

FÓRUM DE DISCUSSÃO

Desenvolvimento Socioeconômico Local:
Relações Solidárias na Pequena Produção

Experiências em Discussão

Estudos apresentados no Fórum de Discussão promovido pela FGV-EAESP, pela Fundação Hewlett e pela Fundação Ford, com o apoio da ONG Visão Mundial, do Instituto Ethos de Responsabilidade Social, do Instituto de Ação Empresarial pela Cidadania de Pernambuco, do SEBRAE - PE e da Empresa Itamaracá de Transportes, nos dias 15 e 16 de agosto de 2002.

Versão preliminar e restrita aos participantes do Fórum de Discussão

INSTITUTO SOCIOAMBIENTAL
Data <u> </u> / <u> </u> / <u> </u>
Cod. <u>I 6 D 0 0 0 3 0</u>

DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO LOCAL: RELAÇÕES SOLIDÁRIAS NA PEQUENA PRODUÇÃO

FÓRUM DE DISCUSSÃO PROMOVIDO PELA FGV - EAESP, FUNDAÇÃO HEWLETT, FUNDAÇÃO FORD, COM O APOIO DA VISÃO MUNDIAL, INSTITUTO ETHOS, INSTITUTO DE AÇÃO EMPRESARIAL PELA CIDADANIA DE PERNAMBUCO, SEBRAE/PE E EMPRESA ITAMARACÁ DE TRANSPORTES.

**RECIFE, 15 - 16 DE AGOSTO DE 2002
TEATRO HERMILO BORBA FILHO – BAIRRO DO RECIFE**

**FAZENDO ARTE E INVENTANDO NOVAS TRADIÇÕES:
A EXPERIÊNCIA DE COMERCIALIZAÇÃO DA ARTE BANIWA**

Lúcia Peixoto Calil*

1. CONTEXTO GERAL

Arte Baniwa é a marca que identifica o artesanato produzido pelo povo Baniwa, que desde 1997 vem sendo comercializado pela Organização Indígena da Bacia do Içana, no âmbito de um projeto de desenvolvimento de alternativas econômicas sustentáveis para a região do Alto Rio Negro.

A etnia Baniwa faz parte do grupo lingüístico Aruak e integra uma população de pouco mais de 12 mil pessoas, distribuídas no Brasil, Colômbia e Venezuela. No território brasileiro, este povo totaliza cerca de 4.200 pessoas e ocupa a maior parte de uma vasta área (quase 100 mil quilômetros quadrados) no noroeste do estado do Amazonas, mais conhecida regionalmente como “Cabeça de Cachorro”, distribuindo-se em comunidades e sítios localizados ao longo do rio Içana e de três de seus principais afluentes (rios Aiari, Cuiari e Cubate).

Como muitas outras etnias desta região, os Baniwa desenvolveram formas sofisticadas de adaptação a um meio ambiente que, devido à acidez dos solos e à escassez de peixes nos rios, se caracteriza como relativamente pobre; e um conjunto de estratégias diversificadas de exploração dos recursos naturais disponíveis. Estas estratégias estão refletidas no padrão de assentamento, na densidade de ocupação territorial, nas práticas de intercâmbio econômico estabelecidas com outros povos indígenas, e no conhecimento empírico da biologia e da botânica regionais que os identifica como bons horticultores e pescadores. *“Todo homem (Baniwa) saberá dizer onde se encontram as melhores terras para a colocação das roças, onde procurar frutas e onde buscar a caça”*¹.

O povo Baniwa é também reconhecido por sua habilidade artesanal, sendo os únicos fabricantes na região dos raladores de mandioca feitos de madeira e pontas de quartzo, e os principais produtores de urutus e balaios de arumã. A produção artesanal para venda é uma atividade antiga entre este povo, sendo responsável por uma de suas poucas fontes de renda.

* Lúcia Peixoto Calil é arquiteta, com mestrado no El Colegio de México – México. Exerce atividades de consultoria em gestão de projetos, na empresa Sal da Terra – Consultoria em Desenvolvimento Social.

