



RIQUEZA DA FLORESTA

Comunidades ribeirinhas transformam produtos locais da Amazônia de maneira sustentável. **Produção ganha mercado externo e chega à Espanha**

THAIS LOBO
thais.lobo@oglobo.com.br

À beira do Rio Negro, pequenas casas de madeira margeiam águas que, de tão extensas, mais parecem mar. Em terra firme, o que se vê são dois pilares das comunidades ribeirinhas: o campo de futebol e as mulheres. Enquanto maridos desbravam matas e rios da Amazônia, elas trabalham na roça, cuidam da família e das companheiras, numa sobrevivência quase sempre baseada no artesanato que produzem e vendem a turistas esporádicos.

A uma hora e meia de barco do centro de Manaus, no Amazonas, a vida na Reserva de Desenvolvimento Sustentável (RDS) do Rio Negro ainda tenta se ajustar às novas regras de habitação da floresta trazidas com a implantação da unidade de conservação, em 2003. A área de 103 mil hectares apresentou uma nova realidade aos moradores ribeirinhos. O extrativismo da madeira já não pode ser a base da economia local, e o protagonismo da renda familiar não é mais tarefa exclusiva dos homens. Agora, outra lógica cotidiana e econômica se impõe a pelo menos cinco das 19 comunidades que integram a reserva.

— Meu avô, meu pai e eu tirávamos madeira. Eu gostava do meu trabalho, mas vi que não tinha futuro com isso. Ainda mais sendo uma atividade ilegal. A única coisa que herdei desse trabalho foi uma hérnia — conta Roberto Mendonça, dono de uma pousada e um restaurante em Tumbira, uma das cinco co-



FOTOS DE CARLOS IVAN

Rio Negro. Comunidades ribeirinhas se unem em coletivo de arte

munidades da Reserva de Desenvolvimento Sustentável do Rio Negro.

Desde fevereiro último, Tumbira, Acajatuba, Santo Antônio, Saracá e Tiririca buscam no artesanato um caminho para o desenvolvimento sustentável. É o saber cultural ganhando musculatura e, graças a um acompanhamento de todo o ciclo de produção, gerando renda às populações dessas comunidades. A renda média familiar passou a oscilar entre R\$ 500 a R\$ 700. Por trás da mudança socioeconômica está “O Coletivo das Artes”, um projeto do Instituto Coca-Cola desenvolvido em parceria com a ONG Fundação Amazonas Sustentável (FAS). A coordenação do projeto fica a cargo da *designer* Monica Carvalho, especializada em produtos de base orgânica:

— Fui surpreendida por técnicas e materiais que essas artesãs me apresentaram.

O “morotolata”, por exemplo, pequenos pedaços de lata de alumínio que fazem referência às sementes de morototó, é um clássico do artesanato amazense. O “pirarupet” é uma imitação da escama do peixe pirarucu feita a partir de PET lixado. O mesmo vem ocorrendo com a fibra de tauari, antes usada exclusivamente para enrolar tabaco. As oficinas, que também tiveram a consultoria da Rede Asta, ainda criaram um crochê com fio de tucum — as folhas dessa palmeira são fortes e se prestam aos mais diferentes fins.

O uso de insumos locais na produção não é apenas uma questão de bom aproveitamento dos recursos e valorização cultural, mas, sobretudo, de sobrevivência do negócio.

— Antes de chegar aqui, eu já tinha pronta na cabeça uma bolsa de tupé e PET. Acho essa fibra maravilhosa, característica da Amazônia. Mas era época de baixa do rio, e a matéria-prima só é retirada na cheia. Também não há o costume de armazenar estoque. Foi tudo por água abaixo. Numa região como essa é preciso trabalhar com a realidade e entender a cultura local — lembra Monica, chamando a atenção para as dificuldades logísticas intrínsecas da região.

A gerente de Sustentabilidade da Coca-Cola Brasil, Flávia Neves, acrescenta que a superação dessas barreiras vem alimentando não apenas as artesãs, mas toda uma cadeia produtiva até chegar a mão do consumidor.

A partir de junho, os produtos do “O Coletivo das Artes” serão vendidos na loja *on-line* da Rede Asta.

— Esse pontapé inicial veio com uma proposta diferente. Outros projetos vêm, treinam o artesão, mas não trazem o mercado, que é o principal. Isso para nós foi uma surpresa. Somos muito treinadas em todos os tipos de artesanato, mas normalmente temos que correr atrás do mercado — afirma Marlene da Costa, fundadora da comunidade de Acajatuba e líder das artesãs do grupo Jaiipim.

