGE, 2010; e do documento interno - *Avaliação das Dinâmicas Econômicas da Forest Trends*, 2019.

Olhar as fronteiras ao redor das TIs é importante para governança e proteção territorial e, no caso do Mosaico Tupi, esse é um ponto bastante sensível. Pelas questões geográficas, pelas influências que a região sofre e apesar das fronteiras estaduais, todas as TIs são mais ligadas ao estado de Rondônia do que ao de Mato Grosso, como é o caso das TIs Roosevelt e Sete de Setembro, divididas entre Rondônia e Mato Grosso, e da TI Zoró, cuja delimitação está apenas no Mato Grosso. Compreender esse laço é importante porque Rondônia é um estado cuja ocupação está fundamentada em três aspectos: desrespeito ao capital natural, ocupação e apropriação de terras sem o devido controle do estado e exclusão dos povos indígenas (DOS SANTOS, 2015). Assim, vê-se que foi um contexto inóspito aquele em que as TIs do Mosaico Tupi tiveram a homologação de suas terras, o que ocorreu entre 1983 e 2003 com o objetivo de garantir os direitos indígenas, reduzir os conflitos agrários e preservar a sociobiodiversidade no território (Figura 02).



Figura 01 – Linha do tempo da homologação das Terras Indígenas do Mosaico Tupi.

- Legenda:**
-  **TISS** – Terra Indígena Sete de Setembro
 -  **TIRB** - Terra Indígena Rio Branco
 -  **TIR** - Terra Indígena Roosevelt
 -  **TITL** - Terra Indígena Tubarão Latundê
 -  **TIK** - Terra Indígena Kwazá do Rio São Pedro
 -  **TIZ** - Terra Indígena Zoró
 -  **TIM** - Terra Indígena Rio Mequéns
 -  **TIIL** - Terra Indígena Igarapé Lourdes

Quadro 01-

MODOS DE OCUPAÇÃO DO ESTADO DE RONDÔNIA: CONSOLIDAÇÃO DE UM CENÁRIO ADVERSO PARA OS POVOS INDÍGENAS DO MOSAICO TUPI.

A ocupação do atual estado de Rondônia, o mais influente sobre as TIs do Mosaico Tupi, começou a partir da primeira década do século XVIII com as missões jesuíticas ao longo do Rio Madeira e, posteriormente, com as descobertas de ouro nos afluentes do Rio Guaporé. Contatos mais duradouros com as populações indígenas dessa região se tornaram mais comuns a partir da década de 1870, com o início do primeiro ciclo da borracha, que teve duração até a segunda década do século XX (REIS, 1997). Entre 1907 e 1915, a comitiva chefiada pelo Mal. Cândido Rondon foi designada a exercer o processo de abertura e instalação das linhas telegráficas (FONSECA e TEIXEIRA, 2001), o que levou à criação de estações telegráficas que se tornaram polos de agrupamento de trabalhadores e migrantes, ampliando muito o contato com os povos indígenas e dando origem a vários dos atuais municípios de Rondônia.

A partir da década de 1960, com o início da abertura da BR-364, o avanço das frentes colonizadoras e dos projetos de interiorização no estado tiveram como uma de suas consequências a ocupação de territórios indígenas por posseiros e garimpeiros. Disso resultou o aumento de conflitos já existentes com essas populações, levando a massacres de povos e, em muitos casos, à desocupação de territórios tradicionais. Na década seguinte, o principal vetor passou a ser o avanço predatório da fronteira agropecuária e as explorações mineral e florestal, o que também ocorreu dentro de um contexto de violência, expropriação e negação da possibilidade de convívio entre sociedades indígenas e não-indígenas.

A convivência e a interação entre os povos indígenas e a sociedade não indígena rural foi intensificada a partir da década de 1980, quando houve avanços nas demarcações das TIs entre 1983 e 2003. Isso ocorreu especialmente com os grupos que viviam no entorno direto dos territórios, ocupado por colonos, e com a sociedade urbana dos municípios da região. Mesmo com a persistência de fatores que desde o início corroboram com contextos de violência e expropriação, o fortalecimento das articulações para a garantia dos direitos assegurados pela Constituição Federal de 1988 e a criação de organizações e estratégias de governança territorial indígena vem abrindo novos cenários e perspectivas para os povos que vivem na porção leste do território Tupi Guaporé.

Os impactos decorrentes da forma com que o estado de Rondônia foi ocupado ainda perduram e, apesar das demarcações, o contexto das TIs permanece muito desafiador. Os municípios em que elas estão distribuídas, tanto em Rondônia quanto no Mato Grosso, têm sua economia baseada nos setores primário, secundário e terciário – agropecuária, indústria e serviços – e, devido à intensa exploração de recursos naturais, grande parte da área foi e continua desmatada. Um exemplo é a região onde está a TI Tubarão Latundê, na qual as propriedades rurais vêm se tornando alvo de disputa internacional para expansão do agronegócio no estado, principalmente a pecuária, o cultivo da soja e as barragens hidrelétricas. Devem ser citadas ainda as TIs Uru Eu Wau Wau, Sete de Setembro e Igarapé Lourdes: as maiores áreas de pecuária do estado de Rondônia não apenas ficam nos municípios em que estão essas TIs como também fazem fronteira com os territórios (SANTOS e GOMIDE, 2015).

Vê-se, assim, que as áreas de entorno das TIs do Mosaico Tupi apresentam uma intensa pressão antrópica, com aumento linear da supressão vegetal, muitas vezes incentivada pela expansão da fronteira agrícola nos estados através de uma estrutura de propriedade altamente concentrada. Isso acaba por potencializar a degradação ambiental e cultural, podendo até mesmo redefinir características importantes para o bem viver dos povos indígenas em seus territórios, como desaparecimento de espécies vegetais utilizadas na medicina tradicional e artesanato, redução da pesca e caça, escassez de alimentos, diminuição da qualidade da água e redução das práticas tradicionais de cultivo. Ainda assim, apesar dessas pressões, a cobertura florestal tem se mantido em pé: em busca de impedir com que o desmatamento avance em seus territórios, os povos mantêm constante a vigilância e a articulação pela garantia de seus direitos.





Figura 02 – Marico em processo de tecelagem, TI Rio Branco.
Foto: Maria Barcelos



Figura 03 – Marico em uso, TI Rio Branco.
Foto: Suellen Manguiera.



Figura 04 – Preparo da bebida fermentada – chicha de cará roxo.
Fonte: Suellen Mangueira.