¹ FOIRN-ISA/MEC-SEF. Povos indígenas do Alto e Médio Rio Negro. Uma introdução à diversidade cultural e ambiental do noroeste da Amazônia Brasileira. Mapa-livro. 1998. p. 65. 128 p.

Contudo, somente a partir dos últimos cinco anos, a produção artesanal Baniwa assumiu uma forma de economia autônoma e autodeterminada. A mudança de *status* desta atividade tem sido, desde então, conduzida por três organizações da sociedade civil:

- Federação das Organizações Indígenas do Rio Negro – FOIRN, fundada em 1987, no momento das lutas pela regularização das terras indígenas e pautando-se pela defesa dos direitos coletivos e bem-estar dos povos indígenas desta região. Atualmente, a FOIRN congrega 42 associações, representantes de 22 povos, distribuídos em mais de 680 comunidades localizadas ao longo dos principais cursos d'água e terras secas da bacia do alto Rio Negro.
- Organização Indígena da Bacia do Içana – OIBI, criada em 1992 para a defesa dos direitos e bem-estar dos povos Baniwa e Kuripako, congregando 17 associações² e relacionando-se com outras entidades indígenas do alto Içana e do rio Aiari. A sede da OIBI localiza-se na comunidade de Tucumã-Rupitã, e na cidade de São Gabriel da Cachoeira encontra-se em etapa final de instalação uma sub-sede, que irá funcionar como centro de apoio logístico para as operações comerciais da entidade. Sendo uma organização ainda jovem, a OIBI tem consolidado sua presença no cenário político-institucional da região a partir de inúmeras iniciativas voltadas para a defesa dos interesses das comunidades filiadas e da promoção social dos povos Baniwa e Kuripaco.
- Instituto Socioambiental – ISA, fundado em 1994 como uma organização civil sem fins lucrativos para atuar no campo dos direitos sociais coletivos e difusos relativos ao meio ambiente, patrimônio cultural, direitos humanos e dos povos, concentrando suas ações em quatro grandes áreas do país: Região Metropolitana de São Paulo, Vale do Ribeira-São Paulo, Parque Indígena do Xingu-Mato Grosso e Alto Rio Negro-Amazonas. Nesta última região, o ISA implementa o Programa Rio Negro – PRN, cujos objetivos gerais se orientam para a promoção do desenvolvimento sustentável da Bacia do Rio Negro. A médio prazo, o PRN³ se desdobra no Programa Regional de Desenvolvimento Indígena Sustentável do Médio e Alto Rio Negro, implementado, em parceria com as organizações indígenas locais,

² São elas: São José, Jacaré Poço, Santa Rosa, Tapira-Ponta, Santa Marta, Juivitera, Arapaco, Tarumã, Pupunha, Tucumã-Rupitã, Jandú-Cachoeira, Mauá-Cachoeira, Trindade, Aracu-Cachoeira, Siusi-Cachoeira, Tucunaré-Lago e Tamanduá.

³ Este programa envolve inúmeras atividades, tais como a implantação de uma rede de radiofonia, a publicação de uma série de livros de autores indígenas, projetos de geração de renda com uso sustentável de recursos minerais (piscicultura, manejo florestal, artesanato), a criação de um banco de dados socioambientais georeferenciados, saúde e nutrição, e a demarcação de terras.

outras ONGs e instituições governamentais que atuam na região, e orientado para o fortalecimento político, institucional, cultural, social e econômico dos povos indígenas desta região e suas organizações representativas. As linhas de ação deste programa contemplam projetos específicos para a defesa territorial, a saúde e a educação, a criação e desenvolvimento de alternativas econômicas sustentáveis.

2. RESGATE HISTÓRICO

As origens da experiência de comercialização da Arte Baniwa remontam ao ano de 1997, quando se inicia a fase final do processo de demarcação das terras indígenas do Alto Rio Negro⁴. Por força desta circunstância, as atividades de exploração mineral que vinham sendo realizadas pelo povo Baniwa, e que eram responsáveis pela geração de pequena renda monetária, tiveram que ser suspensas. Alternativamente, muitos homens retomaram as habilidades próprias de sua cultura, e passaram a produzir cestaria de arumã para venda. Vista a partir de uma perspectiva mais longínqua, esta iniciativa corresponde ao terceiro estágio de uma história que, até os dias atuais, pode ser fracionada em três grandes momentos.

