

Tel.: 0/xx/11/3224-4424
E-mail: negocios@folha.com.br
Fax: 0/xx/11/3224-3362

CLASSIFICADOS

Serviço de atendimento
ao assinante:
0/xx/11/3224-3090

FOLHA **NEGÓCIOS**

PÁGINA 1 ★ SÃO PAULO, DOMINGO, 25 DE ABRIL DE 2004

Índios S.A.

Fotos Fernando Moraes/Folha Imagem



Aldeias investem em negócios que atraem a atenção; produtos são orgânicos, artesanais e bem-acabados

Págs. 2 e 3



O guarani Vando dos Santos Karai, idealizador do projeto Jejj, que cultiva e vende palmito para restaurantes do litoral paulista

OXIE

TEMPRA TOLDOS

MAIS DE 12 ANOS NO MERCADO

Requinte em qualquer ambiente

PABX: **6684-6391**

www.tempratoldos.com.br

Grande Promoção de Toldos em Lona e Coberturas em Policarbonato

Toldo retrátil em Lona

Policarbonato para Janela

Coberturas em Policarbonato

Fotos: Ilustrativas

CAPA Produção de artesanato e de vegetais pode levar comunidades à autonomia econômica

Índios exibem lado empreendedor

TATIANA DINIZ
DA REPORTAGEM LOCAL

Os índios brasileiros entraram para os livros de história como aqueles que não se adaptaram ao trabalho escravo durante a colonização portuguesa. Do episódio, levaram, por anos, a fama de "preguiçosos". Nos capítulos do futuro, porém, é possível que as tribos atuais venham a ser descritas como um povo dotado de forte habilidade empreendedora.

A suposição não é lenda. Hoje, no território nacional, germinam negócios promissores conduzidos por comunidades indígenas. Os produtos têm atrativos valorizados pelo mercado — são orgânicos, artesanais, exclusivos, bem-acabados. O modelo de gestão, social e ambientalmente responsável, já fatura prêmios.

Foram muitos os passos que fizeram o "homem puro", que caçava, pescava e plantava, virar o negociante que hoje compra frutas do vizinho branco para fabri-

car polpa. "A globalização alcançou também as aldeias", diz Carmen Junqueira, pesquisadora de etnologia indígena e professora do Departamento de Antropologia da PUC-SP (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo).

Para a especialista, o contato com a cultura branca via TV, por exemplo, vem "reformulando a organização das tribos". "Perceberam alternativas a uma necessidade financeira premente."

Autonomia

Entre as organizações não-governamentais que atuam na área, um "novo indigenismo" ganha força e apóia projetos dessa ordem, em defesa da autonomia econômica das populações nativas como atalho para a libertação do assistencialismo.

"É ruim ter de pedir tudo à Funai (Fundação Nacional do Índio), fazer um projeto a cada vez que se quer recursos para uma festa", ilustra Augusto Nascimento, 32, antropólogo do CTI (Cen-

FRASE

Eles perceberam alternativas a uma necessidade financeira premente

CARMEM JUNQUEIRA
pesquisadora

tro de Trabalho Indigenista).

A ONG, que tem projetos de educação para os povos timbiras dos Estados do Tocantins e do Maranhão, vem auxiliando a viabilização de uma rede produtora batizada de Frutos do Cerrado.

Proprietária da fábrica FrutaSã, a associação timbira Vyty-Cati produz polpas de frutas regionais vendidas no comércio local e, às vezes, no Distrito Federal. Para garantir o volume de matéria-prima necessário à competitividade, compra frutas de pequenos produtores vizinhos da reserva.

"[A opção] é duplamente estra-

tégica porque também forma um cinturão de 'aliados' ao redor [das terras] e evita a invasão da cultura de soja, que devasta a mata", observa Omar Silveira Júnior, 26, gerente administrativo do CTL.

Várias tribos também são fornecedoras. No sul do Maranhão, as aldeias cricatis Recanto dos Cocós e Raiz vendem parte da safra à FrutaSã. "Além das espécies nativas, outras estão sendo introduzidas, como o açaí", diz Lourenço Milhomem, chefe do posto local da Funai. A meta é fabricar 100 mil toneladas/ano (em comparação com as atuais 80 mil/ano).