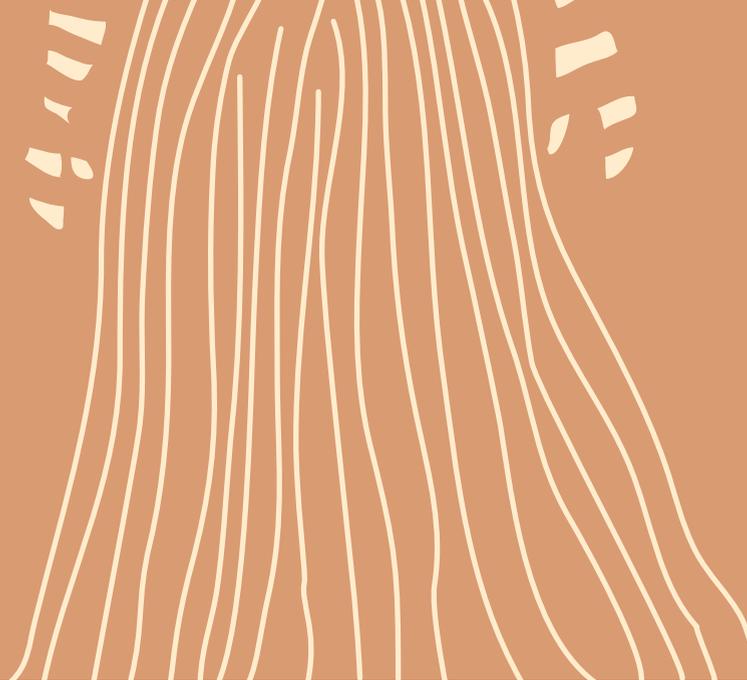
OS POVOS DO MOSAICO TUPI

Os 21 povos do Mosaico Tupi compartilham diversas características culturais semelhantes. Um exemplo é o “Complexo Cultural do Marico” (MALDI, 1991), um agrupamento de povos que possuem algumas similaridades, tendo como elementos principais os cestos de fibra de tucum (marico), malocas no formato de colmeia e chicha (bebidas fermentadas de milho, cará e mandioca). Esse complexo cultural inclui não somente a cultura dos povos que falavam línguas do tronco Tupi na região, mas também a dos falantes das línguas Jabutí (Macro-Jê) e de línguas isoladas, como Aikanã e Kwaza.

Outra semelhança compartilhada por vários desses povos é a maneira com que relatam a história de origem. Em geral, contam que os povos vieram de um mesmo lugar onde inicialmente estavam presos (da terra ou de uma pedra) e que aqueles que conseguiram sair são os que formaram os grupos e clãs que conhecemos hoje. Também é comum a participação de animais nesses acontecimentos, como ajudar as pessoas a escaparem de onde estavam por meio de um portal (buraco). Segundo os Zorós, por exemplo, a história ocorreu da seguinte forma:

(...) Gurá fez uma grande festa que atraiu mais gente e multiplicou o número de pessoas! E logo ele tampou a porta e a maloca virou pedra. Neste tempo todos os animais eram gente. Por isso escutavam e entendiam a todos. Eles escutavam os gritos de desespero do povo dentro da pedra pedindo socorro. Pássaros de todas as espécies tentaram furar a pedra com seus bicos-machado (...). Somente um periquito, o Paxurey (periquito de cara preta) conseguiu fazer um pequeno buraco na pedra (...) e assim o povo o conhece como “kinam bibi wey”, o pássaro que salvou a gente. Então, as pessoas começaram a sair pelo pequeno e apertado buraco. Cada clã se apresentava. Foram saindo. Primeiro os Pangyjēj: -“Somos os Pangyjēj!”. Depois os Kabanej (Suruí) - “Somos os Kabanej!” - Em seguida foram saindo os outros “Somos os Ikulēj! (Gavião)!” , “So - mos os Mamēj” (Cinta Larga) - “Somos os Jala (não índios)!” - e, assim, sucessivamente foram saindo todas as raças que existem no mundo. (BARCELLOS et al., 2019).





A lista de produtos da sociobiodiversidade nos territórios é bastante extensa e foi em torno desses recursos da floresta que aconteceu a transição de uma economia apenas baseada na reciprocidade, que era a economia antes do contato, para as relações comerciais com não indígenas. O início dessa experiência com o mercado se deu primeiro através da comercialização de artesanato e de utensílios de uso diário, depois veio o látex da seringueira e outros produtos da floresta. Vale ressaltar que, no Mosaico Tupi, logo após o contato as principais moedas de troca e de comercialização eram o artesanato e a castanha-do-brasil.

A composição básica da renda familiar em geral é composta pelo trabalho e produção nos roçados, pelo artesanato, pelo extrativismo e pela criação de animais, assim como por aposentadorias, programas de transferência de renda e salários de funcionários públicos (saúde e educação). De acordo com o monitoramento realizado pela UNIR em parceria com a ICGT-FT (UNIR, 2020), 85,5% das famílias do Mosaico Tupi trabalham com atividades agrícolas e 72,6% com extrativismo. Esses dados demonstram que um mesmo grupo familiar pode assumir mais de uma atividade de forma simultânea ou periódica, dedicando esforços concentrados para atender tanto à subsistência quanto aos mercados regional e nacional, o que ocorre sobretudo com a castanha-do-brasil. Dentre essas atividades, vale ressaltar que o artesanato é realizado por 58% da população indígena envolvida nas atividades econômicas, tendo grande importância para a geração de renda, principalmente entre as mulheres.



Figura 05 – Gongo servido no Centro Cultural Wagoh Pakob.
Foto: Lica Donaire.



Apesar desse estreitamento da relação com os não indígenas ter levado a alterações de hábitos e ao surgimento de novas demandas dentro das aldeias, os povos mantêm seus modos de vida e de consumo tradicionais. As famílias continuam praticando caça de animais, pesca, coleta de frutos, de mel de abelha, de gongos², de matérias primas para o artesanato e de plantas medicinais. Além disso, a base produtiva ainda é organizada e mantida em torno de núcleos familiares, tanto nas atividades de subsistência quanto de produção comercial. Esse trabalho ocorre principalmente com o extrativismo da castanha-do-brasil, do açaí, do cacau, da copaíba, com roçados diversos e, mais recentemente, com a produção de café, uma prática crescente dentro das TIs, principalmente na TI Sete de Setembro e na TI Rio Branco.