O *primeiro momento* antecede o contato desta etnia com a sociedade externa. Naquele tempo, a arte do trançado do arumã era tradicionalmente dominada pelo cotidiano da vida social, constituindo uma atividade típica dos homens adultos que, por meio dessa habilidade, demonstravam sua capacidade de prover as condições materiais para a vida em família. De suas mãos saíam os urutus, balaios, jarros, peneiras e tipitis utilizados na colheita da mandioca e no preparo de seus derivados (farinha, beiju, tapioca), além de tapetes e brinquedos para as crianças (o conhecido “agarra moça”) e miniaturas. Como expressão artístico-cultural do povo Baniwa, as peças produzidas diferenciavam-se pelo tipo de trançado, estilos de acabamento e desenhos, estes últimos contendo claras referências a sua rica mitologia e religiosidade.

O *segundo momento* corresponde ao período de quase 300 anos que transcorre desde os

⁴ O processo de reconhecimento dos direitos sobre as terras indígenas do Alto Rio Negro consumiu quase 25 anos de lutas ininterruptas. Os trabalhos de demarcação foram realizados entre abril de 1997 e abril de 1998, sob a administração da FOIRN e do ISA; e a homologação do título de posse da atual extensão de 10,6 milhões de hectares contíguos ocorreu em 1998. Maiores detalhes podem ser encontrados em FOIRN-ISA/MEC-SEF. Op.cit. nota 1.

primeiros contatos com a sociedade branca até o início da última década de 90. Durante a maior parte deste período, o povo Baniwa, como de resto toda a população indígena da região, sofreu as mais violentas formas de exploração econômica. A escravidão e o trabalho forçado na agricultura e na construção civil foram inicialmente impostos pelas “tropas de resgate” portuguesas ainda no século XVII; e, a partir do século XIX, aos militares sucederam-se missionários jesuítas, carmelitas, capuchinhos e franciscanos autorizados a praticar a catequese, contribuindo largamente para a exploração do trabalho indígena, sobretudo em atividades extrativistas.

Segundo consta, a chegada das missões religiosas é contemporânea da presença dos regatões, um tipo de comerciante que baseava sua atividade no sistema de escambo e que mantinha os índios em permanente situação de dependência econômica. Por esta época, o artesanato de arumã começou a ser utilizado como moeda no comércio ribeirinho dominado pelos regatões, sendo trocado por roupas, sal, armas e munição, além de outros bens produzidos pela sociedade externa e que, através do contato, passaram a fazer parte de seu consumo. Durante este longo período, a venda da produção artesanal se alternava com outras atividades econômicas nos seringais, piaçabais, no garimpo e na construção civil, quase sempre sob regime de trabalho forçado ou submetido à exploração violenta⁵.

No século XX, sobretudo a partir da quarta década, a ação missionária seguiu marcando presença na região, contribuindo para coibir os abusos dos comerciantes e para, progressivamente, liberar os índios do trabalho forçado e da violência, à qual eram submetidos no regime de patrões e regatões. Mas, ao lado dessa contribuição, deixou as marcas de seu desprezo às formas autóctones de cultura e organização social, abolindo rituais religiosos e de iniciação, proibindo a atividade dos pajés, e destruindo enfeites e instrumentos de músicas cerimoniais, sem, contudo, fazer desaparecer a arte do trançado do arumã.

Até o início da última década do século passado, a cestaria de arumã continuou ocupando lugar de destaque como expressão cultural dos Baniwa e como moeda no sistema de escambo ainda dominado pelos regatões. No início da década de 90, as lideranças indígenas Baniwa, que conduziam o processo de constituição da OIBI, já haviam identificado a perversidade desse sistema que, além de impor relações desfavoráveis de troca – nas quais

⁵ Relatos antropológicos datados das primeiras décadas do século XX já apontavam “... o clima de terror em que viviam os índios, vítimas dos abusos dos comerciantes colombianos e brasileiros, que mantinham os índios no sistema de *patronagem*, sendo forçados a pagar dívidas que nunca expiravam e obrigando-os ainda a suportar humilhações e abusos contra suas mulheres”. FOIRN-ISA/MEC-SEF. Op.cit., p.91.

figurava, por exemplo, a proporção de uma dúzia e meia de urutus para uma calça jeans, ou duas dúzias e meia deste cesto, para uma rede –, induzia a uma permanente dependência dos artesãos que empenhavam sua produção para liquidar as dívidas contraídas com os regatões.

