

Veja

Índios**Capitalismo
nas aldeias**

Tribos brasileiras
comercializam produtos
e ganham mercado

Aldeia dos índios iauanauás, no Acre, ganhou um posto de saúde e um computador. Os saterés-maués, no Amazonas, conseguiram construir uma pequena escola. Os banivas, na Floresta Amazônica, estão comprando geladeiras para suas casas de alvenaria. A vida em algumas aldeias brasileiras está diferente, e as verbas liberadas pela Fundação Nacional do Índio (Funai) não são o motivo dessa transformação. Dessa vez, as mudanças foram proporcionadas com dinheiro dos próprios índios, fruto de operações comerciais entre as aldeias e algumas empresas. Hoje, os iauanauás vendem urucum para a indústria de cosméticos americana Aveda, que usa a matéria-prima na fabricação de um batom especial, muito apreciado na Europa e nos Estados Unidos. Os saterés-maués exportam guaraná para a Comunidade Econômica Européia (CEE). Só em 2000 foram 10 toneladas. Os banivas vendem cestas para uma grande loja de decoração brasileira. No ano passado, despacharam 1 200 dúzias para a sede da empresa.

"As trocas comerciais não são uma novidade entre os índios. A diferença agora é o grau de organização na produção e na comercialização do produto", diz o antropólogo e indianista Carlos Alberto Ricardo. Segundo um recente levantamento da Funai, houve na última década um aumento de 45% no número de tribos com pequenas indústrias instaladas. Isso significa que existem 312 comunidades indígenas no país que manipulam matérias-primas para comercializá-las. Calcula-se que essa atividade gere



JAYME DE CARVALHO/JRFOLHA/IMAGEM

Entrando no mercado

As atividades comerciais entre os índios brasileiros cresceram 45% nos últimos dez anos. Conheça os projetos mais rentáveis (em reais)

TRIBOS	PRODUTO VENDIDO	RENDA ANUAL
Sateré-Maué	guaraná	740 000
Xicrim do Cateté	mogno	500 000
Caxinauá	borracha	330 000
Iauanauá	urucum	200 000
Cadiué	gado	160 000
Mapuera	castanha	110 000
Caiapó	óleo	100 000
Baniva	cesta	88 000
Caiabi	mel orgânico	84 000
Terena	manga	80 000

Fonte: Funai/ISA/Cimi

algo como 4 milhões de reais em todo o Brasil e envolva 25% dos índios brasileiros. Ainda é pouco, mas é um movimento que praticamente não existia e vem se multiplicando com rapidez entre as tribos. Os ventos capitalistas nas aldeias sopram ao embalo de dois fenômenos. O primeiro é a participação de organizações não governamentais. Na maioria absoluta dos casos, foram elas que incentivaram os nativos a iniciar uma produção constante com base na vocação natural da aldeia. O Instituto Socioambiental, uma ONG paulista, cuida de dois projetos importantes: a venda de mogno pelos xi-

**Produção de
manga por
índios terenas:
80 000 reais**

crins, do Pará, que antes negociavam de maneira ilegal com as madeireiras da Amazônia, e a comercialização de cestas dos banivas. A Couro Vegetal S.A., do Rio de Janeiro, organiza a produção de borracha dos caxinauás para o exterior.

O outro fenômeno é o interesse de empresas — principalmente estrangeiras — em produtos feitos pelos indígenas brasileiros. Além da americana Aveda, companhias como a italiana Pirelli e a francesa Hermès estão desenvolvendo projetos de parceria com os índios do Brasil. No exterior, produtos confeccionados por nativos vêm conquistando fatias de mercado graças a um marketing elaborado por essas empresas para explorar o charme de artigos naturais. "Existem consumidores fiéis que compram nosso produto apenas porque é feito dessa maneira", diz May Waddington, representante da Aveda no Brasil. O aumento das atividades comerciais dos índios não é unanimidade entre os especialistas da área. Há uma corrente de pesquisadores e antropólogos que vem demonstrando temor à novidade. A principal preocupação é a adaptação dos indígenas ao processo de escala industrial. O raciocínio leva em conta que o interesse das empresas e o sucesso desse tipo de produto obrigarão as tribos a aumentar sua produção. "É preciso cuidado. A lógica dos índios é diferente", diz Luiz Zytkuewisz, antropólogo e consultor da Unesco.

Maurício Lima, de Brasília