Além de cadeias já bem consolidadas, como a da castanha-do-brasil, do artesanato, do cacau e do açaí, as Terras Indígenas do Mosaico Tupi abrigam excepcional potencial na exploração de outros produtos florestais não madeireiros – como o extrativismo de babaçu, seringa, sementes e pupunha, a produção de farinha de mandioca, a apicultura, a roça de cará, batata doce, amendoim, a fruticultura – e possuem alto potencial turístico e de turismo de base comunitária. Sobre as áreas de vegetação nativa que foram suprimidas por influência direta ou indireta do contato com o não indígena, elas são suficientes para suprir as necessidades de plantio tradicional e para experiências com reflorestamento e outros tipos de cultura. Em geral, os roçados variam de 0,5 a 02 hectares e cumprem um importante papel na segurança alimentar, além de demonstrarem potencial para a geração de renda.

2 O gongo é uma larva consumida cru ou frita. Também conhecida por morotó, ela é amplamente encontrada em frutos de palmeiras, como o tucum e o babaçu.



Figura 06 – Gongo servido no Centro Cultural Wagoh Pakob.
Foto: Lica Donaire.

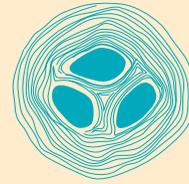


É importante dizer, porém, que se quisermos consolidar o manejo sustentável e *conservação* da sociobiodiversidade amazônica, é fundamental que tenhamos ações voltadas à valorização das pessoas que a protegem e que dependem de seus recursos, como os povos do Mosaico Tupi. As dificuldades de acesso a políticas públicas e instrumentos de fomento colocam as comunidades em situação de exploração de sua força de trabalho, explicitada pela relação desigual com os mercados locais e regionais e pela desvalorização de preços e produtos. Essa realidade atinge diversos indígenas, mesmo aqueles que conseguiram criar articulações positivas por meio de projetos que contribuem para o desenvolvimento de arranjos entre instituições indígenas, da sociedade civil e governamentais. Os entraves encontrados em relação à governança territorial e das cadeias de valor dificulta a busca por oportunidades e o entendimento de mercado, criando desafios complexos e estimulando novos arranjos para os indígenas se inserirem em novas atividades econômicas e para consolidarem as existentes, assim gerando retornos econômicos promissores, financeiros e não financeiros, e assegurando a salvaguarda territorial e a sobrevivência social e material das famílias.

AS INICIATIVAS ECONÔMICAS INDÍGENAS

CAPÍTULO 4





“Se a arte é a expressão da alma, a arte indígena é a expressão coletiva, que expressa a alma de um povo.” Nina Taterka, da CANOA.



A prática de trocas entre os povos indígenas é ancestral, o que pode ser notado pela maneira como diferentes povos estabelecem laços entre si e, mais tardiamente, em como se deram os primeiros contatos. Em ambas as formas de interação, a aproximação inicial parte da troca de itens, caracterizando o princípio de um mecanismo de negociações. É nessa prática que estão as raízes da produção de artefatos para comercialização: com o passar do tempo e já em situação de dependência dos bens de consumo da sociedade não-indígena, ela foi ganhando novos contornos quando povos indígenas passaram a também trocar ou vender seus artefatos utilitários para conseguir dinheiro a fim de adquirir bens industrializados. Estimulados, portanto, pelo avanço de práticas exógenas de consumo, eles passaram a produzir peças destinadas exclusivamente à comercialização ou troca.



Essa dinâmica que leva o fazer artesanal transbordar para o mercado é algo presente na história de diversos povos indígenas, independentemente da região. Ao identificar, em 1972, essa tendência e visando oficializar e fomentar a produção artesanal para fins comerciais, a Funai criou o Programa Artíndia, que ficou sob responsabilidade da Coordenação de Comercialização de Artesanato (CCA), por sua vez integrante da Coordenação Geral de Artesanato (CGART). O programa, que era dotado de recursos financeiros e humanos, tinha por objetivo adquirir e comercializar artefatos de diferentes povos indígenas de todo país, visando à divulgação, valorização e incentivo da tradicionalidade de suas respectivas culturas e promovendo a geração de renda para as comunidades, o que permitiu uma boa ordenação na comercialização de artesanatos de vários povos no Brasil.

O Artíndia chegou a contar com 12 lojas por todo o país que promoviam a divulgação e valorização dos artefatos indígenas, como a Casa do Amazonas, a Amoa Konoya, a Casa Ubiratan, o Armazém Paraty, posteriormente transformado no Centro de Artes Nativas Originárias das Américas/CANOA. O programa também promovia a difusão desses artefatos montando barracas em feiras e eventos e organizando exposições itinerantes, inclusive no exterior. Em 1980, ele criou a galeria de arte indígena Moitará, integrada à Semana do Índio: o nome é usado entre os povos do Alto Xingu para designar encontro para trocas interétnicas.

Em 1998, porém, [a lei nº 9605/98](#), que trata de crimes ambientais, reforçou a proibição do comércio de animais da fauna silvestre brasileira, incluindo “produtos e objetos dela oriundos”, o que impactou seriamente várias dessas iniciativas, inclusive de grupos de povos indígenas que estavam iniciando o desenvolvimento de dinâmicas próprias para a comercialização de seus artefatos. O Programa Artíndia foi, então, sendo gradativamente desmontado através do fechamento de lojas, da não-realização de compras e captação em comunidades indígenas e pelas ameaças de punições para aqueles que produziam e comercializavam objetos que passaram a ser proibidos por essa determinação do Ibama, como, por exemplo, cocares feitos a partir do uso de penas. Além disso, lojas privadas que comercializam e divulgavam a arte indígena também diminuíram seus estoques ou mudaram de ramo, receosos quanto a uma possível proibição total da venda desses objetos.



Em 2009, por outro lado, ocorreu um marco importante para mudanças nesse mercado quando servidores da Funai vinculados ao Programa Artíndia se reuniram em Brasília no seminário "Programa Artíndia 36 anos: Revisão e Perspectivas", trocando experiências com iniciativas privadas. O objetivo foi o de aprimorar a política de comercialização dos produtos indígenas: além de visar ao estabelecimento de um novo modelo de etnodesenvolvimento, pretendia-se também enaltecer que a produção artesanal indígena era compatível com a conservação ambiental (FUNAI, 2009).