O *terceiro momento*, já anunciado na introdução deste capítulo, está determinado pelo retorno à atividade artesanal no âmbito do Programa Rio Negro, e como uma forma organizada e sustentável de geração de renda familiar.

Antes, contudo, de configurar o Arte Baniwa como um projeto estruturado, a FOIRN havia experimentado a organização de outras atividades econômicas. Entre estas, ganha destaque a de exploração da columbita-tantalita⁶, desenvolvida com o apoio da FUNAI e suspensa pouco tempo após ser iniciada, devido à falta de regulação normativa para esta atividade em terras indígenas e também em virtude dos trabalhos de demarcação das terras na região. Estes trabalhos vinham sendo acompanhados de perto pela FOIRN e pelo ISA e exigiam a ativa participação da população indígena⁷, pois eram estas as pessoas que conheciam cada palmo do território, o percurso dos rios e igarapés, as áreas alagáveis e as terras firmes perenes, a localização precisa dos espaços ocupados por comunidades e suas roças.

A habilidade manual dos índios, o grau de enraizamento da prática de comercialização da cestaria em sua cultura – que, não obstante a flagrante exploração à qual estava submetida, constituía praticamente a única possibilidade de acesso a produtos que, por força da mudança de hábitos, isolamento físico e por necessidade de segurança, haviam se tornado indispensáveis –, e a compatibilidade da produção artesanal com a vida social das comunidades foram determinantes para a escolha desta atividade como experiência-piloto de formas alternativas de geração de renda.

As primeiras iniciativas nesta perspectiva datam de 1993/94, durante uma feira de organizações indígenas da Amazônia quando, pelo contato com uma empresa de cosméticos,

⁶ A columbita-tantalita é um mineral de grande valor comercial – utilizado na indústria de alta tecnologia para a produção dos componentes que permitem o fluxo de correntes em dispositivos eletrônicos –, que pode ser empregado na indústria química, farmacêutica, automotiva, aérea, na produção de telefones celulares, aparelhos de som e vídeo, chips para computadores, etc. (2001. Cable News Network. Material gentilmente cedido por Ricardo Bresler, EAESP/FGV).

⁷ O Artigo 3º do Decreto 22 de 04/02/91 estabelece que os “trabalhos de identificação e demarcação realizados até então poderiam ser considerados somente com a aprovação dos grupos indígenas interessados”. Em reunião convocada pela FUNAI em junho de 1996 e realizada com a presença da FOIRN e do ISA, ficou decidido que o “... processo de demarcação deveria ser mobilizador e participativo em todos

a OIBI obteve sua primeira encomenda de 5 mil unidades de urutus. Após esta, seguiram-se outras experiências intermitentes, mas, tal como a primeira, com resultados econômicos pouco animadores. A falta de qualidade do produto constituía a principal causa para este parco resultado, impondo uma perda média de 20% a 30% no valor dos lotes vendidos diretamente a comerciantes.

A crescente afirmação da OIBI e a abertura de novos canais de comercialização com o apoio do ISA propiciaram, de imediato, um importante incremento na renda dos artesãos, uma vez que o preço da dúzia de urutus passou a ser 38% superior do preço pago em São Gabriel da Cachoeira⁸. Nesta operação, o capital da OIBI era parte dos recursos repassados pelo convênio de cooperação ICCO/FOIRN e se destinava a remunerar os artesãos e os custos de transporte e comercialização. Não obstante o progresso que o novo sistema de comercialização representava, a metodologia empregada para o cálculo do preço do produto era precária, baseando-se no princípio geral de *“pagar pela qualidade e pela satisfação do produtor”*⁹, e em vagas referências de equivalência mercantil com bens normalmente adquiridos pela população indígena na cidade¹⁰.