A parceria com o *e-commerce* é apenas uma das novas frentes de comercialização aberta às comunidades da região. A rede espanhola de lojas de departamento El Corte Inglés fechou uma encomenda de bolsas “pirarupet”. Para dar conta do pedido, foi preciso adaptar o maquinário, já que a montagem das bolsas leva um dia inteiro.



Consultoria. Artesãs confeccionam produtos com assessoria de uma designer

RIQUEZA DA FLORESTA



Para a compra dos materiais, as artesãs receberam um aporte financeiro. A consultoria continuou na etapa de produção, e uma oficina ajudou-as a determinar os preços que seriam cobrados em cada acessório, incluindo os custos de transporte, mão de obra, material e margem de contribuição.

— A gente não fazia nem ideia de como cobrar. Fazíamos um cálculo pelo que dava para tirar, mas agora, não. Já sabemos que é preciso incluir o consumo de energia, o custo dos materiais e de transporte e as horas de trabalho — conta Neide Garrido, enquanto costura bolsas para a coleção de Tumbira, ofício que aprendeu em um curso por correspondência.

As dificuldades a serem superadas não se resumem aos cálculos matemático-financeiros. Ao produzir em grupo, as artesãs precisam se adaptar a uma nova rotina de divisão de tarefas e de lucros.

Ainda que com percalços, o trabalho coletivo ajudou a resgatar antigos saberes. Em Santo Antônio, por exemplo, o baixo número de clientes fez com que as mulheres deixassem de trabalhar com artesanato e artigos indígenas para se dedicar à produção de espetos de madeira. O trabalho era árduo, mas compensava financeiramente.

— Várias pessoas reclamavam que já estavam enjoadas dessa vida. Agora, em vez de trabalhar na chuva e sob o sol, estamos dentro de casa fazendo o produto e sabendo que vamos vender. É diferente de quando fazíamos e ficávamos esperando o cliente — compara a artesã Mariete Miranda, vice-presidente da associação de moradores de Santo Antônio. — Eu, muitas vezes, me desanimei e pensei em ir embora daqui. Mas, trabalhando juntas, uma pessoa dá força para outra.

As raras oportunidades de emprego e estudo na região fizeram com que muitos moradores deixassem suas comunidades rumo a municípios maiores ou à capital. Poucos retornaram.

Na contramão dessa estatística, a professora Izolena Garrido concluiu pedagogia em Manaus e voltou para Tumbira, sua terra natal. Ela fez cursos à distância de hotelaria, guia turístico e gestão ambiental. Hoje, atua como uma espécie de coordenadora dos grupos de artesãs, enquanto conclui o trabalho de campo de um mestrado em Ecoturismo:

— O povo amazonense tem uma cultura muito grande. Mas poucos conseguem enxergar aquilo como um produto de renda que possa ir para o mercado com um valor cultural. Isso está sendo resgatado.

Repórter viajou a convite da Coca-Cola

LINHA DE PRODUÇÃO ARTESANATO



PÁPRICA FOTOGRAFIA/ DIVULGAÇÃO



TIRIRICA

COLARES e cabaças são os principais produtos do Grupo Tiririca. A renda média é de R\$ 500, numa localidade onde predomina o extrativismo

ACAJATUBA

BOLSAS, colares, descanso de panela de aço e pulseiras são os produtos feitos por um grupo de 30 artesãs, do grupo Jaipim. Com a venda dos produtos garantem uma renda média de R\$ 600

SARACÁ

CUIA MOROTOLATA, jogo da velha e de xadrez fazem parte dos produtos fabricados pelo grupo Formiguinhas, onde trabalham um total de dez artesãs. A renda média mensal é de R\$ 700. A atividade econômica é uma combinação de extrativismo de madeira e pesca

SANTO ANTÔNIO

PAUZINHOS de cabelo e pulseiras são os principais produtos do Grupo Tawary. De uma população de apenas 60 pessoas, 10 delas são artesãs. A renda média familiar é de R\$ 550

TUMBIRA

BOLSA CARTEIRA COBRE é o carro-chefe das artesãs do Grupo Raízes das Artes. Extrativismo de madeira e serviços são as principais atividades econômicas da região. As artesãs têm uma renda média familiar de R\$ 500