Outra repercussão do reforço da lei de crimes ambientais em 1998 foi sobre dinâmicas internas da cadeia do artesanato de alguns povos indígenas, que passaram a ter uma menor participação masculina, algo que, inclusive, permanece uma realidade em praticamente todas as TIs do Mosaico Tupi, ao leste do território Tupi Guaporé. A razão para essa mudança está no fato de que a produção de artesanato em algumas comunidades conta com uma divisão do trabalho por gênero, em que mulheres produzem colares, anéis, pulseiras, redes e cestos e homens produzem cocares, arcos e flechas, ou seja, objetos cujas matérias primas predominantes se enquadram na proibição do comércio de artefatos advindos da fauna brasileira. A partir do reforço dessa lei, portanto, o artesanato passou a ter um forte protagonismo feminino e a prática se tornou algo de grande valor para as mulheres indígenas: além da valorização cultural, ela passou a lhes proporcionar uma significativa fonte de renda, promovendo autonomia a essas mulheres, que passaram a contribuir financeiramente dentro de suas casas. Esse protagonismo se tornou também um vetor para uma maior união e conexão entre elas, o que foi motivado pelo objetivo comum da visibilidade e do reconhecimento do artesanato e do escoamento da produção em seus territórios.



O ARTESANATO NO MOSAICO TUPI

Figura 01 – Variedade de artesanatos do Mosaico Tupi, fotos cedidas pela Tecê-AGIR. **Foto:** Acervo Tecê-AGIR.

Figura 02 – Panela de barro Paiter Suruí. **Foto:** Lica Donaire.



A cadeia de valor do artesanato se destaca tanto pelo seu potencial de geração de renda quanto pela agregação de valor, com a valorização, manutenção e resgate de práticas e conhecimentos tradicionais. Ela está presente na maioria das aldeias das TIs que compõem o Mosaico Tupi do território Tupi Guaporé, o que demonstra uma grande resistência cultural, principalmente tendo em vista as orientações religiosas, que buscam influenciar a negação e o abandono de modos, práticas e costumes tradicionais.

De forma geral, o artesanato do território conta com belas peças que expressam a grande diversidade da região e os produtos são marcados pela grande originalidade e qualidade, com destaque para biojóias (brincos, colares, pulseiras e entre outros), cerâmicas tradicionais, tecelagem e cestarias diversas produzidas de acordo com identidade de cada povo. Só na TI Rio Branco, por exemplo, coabitam nove diferentes povos, o que leva a uma grande variedade de artefatos pela riqueza cultural de conhecimentos e saberes distintos.



Figura 03 – Variedade de artesanatos do Mosaico Tupi, fotos cedidas pela Tecê-AGIR.
Foto: Acervo Tecê- AGIR.

Figura 04 – Colares Paiter Suruí. **Foto:** Lica Donaire.

A diversidade do artesanato no Mosaico Tupi é também reflexo das diferentes matérias primas utilizadas, que vão desde materiais coletados na floresta, como sementes, fibras de palmeiras, argila, conchas, cocos, madeira e, hoje em dia, até materiais reutilizados, como alumínio e plástico. No caso das cestarias, por exemplo, são usados diferentes tipos de palha, com destaque para a do tucum¹, e, na tecelagem, fios de algodão tradicional ou do tucum. A caça também possui uma importância significativa na produção do artesanato de algumas TIs, como na Rio Mequéns, onde predominam peças com partes de animais silvestres (penas, dentes e ossos), produzidas principalmente para uso próprio e trocas entre indígenas.

1 Conhecida na Amazônia brasileira simplesmente como Tucum ou Tucunzeiro, é uma palmeira nativa da região cujas fibras vegetais e sementes são utilizadas para produção de diferentes artefatos artesanais (PENNAS, 2019).

As primeiras experiências de venda no Mosaico Tupi foram incentivadas pelo programa da Artíndia, o que levou à formação de organizações e à criação de marcas e lojas. Com o encerramento do programa, buscou-se a continuidade da comercialização a partir do desenvolvimento de projetos em algumas das TIs. Hoje, a maior parte dos grupos está organizada em iniciativas informais e familiares, com algum grau de cooperação entre eles e destaque à participação feminina. No caso TI Roosevelt, por exemplo, é possível notar o destaque na forma de trabalho do grupo das mulheres, que, apesar de não contarem com uma organização formal, estão bem articuladas e têm notável interesse em trabalhar no desenvolvimento da cadeia de valor do artesanato para conseguirem uma regularidade no escoamento da produção. O mesmo movimento tem ocorrido na TI Zoró, onde foi formado um grupo de lideranças femininas que participa do processo de tomadas de decisão sobre governança territorial de maneira a levantar assuntos e debates fundamentais às mulheres, o que inclui a geração de renda e a obtenção da autonomia através do artesanato. Nessa mesma TI, o arranjo do artesanato também foi muito bem articulado sob a marca Gala Parat (floresta boa, saudável) com a antiga loja física na sede da Associação do Povo Indígena Zoró Pangyjej (APIZ), em Ji-Paraná.

Além dos aspectos políticos e comerciais das boas relações e da cooperação entre as mulheres, a articulação delas é também de grande importância para trocas de experiência dentro dos grupos de artesãs. Isso porque as anciãs possuem um papel fundamental na disseminação de todo o saber artesanal para as mais jovens, como as técnicas e a significância da prática dentro da cultura dos povos. As sabedoras do povo Aikanã, por exemplo, têm realizado um resgate nas TIs Kwazá do Rio São Pedro e Tubarão Latundê, revivendo peças tradicionais que não eram mais produzidas na comunidade a partir de fotos e recordações de suas anciãs. Esse trabalho pode ser uma referência para outras TIs que já enxergam o desinteresse dos mais jovens em aprender a produzir as peças, o que representa um risco do abandono da prática artesanal pelas novas gerações, tendência já reportada por anciãs da TI Igarapé Lourdes.





Figura 05 – Assembléia da AGIR, fotos cedidas pela Kanidé. **Foto:** Neto Ramos.

Quadro 01 - **TECÊ-AGIR**

Em 2015, foi criada a AGIR - Associação das Guerreiras Indígenas de Rondônia, uma organização política que foca em atender a demanda das mulheres indígenas do estado e promover a união. Em 2018, a organização começou a contar com um braço comercial, a loja Tecê-AGIR, que absorve a produção do artesanato das mulheres indígenas e a comercializa em diferentes canais.

A loja vem tomando forma e se desenvolvendo como uma organização muito importante e estratégica para as TIs do estado conseguirem comercializar seus produtos em um mercado externo e diferenciado, levando a história e cultura dos povos de Rondônia a muitos lugares. Apesar da grande dificuldade logística de atender a demanda de comercialização de todas as mulheres, a organização tem buscado apoios, capacitações e melhorias na forma de governança da cadeia dentro e fora dos territórios. Com isso, buscam melhorar seu desempenho e, assim, conseguem ampliar cada vez mais a sua atuação dentro do estado.