Durante quatro anos, a atividade envolveu um pequeno número de artesãos e se desenvolveu de forma independente do Programa Regional de Desenvolvimento Indígena Sustentável do Alto e Médio Rio Negro¹¹. Em 1997, a articulação interinstitucional FOIRN/OIBI/ISA sistematizou a experiência acumulada até então no projeto Arte Baniwa, incorporando-o ao PRN.

os níveis, incluindo reuniões nas comunidades, produção de material informativo e o aproveitamento de mão-de-obra indígena”. FOIRN-ISA/ MEC-SEF. Op. cit., p. 106-111.

⁸ Conforme nos informa Beto Ricardo, os preços pagos pelo artesanato Baniwa em São Gabriel da Cachoeira sempre foram muito baixos, em decorrência do “costume depreciativo de trocar o artesanato indígena por roupas usadas”, instituído pela missão católica. RICARDO, Beto. **Arte Baniwa**. FOIRN-ISA. São Gabriel da Cachoeira – São Paulo, 2000, p. 7.

⁹ Depoimento prestado por André Fernando, em 16 de maio de 2002, em São Gabriel da Cachoeira.

¹⁰ Consta que as primeiras tentativas de estabelecimento de preço de venda da dúzia de urutus adotaram como parâmetro o preço da calça jeans no mercado local, posteriormente substituído pelo preço de um violão.

¹¹ Este programa envolve inúmeras atividades, tais como a implantação de uma rede de radiofonia, a publicação de uma série de livros de autores indígenas, projetos de geração de renda com uso sustentável de recursos minerais (piscicultura, manejo florestal, artesanato), a criação de um banco de dados socioambientais georeferenciados, saúde e nutrição, e a demarcação de terras.

3. ARTE BANIWA: PROJETO DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE ARTESANATO DE ARUMÃ

O projeto Arte Baniwa é um dos componentes da linha de ação denominada “Alternativas Econômicas Sustentáveis” do PRN, caracterizando-se como uma experiência-piloto de organização do sistema de produção e comercialização de cestaria indígena, com valor cultural e ambiental agregados, autogerido e financeiramente rentável, e organizacional e culturalmente compensador para o povo Baniwa.

Desde 1997, quando começou a ser implementado, as ações do projeto têm se orientado para a criação das condições operacionais e de infra-estrutura necessárias para viabilizar os seguintes objetivos:

1. Valorizar o patrimônio cultural e ambiental de uma região da Amazônia brasileira onde vivem 10% da população indígena e 10% da diversidade étnica nativa do país, em 10,6 milhões de hectares de terras demarcadas;
2. Animar a produção sustentável de objetos de arumã, como uma forma de reciclagem e disseminação de uma tradição cultural indígena milenar;
3. Identificar nichos duradouros de mercado, que acolham o valor agregado cultural e ambiental dos produtos e sejam compatíveis com a capacidade de produção das comunidades;
4. Implantar um sistema de produção por encomenda, que tenha capacidade de respostas ao crescimento esperado da demanda através de crescimento horizontal da base produtiva, mantendo a qualidade e aprimorando o uso dos recursos naturais;
5. Gerar renda para os produtores indígenas e suas associações;
6. Contribuir para o uso sustentável dos recursos naturais numa região socioambientalmente singular, no noroeste da Amazônia Brasileira;
7. Servir como projeto demonstrativo para incentivar outras associações indígenas da região a desenvolverem projetos semelhantes;
8. Capacitar a FOIRN e associações filiadas no gerenciamento de projetos¹².

A gestão do projeto Arte Baniwa está diretamente sob a responsabilidade da OIBI que, em sua implementação, conta com o apoio político e institucional da FOIRN e técnico do ISA. Os recursos financeiros que sustentam as ações do projeto provêm de doações realizadas,

¹² ISA. Arte Baniwa – Cestaria Indígena de Arumã do Rio Negro. Plano de Negócios. Apresentado ao Fundo

direta ou indiretamente, por diferentes organizações da cooperação nacional e internacional (ICCO, Horizont3000, Amigos da Terra, Embaixada da Dinamarca, FUNASA, Rainforest Foundation, FNMA/MMA e PPG7).