Tradição reinventada

O projeto Arte Baniwa, conduzido por cerca de cem comunidades amazônicas das margens do rio Içana, na região do alto rio Negro, é apontado como um "negócio de índio" bem-sucedido.

Uma parceria com a Tok & Stok, intermediada em 1998 pela ONG ISA (Instituto Socioambiental), converteu a cestaria ba-

niua em produtos consumidos nas 24 lojas da rede no Brasil.

Para inaugurar a trilha que leva a aldeia à prateleira, foi necessária muita flexibilidade — tanto de um lado quanto do outro. "Tivemos de construir um novo padrão de negociação, reconsiderar prazos e outras exigências feitas à indústria. Mas é totalmente válido, o acabamento deles é admirável, e a aceitação do público, enorme" ressalta Cláudia Moretti, gerente de produtos da Tok & Stok.

Na visão de Natalie Unterstell, 20, da equipe de alternativas econômicas do ISA, mais do que a geração de renda, a parceria "reinventou a tradição da cestaria".

"Não é um 'resgate', é uma recriação. Hoje eles têm um manual de produção, o aperfeiçoamento é contínuo." Premiada pela Ashoka, ONG que incentiva o empreendedorismo, o modelo será aplicado a produtos de outros povos, como os bancos de madeira feitos pelo povo tucano, também da região do rio Negro.

AUTO-SUSTENTÁVEL

No litoral de SP, canteiros de palmito de guaranis abastecem hotéis e restaurantes

DA ENVIADA ESPECIAL A SÃO SEBASTIÃO

No litoral norte de São Paulo, no território guarani do Ribeirão Silveira —entre os municípios de Bertogi e São Sebastião—, o manejo auto-sustentá-

vel de palmito e de plantas ornamentais transformou os índios da região em microempresários.

O Projeto Jeju vende para hotéis, pousadas e restaurantes locais e inovou ao instalar canteiros como alternativa ao extrati-

vismo. "Nosso povo coleta palmito há muitas gerações, mas estava difícil encontrar palmeiras. Decidimos plantar", diz o índio Vando dos Santos Karai.

A iniciativa foi destaque do ciclo 2002 do Prêmio Gestão Pú-

blica e Cidadania da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas e da Fundação Ford. Com o dinheiro do prêmio, eles compraram um carro para fazer entregas. (TATIANA DINIZ)



Fernando Moraes/Folha Imagem

Além de cultivar o palmito juçara, espécie nativa, os guaranis passaram a plantar o pupunha, que tem crescimento mais rápido

Inserção no "capitalismo" é fato inevitável

DA REPORTAGEM LOCAL

O posicionamento do índio no "mercado capitalista" pode arrear os mais ortodoxos. Para alguns especialistas, porém, trata-se de uma etapa inevitável.

"O contato com o branco gerou, sim, hábitos de consumo. O índio quer dinheiro para comprar comida, roupa, pilha", pontua Geraldo Andrello, 39, coordenador-adjunto do ISA.

A pesquisadora Carmen Junqueira diz acreditar que o mais importante na inserção mercadológica é enxergar um formato adequado para apresentar os produtos.

"Eles não devem produzir em escala industrial. O melhor é dar um direcionamento elitizado aos itens. E toda informação é bem-vinda. Índios pintores devem conhecer Picasso, por exemplo."

CAPA Modelos combinam produção e preservação de recursos naturais e eliminam relação hierárquica

Gestão é ambientalmente engajada

Característica associativa é fator relevante

DA REPORTAGEM LOCAL

De temperamento associativo, os índios tendem às alianças. A característica é relevante no mundo dos negócios: unidos, conseguem superar obstáculos para alcançar objetivos comuns.

No Amapá, por exemplo, a Apitu (Associação dos Povos Indígenas do Tumukumaki) comercializa artesanato feito em 30 aldeias de cinco diferentes etnias e ainda compra itens dos vizinhos "povos do Oiapoque".