Figura 06 – Aprendiz Paiter Suruí da aldeia Gaggir, foto cedida pelo Museu Paiter A Soe e Associação Gap ey.
Foto: Samorano Suruí.

Quadro 01 - LOJA DE ARTE PAITER

A Loja de Arte Paiter, mantida por mulheres do povo Paiter Suruí, foi a primeira organização feminina do Mosaico Tupi a ter uma experiência mais sólida, inclusive em termos de superação dos desafios da cadeia de valor do artesanato, merecendo, assim, destaque como referência local. Ela foi criada em 2014 com apoio da Iniciativa Comunidades e Governança Territorial da Forest Trends após tentativas não materializadas de estabelecimento de um negócio do artesanato no contexto do Plano de 50 anos dos Paiter Suruí¹. O suporte foi dado dentro do contexto do Projeto “Alavancando oportunidades para mulheres e jovens indígenas”, desenvolvido pela Forest Trends com a Associação Metareilá do Povo Indígena Suruí-Gamebey, que envolveu uma estratégia de articulação com as mulheres na base, dentro de cada uma das aldeias da TI Sete de Setembro.

Os trabalhos realizados junto às artesãs ocorreram em diferentes frentes e envolveram atores distintos. Pela Associação Metareilá, eles se deram desde a produção (apoio com pequenas ferramentas, oficinas de acabamento e qualidade de produtos etc.) até a preocupação com a gestão social do negócio. Foi também feito um trabalho visando à comunicação eficiente da marca, ou seja, a consolidação de um discurso e a realização de peças gráficas que valorizassem os artefatos e a cultura Paiter, parceria que rendeu frutos estratégicos, como, dentre outros, o catálogo e as etiquetas da loja.

O projeto da Forest Trends promoveu assessoria especializada para o desenvolvimento de ferramentas e processos de gestão da cadeia do artesanato, o que possibilitou o aprimoramento do negócio e um maior volume de vendas para o mercado externo. A loja funciona até hoje de forma presencial, na sede da organização.

¹ O Plano de 50 anos é um documento que foi elaborado com o objetivo de construir um modelo de desenvolvimento que se oriente pela implementação de alternativas econômicas competitivas, mas que respeitem o uso sustentável de recursos naturais, assim como a manutenção do equilíbrio entre esses recursos e os saberes e as especificidades da cultura tradicional dos Paiter. Ele é composto de ações estratégicas e atividades a serem desenvolvidas, tendo em vista um universo temporal de 50 anos, na Terra Indígena Sete de Setembro e foi construído por meio de metodologias participativas, de levantamento de dados socioeconômicos e culturais e de análises sociais, econômicas, populacionais e culturais sobre os Paiter Suruí. Todas as determinações presentes nesse documento foram discutidas e aprovadas pela comunidade.



Figuras 07 e 08 – Loja Arte Paiter.
Foto: Lica Donaire.



Figura 09 – Peça de resgate das artesãs Aikanã Kwazá.
Foto: Tatiana Tintino.

A respeito das dificuldades enfrentadas pelas iniciativas da cadeia de valor do artesanato no Tupi Guaporé, há a coleta das matérias primas e o acesso ao mercado externo qualificado – aquele que geralmente está disposto a valorizar mais, inclusive financeiramente, o artesanato de povos e comunidades tradicionais. A começar pelas matérias primas, vale citar o exemplo do povo Cinta Larga. Por uma importante área com ocorrência da palmeira ter ficado de fora da demarcação de suas terras, eles precisam percorrer cerca de 200km fora de suas terras para buscar fibras de tucum, utilizadas na linha de biojóias. O mesmo desafio é também enfrentado por eles na obtenção da xicaba, considerada uma das sementes mais importantes para o povo e que se encontra ainda mais distante de onde recolhem as fibras de tucum. Visando amenizar esse entrave na produção, a Iniciativa Comunidades e Governança Territorial da Forest Trends tem buscado estratégias de plantio de árvores e de recuperação de áreas degradadas com a incorporação de espécies de importância econômica, o que inclui espécies para produção de artesanato.



Sobre a comercialização feita pelos grupos, ela se manifesta de diferentes formas, assim como os desafios e reflexões acerca dela. Na maioria das vezes, as vendas ocorrem no mercado local, ou seja, para visitantes da TI ou quando artefatos são levados para a cidade. Mais esporadicamente, a comercialização também se dá através da participação em feiras e eventos regionais, que possibilitam maiores volumes de venda. Apesar de, portanto, ser pouco expressivo o acesso a mercados diferenciados, essas outras formas de comercialização são significativas para as artesãs, uma vez que, como no caso da TI Tubarão Latundê, muitas vezes o artesanato é a principal fonte de renda das famílias.

Há ainda os gargalos em torno da organização, da governança e da utilização de ferramentas e processos de gestão avançados dentro das Terras Indígenas. Em geral, os grupos contam com poucas estratégias de comunicação para agregar valor ao artesanato, algo que poderia vir, por exemplo, da difusão de conhecimento sobre o impacto socioambiental que a atividade proporciona, assim como também ao compartilhar histórias, valorizando o território e as artesãs por trás dos produtos. Em termos de logística, a cadeia de valor do artesanato no Tupi Guaporé sofre com dificuldades que vão desde a coleta da matéria prima, como exemplificado pelo caso do povo Cinta Larga, até o escoamento da produção, algo especialmente desafiador quando envolve o transporte para longas distâncias – apesar de as peças serem leves, o alto valor do frete leva a desistências no consumo de muitos compradores.

Tendo em vista os desafios da cadeia de valor do artesanato no Tupi Guaporé, vê-se que o caminho para os superar é longo. Por outro lado, toda a articulação dessa cadeia no território demonstra também a sua grande potência, com grupos de mulheres indígenas seguindo em frente com muita resistência diante dos muitos percalços para alcançar mercados que fortaleçam seus trabalhos e que contribuam com a manutenção e valorização da biodiversidade ao redor e de suas culturas, com a manutenção e valorização da floresta em pé e dos povos e produtos da floresta.

POSFÁCIO





O apoio concedido ao projeto Nossa Floresta Nossa Casa (NFNC) simboliza um importante marco para a Plataforma Parceiros pela Amazônia (PPA). A iniciativa, que ilustra a parceria de sucesso entre a Forest Trends e a Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional (USAID), foi o primeiro projeto a integrar o atual portfólio de programas de impacto da PPA e poder contar com um projeto estruturado de fortalecimento das capacidades e da governança econômica territorial de 08 TIs do território Tupi Guaporé qualifica o repertório de iniciativas que recebem suporte da plataforma.