Na articulação constituída para a implementação do projeto, as organizações participantes desempenham diferentes papéis:

- à OIBI compete sua gestão integral, a mobilização dos artesãos, a organização de oficinas de treinamento, a coleta, o transporte, o controle de qualidade da produção, o gerenciamento da comercialização e o controle financeiro e contábil do projeto;
- à FOIRN, o apoio político, institucional e as facilidades de logística requeridas na cidade de São Gabriel da Cachoeira, proporcionando instalações, equipamentos e veículo para as atividades de escritório, recepção, controle de qualidade, etiquetagem e transporte local do artesanato, enquanto aguarda a conclusão das obras e instalações do entreposto local da OIBI;
- ao ISA competem as atividades de documentação, assessoria técnica e apoio comercial na promoção do artesanato (criação da logomarca, divulgação e assessoria de imprensa), assessoria na comercialização (identificação de mercados e estabelecimento de condições de venda) e apoio na mobilização de recursos para o projeto (elaboração do plano de negócios e assessoria na formulação de projetos de captação de recursos).

Como estratégia central de implementação, o projeto Arte Baniwa orienta-se, por um lado, para a organização e melhoria da qualidade da produção artesanal, a partir do envolvimento de artesãos e da preservação de seus hábitos de vida; e, por outro, para a articulação da produção artesanal com o mercado consumidor, por meio da identificação de compradores, organização do transporte e do desenvolvimento de instrumentos de apoio à comercialização. Incluem-se, entre estes últimos, a formulação de um plano de negócios e de um conjunto de peças promocionais e de *marketing*.

Coerente com esta estratégia e visando viabilizar o alcance dos objetivos 1, 2 e 4, em 1999 foi realizada uma oficina na comunidade de Tucumã-Rupitã. Contando com a presença de 19 mestres artesãos de 10 comunidades, esta oficina permitiu a divulgação de suas técnicas de trançado e acabamento e fincou as bases para o estabelecimento do que, posteriormente, passou a ser considerado o “padrão OIBI de qualidade” do produto artesanal. Nesta mesma

oportunidade, foi elaborado o primeiro plano de negócios para a Associação e produzido material vídeo-fotográfico para a divulgação comercial prevista na estratégia de *marketing*.

As primeiras experiências comerciais no contexto do projeto decorreram de contatos comerciais proporcionados pelo ISA com os dirigentes da ExpoFlora – Holambra, para o fornecimento de urutus que seriam utilizados como cachepôs para as flores e plantas vendidos naquela feira. Cerca de 200 artesãos de várias comunidades do Içana se envolveram na produção de 2 mil unidades, num empreendimento sem patrocínio e cujo resultado financeiro estava inteiramente vinculado às vendas realizadas. E, apesar dos esforços realizados para estabelecer um preço “justo”, o elevado custo de participação na feira gerou resultados insatisfatórios para os artesãos: dos 200 originalmente envolvidos, apenas 19 permaneceram no projeto.

Para a OIBI, o insucesso econômico da participação na ExpoFlora foi compensado por importantes aprendizagens no campo da organização cooperativa e da comercialização e, adicionalmente, rendeu o contato comercial com a Tok&Stok. Naquela ocasião (1998), esta empresa adquiriu experimentalmente todas as sobras da produção Baniwa que não haviam sido vendidas na feira (cerca de 1300 unidades). E, pouco tempo depois, fez sua primeira encomenda, de 100 dúzias do urutu grande, pagando o preço de R\$ 58,00 por dúzia – um aumento que representa quase três vezes o preço originalmente alcançado no mercado de São Gabriel da Cachoeira.

Não somente pelo atrativo deste preço, mas também pela impossibilidade de os 19 artesãos que permaneceram fiéis à proposta da OIBI cumprirem o prazo acertado com a Tok&Stok, esta encomenda conduziu ao aumento do número de produtores envolvidos, que passou para 45. O sucesso das vendas – precedidas por uma campanha de divulgação, publicação de um livro e evento de lançamento – representou novo estímulo para a ampliação dos artesãos envolvidos. Em maio de 2002, quase uma centena e meia de artesãos, distribuídos em 16 comunidades ao longo do médio e baixo Içana, encontravam-se cadastrados na OIBI. Os benefícios da comercialização atingem cerca de 20% da população desta etnia no Brasil.