As peças chegam a Macapá, onde fica a sede da associação, de "carona" em aviões que levam os doentes à capital. De lá, são distribuídas para clientes em cidades como Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte.

"Exportamos para Estados Unidos, Canadá, França e República Tcheca", diz Arlison Henrique, coordenador de artesanato da Apitu.



Fotos Divulgação

Beto Ricardo-ISA/Divulgação

Fabricação artesanal de cestos da Arte Baniwa; marca é hoje vendida pela Tok & Stok

Acima, coleta de palmito no litoral norte de SP; à dir., flor cultivada



DA REPORTAGEM LOCAL

fase em gestão ambiental.

Mata renovada

"Os animais estão voltando. Agora a gente vê tucano, vê pássaros que não via há muito tempo", descreve Vando dos Santos Karai, coordenador do Projeto Jeju, que mantém canteiros de palmeiras no litoral de São Paulo.

Nas aldeias cricatis do sul do Maranhão, as mudas de abacaxi, açaí e maracujá também trouxeram mais que retorno financeiro. "As frutas atraem os bichos, e a mata está se reconpondo", revela o chefe do posto local da Funai, Lourenço Milhomem.

Além do comprometimento com a preservação da natureza, a maneira de gerir os recursos humanos adotada pelos índios também é de dar inveja a muitas "organizações brancas".

E, se no mundo caraíba primeiro emprego é tema polêmico, no "negócio de índio" sempre cabe aos jovens o "posto" de multiplicador do saber. São eles os designados às capacitações técnicas e à retransmissão do que foi aprendido ao restante da comunidade.

"Outro ponto é não existir separação de patrões e empregados", diz Junqueira. "Aqui, trabalho significa ganho para todos", completa Karai.

Tanto que um novo programa, já aprovado pelo governo federal, será lançado neste ano pelo ministério. Financiado com recursos repassados pelo Fome Zero, o Programa de Gestão Ambiental em Terras Indígenas terá como um dos focos o fomento às iniciativas de geração de renda com ên-

Editoria de Arte/Folha Imagem

ELES PODEM DAR CERTO PORQUE...

...são bons negociadores

O poder de negociação dos índios é historicamente comprovado. No período pré-cabralino, negociavam territórios e nem sempre guerreavam por eles. As alianças eram baseadas em trocas de objetos ou de pessoas... a irmã de um líder era cedida em casamento a outro líder, por exemplo. Os primeiros contatos com os brancos também se deram com base no escambo



...têm um modelo avançado de gestão

Seu modo de produção está sempre atrelado à preservação dos recursos naturais existentes. Em Bertoga (SP), o plantio de palmeiras para extração de palmito restaurou também a fauna local e revitalizou a mata nativa. O modelo de gestão humana é igualmente arrojado: a comunidade trabalha em espírito de sociedade e não há noção de "funcionário" ou de "patrão"

...produzem orgânicos

Todos os produtos alimentares fornecidos pelas comunidades indígenas - frutas, verduras, sementes, mel e polpas, por exemplo - são produzidos sem o uso de agrotóxicos. Ao contrário do que muitos pensam, o controle de higiene existe e há até mesmo produtos certificados. Os animais para abate também são criados com alimentação natural e não recebem aplicação de hormônios



...fabricam itens exclusivos

Carro-chefe de muitas iniciativas, o artesanato indígena se destaca pelo design das peças - que, geralmente, são diferentes umas das outras. A exclusividade é um atalho para a elitização, tornando o negócio mais rentável. Nos Estados Unidos, por exemplo, os índios navajo viraram uma espécie de grife: têm uma logomarca conhecida e cobram caro por jóias feitas em prata e por pinturas

...tendem à sociedade

Por não viverem sob o comando do Estado, têm uma ideia difusa do poder e são mais propícios às alianças. No Brasil, povos indígenas de tribos inimigas se coligaram em prol de objetivos comuns (como na Confederação dos Tapuias, contra a ocupação branca no sertão nordestino em 1700). No mundo dos negócios, a característica é positiva e facilita ações coletivas de produção e de exportação



Fontes: Funai (Fundação Nacional do Índio) e Carmen Junqueira (pesquisadora de etnologia da PUC-SP)