A iniciativa Nossa Floresta Nossa Casa produz conhecimentos e aprendizados que podem ser compartilhados com todo o ecossistema de impacto da Amazônia. O projeto já apresenta resultados sensíveis e significativos sobre as Iniciativas Econômicas Indígenas, principalmente quando aliadas à conservação da floresta. Esse esforço fortalece a cultura e a resiliência dos povos indígenas e gera, assim, oportunidades de renda baseadas no uso sustentável da biodiversidade.

A aproximação institucional com o projeto NFNC também permitiu a implementação da metodologia de monitoramento, avaliação e aprendizados da PPA. É a partir do ferramental indicado por essa metodologia que a plataforma traduz as ações realizadas em campo em indicadores e evidências de transformação socioambiental positiva. Esse tipo de interação também permite colher informações estratégicas, as quais podem ser repartidas com toda a rede de parceiros. Vislumbra-se, assim, criar uma inteligência coletiva na busca pelos melhores caminhos para o desenvolvimento sustentável da Amazônia.

A região amazônica possui um tecido social singular, composto por uma vasta diversidade de populações locais. Assim, engloba a maior parte da população indígena do país e abriga ribeirinhos, quilombolas, seringueiros. Essa vasta diversidade étnica e populacional precisa dialogar com a sustentabilidade e a

conservação da biodiversidade. Os povos e comunidades tradicionais aliam seu modo de vida a conhecimentos que contribuem para a conservação da floresta em pé e a respectiva manutenção dos serviços ecossistêmicos que ela provê. Desse modo, são fundamentais o entendimento dessas populações e a proposição de modelos e de novos empreendimentos que aliam proteção da floresta e geração de renda visando desenvolvimento local.

De maneira geral, esses grupos étnicos desenvolvem sua produção em espaços menores, mas de maior diversidade, quando comparados com a produção agropastoril dominante no Brasil, marcada pelo latifúndio e pela monocultura. Os indígenas têm sido um grande exemplo de ocupação territorial que mantém grandes bolsões de floresta: até hoje, as Terras Indígenas são mais bem conservadas que o seu entorno e contribuem para preservação dessa biodiversidade – a taxa de desmatamento nas Terras Indígenas foi de 2% no período de 2000 a 2014 enquanto nas áreas ao redor, que não são protegidas, foi de mais de 19% (PINTO et al, 2020). Atualmente, são mais de 400 terras demarcadas que ocupam cerca de 100 milhões de hectares na Amazônia, representando mais de 20% do território amazônico e 60% das Terras Indígenas do Brasil. Essas terras têm o objetivo de garantir a proteção dos direitos e da identidade desses povos. Entretanto, é importante destacar que, mesmo com as demarcações, essas populações vivem em constante ameaça territorial – e de vida – dado o complexo contexto de disputas territoriais, grilagem e desmatamento na Amazônia.

A PPA acredita que a imprescindível conservação da biodiversidade da Amazônia só será alcançada a partir da criação de oportunidades para que as populações locais e os povos indígenas possam receber e gerar valor compartilhado, de maneira sustentável, mantendo a conservação da floresta. Em 2021, com o intuito de aprimorar sua proposta de valor, a PPA lançou sua Tese de Aceleração: o material, que traz uma cuidadosa leitura do contexto amazônico e uma visão analítica do ecossistema de impacto da região, faz menção direta à necessidade de fortalecimento dos negócios comunitários e/ou liderados por populações locais.





Esse tipo de empreendimento possui grande relevância no território e seu desenvolvimento proporciona melhorias de vida para muitas pessoas. O projeto NFNC, que já trabalha de maneira dedicada ao fortalecimento dos negócios indígenas, também contribui para que todo o portfólio de negócios acelerados pelos programas da PPA possa ganhar solidez e maturidade, aumentando e diversificando sua produção, qualificando o valor agregado e, dessa maneira, estimulando o consumo da produção legitimamente amazônica.

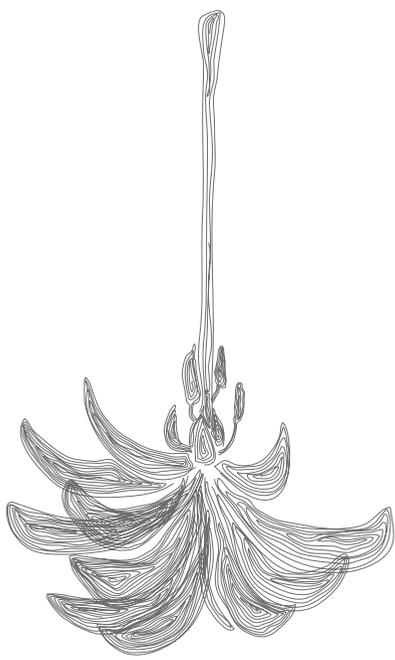
À medida que os negócios liderados por povos indígenas se desenvolvem, se diversificam e acessam novos mercados, ganham também o poder de levar um pouco da cultura, dos costumes e das virtudes da floresta para todo o mundo. A partir do momento que se reconhece o potencial de produção sustentável da Amazônia, é possível pleitear novos recursos, desenvolver novas tecnologias e atrair o consumo. Esse consumo, vinculado a um produto de alto valor agregado, é o que vai permitir a geração de receitas fundamentais para fomentar o desenvolvimento humano, a proteção dos recursos naturais e a manutenção dos saberes e da tradição local.

Em sua Tese de Aceleração, a PPA mapeou como um grande desafio a elaboração de estratégias conjuntas, levando em consideração modos de vida dos povos indígenas, a agenda ambiental e as possibilidades de geração de renda. Nesse sentido, além de políticas públicas, o fomento de negócios de impacto socioambientais que têm essa população como empreendedor, parceiro ou fornecedor pode ser um dos caminhos. Com a realização de iniciativas como a NFNC e apoio de implementadores como a Forest Trends, a plataforma tem trabalhado arduamente para contribuir com essa agenda.

Augusto Corrêa

Secretário Executivo da Plataforma Parceiros pela Amazônia (PPA).





REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, D; ALVES, F. B; e PIRES, L. (org.). **Governança em cadeias de valor da sociobiodiversidade**: experiências e aprendizados de grupos multi-institucionais do Castanha do Brasil e Borracha-FDL no Acre. Brasília - DF: GIZ-Núcleo Maturi, UICN, WWF-Brasil, 2012.