4. CADEIA PRODUTIVA DO ARTESANATO BANIWA

O processo de produção, transporte e comercialização do artesanato Baniwa, detalhado no

próximo capítulo, indica os elos da cadeia produtiva, cuja principal característica reside no controle de sua maior parte pela própria comunidade, aqui representada pela OIBI. Em cada uma das etapas, os atores envolvidos desempenham papéis diferenciados e recebem benefícios imediatos conforme descrito no quadro a seguir.

Atores envolvidos na cadeia produtiva do artesanato Baniwa

Atores	Papéis	Benefícios imediatos
OIBI (diretoria)	É responsável por toda a gestão do processo, até a etapa de entrega da produção ao comprador. Parte destas funções é exercida em sistema de rodízio entre os diretores, em plantões de aproximadamente dois meses em São Gabriel da Cachoeira. Executa o controle de qualidade, trâmites fiscais para despachar a mercadoria para outras cidades.	Taxa de administração de aproximadamente 5% sobre o montante das vendas.
OIBI (diretor em plantão em Tucumã-Rupitã)	Divulga as encomendas recebidas, anota o compromisso individual de produção, confere a produção entregue, registra a forma de pagamento desejada pelo artesão. Faz o pagamento creditado.	Idem.
OIBI (membros de associações filiadas)	A tripulação do bongo (seis pessoas) é responsável pelo recolhimento da produção e pelo transporte entre as comunidades e São Gabriel da Cachoeira. Ao longo desse percurso, agencia ajudantes para o transbordo da mercadoria nas corredeiras e cachoeiras ao longo do rio Içana.	Remuneração pelo trabalho e alimentação (aproximadamente R\$ 800,00 por viagem)
OIBI (membros de associações filiadas e moradores ribeirinhos)	Ajudam no desembarque e reembarque da mercadoria e na transposição do bongo nos desníveis do rio Içana. Além da tripulação, são necessárias pelo menos outras seis pessoas nesta etapa.	Gratificação monetária pelo trabalho (entre R\$ 12,00 e R\$ 15,00 por pessoa).
Artesãos cadastrados	São responsáveis diretos pela produção.	Pagamento proporcional à produção entregue.
Artesãos não-cadastrados	Familiares ou não dos artesãos cadastrados, e por eles agregados, participam de etapas específicas do processo de produção comercial.	Dependendo das relações de parentesco ou de "subcontratação" do trabalho, pode haver distribuição do resultado da venda do artesão titular.
ISA	Identifica mercados e compradores potenciais e assessora os contatos comerciais realizados em São Paulo. Assessoria institucional na definição de estratégias de desenvolvimento do projeto, atuação política e articulação da OIBI com outras instituições indígenas, governamentais e da cooperação nacional e internacional.	Experiência no desenvolvimento de projetos econômicos sustentáveis em caráter demonstrativo.

FOIRN/FUNAI	Cessão de caminhão e do motorista para transportar a mercadoria até o porto de Camanaus.	Fortalecimento das relações interinstitucionais
Lojista (aqui representado pela Tok&Stok)	Venda do artesanato para o consumidor final.	Identidade comercial diferenciada; e imagem de responsabilidade social.
Consumidor final	Adquire os produtos e divulga-os em seus círculos de relações.	Satisfação pessoal com o produto (beleza, qualidade, funcionalidade). Oportunidade para exercer consumo consciente.

5. A PRODUÇÃO DO ARTESANATO BANIWA

Mantendo a tradição cultural, a produção artesanal Baniwa convive com as demais atividades de subsistência das comunidades, sem interferir significativamente na vida social e familiar dos artesãos, que seguem dedicando grande parte de seu tempo à caça, à pesca, à roça (em que os principais produtos cultivados são mandioca, batata doce, cará, abacaxi, banana, pupunha e pimenta), à limpeza de caminhos e à construção da casa. Normalmente, a coleta e o preparo do material e seu trançado se realizam nos intervalos entre estas atividades.