AGÊNCIA BRASIL. Notícias. **Empresa Brasileira de Comunicação**, 2018. Disponível em: < <https://tinyurl.com/px4p3jkz> >. Acesso em: 3 nov. 2021.

produtos ou serviços, na pandemia. **Agência Sebrae de Notícias**, 2021. Disponível em: < <https://tinyurl.com/yckzwtkx> >. Acesso em: 12 nov. 2021.

ALVARENGA, D. Com pandemia, comércio eletrônico tem salto em 2020 e dobra participação no varejo brasileiro. **G1**, 2021. Disponível em: < <https://tinyurl.com/ycknxy3h> >. Acesso em: 12 nov. 2021.

ALVARENGA, D. Economia. **G1**, 2021. Disponível em: < <https://tinyurl.com/ycknxy3h> >. Acesso em: 12 nov. 2021.

ARTESOL. **Artesanato**: Intervenções e Mercados - Caminhos Possíveis. São Paulo: Artesol, 2007. Disponível em: < <https://tinyurl.com/fd6fhnxh> >. Acesso em: 12 nov. 2021.

ARTESOL. **Sugestões da Artesol para Ações e Estratégias Enviadas para a Consulta Pública do Plano Setorial do Artesanato**. São Paulo: Artesol, 2014. Disponível em: < <https://tinyurl.com/3z5kjns2> >. Acesso em: 12 nov. 2021.

ARTESOL. Loja Galeria Amazônica – Arte Indígena. **Artesol**: Artesanato Solidário, 2021. Disponível em: < <https://www.artesol.org.br/galeriaamazonica> >. Acesso em: 12 nov. 2021.

ARTESOL. NACIB - Núcleo de Arte E Cultura Indígena de Barcelos. **Artesol**: Artesanato Solidário, 2021. Disponível em: < <https://www.artesol.org.br/nacib> >. Acesso em: 12 nov. 2021.

BARCELLOS, M. et al. **Nós, Pangyjēj Zoró: Nossa Terra e as Mudanças Climáticas. Formação de Mediadores Culturais para Mudanças climáticas, florestas e gestão territorial.** e. ed. Porto Velho: Forest Trends, 2019. Disponível em: < <https://tinyurl.com/34pfk5w9> > .
Acesso: 15 de dez. de 2021.

BARKI, E. **Negócios de impacto: tendência ou modismo?** GV Executivo, v. 14, n. 1, p. 14-17, mai. 2015.

BLOG DA ISET. Dicas de E-commerce, Marketplaces. **iSET**, 2021. Disponível em: < <https://tinyurl.com/44hxfkfcy> > . Acesso em: 12 nov. 2021.

BOMFIM, A. **Coordenadas cronológicas e cosmológicas como espaço das transformações formais.** In: OLIVEIRA, A. J.; COUTO, M. D. S. **Formas do Design: por uma metodologia interdisciplinar.** Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC/RJ, 1999. p. 137-155.

BORGES, J. R. Porque a bioeconomia Amazônica é um caminho para o Brasil. **Página22**, 28 jul. 2021. Disponível em: < <https://tinyurl.com/2sb677px> > . Acesso em: 14 dez. 2021.

BRASIL. Base Conceitual do Artesanato Brasileiro. **Programa do Artesanato Brasileiro.** [S.l.]. 2012.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Brasília, DF. 1988.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário, Ministério do Meio Ambiente, Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. **Plano Nacional de Promoção das Cadeias de Produtos da Sociobiodiversidade.** Brasília, DF: 2009. Disponível em < <https://tinyurl.com/2jxzb4tz> > . Acesso: 14 de dez. de 2021.

CANOA. Sobre. **Arte Canoa**, 2021. Disponível em: < <https://artecanoa.com/sobre> > . Acesso em: 12 nov. 2021.

CENTRO CAPE. Histórico. **32ª Feira Nacional de Artesanato**, 2021. Disponível em:
< <https://tinyurl.com/5ryx2ehj> > . Acesso em: 12 nov. 2021.

COSTA, D. D. S. **A cadeia produtiva da Associação Cultura em Foco**: o artesanato como impulsionador do desenvolvimento sustentável local. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Design. Recife, p. 187. 2019.

DIAS, M. C. Retail Lab. **Núcleo de Varejo ESPM**, 2021. Disponível em:

< <https://tinyurl.com/w627urk6> >. Acesso em: 12 nov. 2021.

DOS SANTOS, V. S. O processo de ocupação de Rondônia e o impacto sobre as culturas indígenas. **Revista Fórum Identidades**, Porto Velho, v. 16, n. nº 16, set 2015. ISSN 1982-3916.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS - FAO; FONDO PARA EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS - FILAC. **Los pueblos indígenas y tribales y la gobernanza de los bosques**. FAO. Santiago, Chile, p. 172. 2021. (978-92-5-133873-5).

FONSECA, D. R.; TEIXEIRA, M. A. D. **História regional**: Rondônia. 4. ed. Porto Velho: Rondoniana, 1998.

FONDO PARA LA DEFENSA DEL MEDIO AMBIENTE - EDF. **La contribución de los Pueblos Indígenas Amazónicos es vital para la estabilidad del clima mundial**. Fondo para la Defensa del Medio Ambiente - EDF. [S.l.]. 2017.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS - FAO; FONDO PARA EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS - FILAC. **Los pueblos indígenas y tribales y la gobernanza de los bosques**. FAO. Santiago, Chile, p. 172. 2021. (978-92-5-133873-5).

FOREST TRENDS. REDDX Resources. **REDDX Tracking Forest Finance**, 2013. Disponível em: < <https://reddx.forest-trends.org/resources/> >. Acesso em: 14 dez. 2021.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Negócios de impacto socioambiental no Brasil**: como empreender, financiar e apoiar / Organizadores: Edgard Barki, Graziella Maria Comini, Haroldo da Gama Torres. Rio de Janeiro: FGV, 2019. ISBN 978-85-225-2190-6.

FUNDAÇÃO NACIONAL DO ÍNDIO. Funai planeja reestruturação do Projeto de comercialização da arte indígena. **Ministério da Justiça e Segurança Pública**, 2009. Disponível em: < <https://tinyurl.com/y992e3yu> >. Acesso em: 12 nov. 2021.

FUNDAÇÃO NACIONAL DO ÍNDIO. Altamira se prepara para a III Feira dos Povos do Médio Xingu neste fim de semana. **Ministério da Justiça e Segurança Pública**, 2019. Disponível em:

< <https://tinyurl.com/4zue3vjs> >. Acesso em: 12 nov. 2021

FUNDO VALE. **Áreas protegidas**. 1. ed. ed. Rio de Janeiro: Fundo Vale, 2012. Disponível em: <https://imazon.org.br/PDFimazon/Portugues/calha_norte/capitulos_de_livros/AreasProtegidasLivro.pdf>. Acesso em: 14 dez. 2021.

GALERIA AMAZÔNICA. Sobre. **Galeria Amazônica**, 2021. Disponível em:

< <https://www.geriamazonica.org.br/sobre> >. Acesso em: 12 nov. 2021.

GALLELI, B.; SUTTER, M. B.; MAC LENNAN, M. L. F. Perspectivas para a sustentabilidade na oferta de moda brasileira no mercado internacional. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, São Paulo, v. 9, n. 3, p. 45-62, set./dez. 2015. ISSN 1981-982X.

HALLA, M (org). **Miembros del Consorcio de Apoyo a Pueblos Indígenas, Comunidades Locales y Bosques*, aliados y colaboradores**. Washington, D. C.: Forest Trends, 2018. Disponível em: < https://www.forest-trends.org/wp-content/uploads/2019/05/Livro-23alt_16largESP1.pdf >. Acesso em: 14 dez. 2021.

INSTITUTO KABU. História. **Instituto Kabu**, 2021. Disponível em: < <https://www.kabu.org.br/historia/> >. Acesso em: 12 nov. 2021.

ITAÚ CULTURAL. Conheça os artistas indígenas que participam da 34ª Bienal de SP. **ItaúCultural**, 2021. Disponível em: < <https://tinyurl.com/2s3uhz7k> >. Acesso em: 12 nov. 2021.

KRUCKEN, L. **Design e território**: uma abordagem integrada para valorizar identidades e produtos. 2º Simpósio Brasileiro de Design Sustentável. São Paulo: Universidade Anhembi Mirumbi. 2009.

LIMA, R. G. **Artesanato**: Cinco pontos para discussão. Palestra feita durante o Lançamento do catálogo de produtos Artesanato Solidário / Central Artesol. [S.l.]. 2005.

LOJA PAIOL. lojapaiol. **Instagram**, c2021. Disponível em: < <https://www.instagram.com/lojapaiol/> >. Acesso em: 12 nov. 2021.

LOUREIRO, R. Tecnologia. **Exame Invest**, 2021. Disponível em: < <https://tinyurl.com/2p86755b> >. Acesso em: 12 nov. 2021.

MALDI, D. O Complexo Cultural do Marico: Sociedades Indígenas dos Rios Branco, Colorado e Mequens, Afluentes do Médio Guaporé. **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi**, Belém, v. 7(2), p. 209-269, 1991. ISSN 0522-7291.

MEDEIROS, J. Cultura. **Amazônia Real**, 2021. Disponível em: < <https://tinyurl.com/2p8jvr4u> >. Acesso em: 12 nov. 2021.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Plano Setorial do Artesanato 2026 a 2025. **Secretaria de Economia da Cultura**. [S.l.], p. 18. 2017.

PARCEIROS PELA AMAZÔNIA. Sobre nós. **PPA - Parceiros Pela Amazônia**, 2021. Disponível em: < <https://ppa.org.br/sobre-nos> >. Acesso em: 12 nov. 2021.

PENNAS, L. G. D. A. **Caracterização têxtil da fibra do Tucum (Astrocaryum chambira Burret)**. Dissertação (Mestrado em Têxtil e Moda) - Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo. São Paulo. 2019. (15102019-18155).

REIS, A. **Seringal e o seringueiro**. 2ª. ed. Manaus: Editora da Universidade do Amazonas, 1997.

RIGHTS AND RESOURCES INITIATIVE - RRI. **Who Owns the World's Land? A global baseline of formally recognized indigenous and community land rights**. Washington, DC: RRI, 2015. Disponível em: <https://rightsandresources.org/wp-content/uploads/GlobalBaseline_complete_web.pdf>. Acesso em: 14 dez. 2021.

SANTOS, A. M.; GOMIDE, M. L. C. A ocupação do entorno das Terras Indígenas em Rondônia, Brasil. **Boletim Goiano de Geografia**, Goiânia, v. 35, n. 3, p. 417-436, set./dez. 2015.

SEBRAE. O que são negócios de impacto social e como eles funcionam. **SEBRAE**, 2019. Disponível em: < <https://tinyurl.com/ycknyjwp> >. Acesso em: 12 nov. 2021.

SEBRAE. Conheça as vantagens de vender seus produtos em um e-marketplace. **SEBRAE**, 2021. Disponível em: < <https://tinyurl.com/yfbxxed> >. Acesso em: 12 nov. 2021.

TUCUM BRASIL. Mapeamento da Cadeia de Valor do Artesanato - relatório interno produzido para a Forest Trends. **Forest Trends**. [S.l.]. 2019.

TUCUM BRASIL. Cocar Kayapó de Canudo. **TUCUM Marketplace das Artes Indígenas**, 2021. Disponível em: < <https://tinyurl.com/a8umrhp> >. Acesso em: 12 nov. 2021.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA - UNIR. **Relatório de resultado da pesquisa de campo Mosaico Tupi**. UNIR. Cacoal. 2020.

WALKER, T. W. N. et al. A systemic overreaction to years versus decades of warming in a subarctic grassland ecosystem. **Nature Ecology & Evolution**, jan. 2019.

WALKERA, W. S. et al. The role of forest conversion, degradation, and disturbance in the carbon dynamics of Amazon indigenous territories and protected areas. **IPAM Amazônia**, 27 jan. 2020. Disponível em: < <https://tinyurl.com/4pf32m4w> >. Acesso em: 14 dez. 2021.

WHITE, A.; MARTIN, A. **Who owns the world's Forests? Forest tenure and public forests in transition**. Washington, D.C.: Forest Trends, 2002. ISBN 0-9713606-2-6. Disponível em: < <https://www.forest-trends.org/publications/who-owns-the-worlds-forests-forest-tenure-and-public-forests-in-transition/> >. Acesso em: 14 dez. 2021.



Este livro foi diagramado
no programa Indesign CS6
e ilustrado no programa
Illustrator CS6. As fontes
utilizadas são Cheap Potatoes
Black, Myriad Pro,
Hockey is Lif e Calibri.