Seguindo esta mesma tradição, a produção artesanal é quase que totalmente do domínio de homens adultos, sendo pouco significativa a presença de mulheres e jovens nesta atividade. Via de regra, o envolvimento de familiares (mulheres e jovens) acontece na fase de acabamento do produto ou diante de uma necessidade familiar que demanda maior volume de recursos monetários: a aquisição de uma canoa (localmente conhecida como bongo), de motor de popa, a construção da casa, ou qualquer outro investimento de maior monta. Mas, mesmo nestas circunstâncias, a produção é vendida em nome do homem.

Outra característica marcante dessa produção é que, além da habilidade manual, ela envolve sólido conhecimento de botânica, pois, além do arumã, até outras oito espécies vegetais podem estar presentes na confecção da cestaria, destinando-se à pintura, acabamento e embalagem.

A convivência pacífica entre a vida tradicional e a produção artesanal é fomentada pela OIBI, para a qual “(a idéia do) *projeto é não atrapalhar a vida nas comunidades. O artesão é que determina quando e quanto vai produzir*”.¹³ Porém, a regularização do sistema de comercialização, a partir do aumento da frequência de encomendas, já representa uma mudança no planejamento da rotina dos artesãos, mantendo-os em estado de “alerta”, isto é, prontos para responder à demanda.

5.1 – A etapa de produção

Em sua essência, o processo de produção para venda não difere daquele destinado ao consumo próprio; contudo, na primeira situação, ele é desencadeado pelo aviso da encomenda. Devido à precariedade dos meios de comunicação, a divulgação da encomenda ainda configura um périplo, repleto de mediações:

*A loja faz contato com o ISA, em São Paulo, que avisa a FOIRN em São Gabriel da Cachoeira, que comunica as condições da encomenda à OIBI, que entra em contato com sua referência em Tucumã-Rupitã. Pelo rádio, Armindo (atual tesoureiro da Associação e piloto do barco) alerta as comunidades sobre o volume e a data de entrega e programa a produção com cada artesão individualmente*¹⁴.

O artesão, então, ajusta sua rotina diária, reservando pelo menos um dia para cortar o arumã¹⁵; e, dependendo da espécie¹⁶, entre 100 e 200 colmos podem ser extraídos neste intervalo de tempo. Com esta quantidade, ele está apto a produzir uma dúzia de urutus no sistema de encaixe, isto é, duas meias dúzias, com diâmetros e alturas decrescentes, de tal modo que o cesto maior contém o imediatamente menor e, assim, sucessivamente, até o menor de todos. As outras espécies utilizadas na pintura, acabamento e embalagem da cestaria implicam processos específicos de extração e preparo. Eventualmente, o corante é adquirido de comunidades que se especializaram em seu preparo, e, neste caso, as formas de obtenção podem variar entre a compra ou a troca de produtos.

¹³ Depoimento de André Fernando, Irineu e Mário, entre os dias 15 e 18 de maio, durante visita de campo realizada a São Gabriel da Cachoeira.

¹⁴ Síntese das explicações dadas por André Fernando, Irrigue e Mário.

¹⁵ Dependendo da incidência e da qualidade da espécie de arumã, nas proximidades da comunidade, este tempo pode ser dilatado pela necessidade de ir buscá-lo mais longe.

¹⁶ As espécies mais empregadas neste artesanato são Póapoa Kantsa e Halépana.

Em sua integridade, o processo de produção artesanal implica o conhecimento dos procedimentos que antecedem a etapa do trançado. Os tópicos a seguir descrevem a seqüência de passos observados na produção após a extração do arumã, desdobrando-os nas atividades que compõem cada um deles:

- *Preparo da matéria-prima:*

1a. Os talos de arumã podem ser usados com a casca

1b. ou podem ser raspados e

1c. areados no rio.

2. Quando se utilizam cores no trançado, os talos são previamente pintados com pigmentos naturais que

2a. precisam ser preparados

2a1. se em vermelho, retirando as sementes do urucu,
e moendo-as;

ou extraindo um corante das folhas de uma planta,
amassando-as e

coando a pasta;

2a2. se em preto, raspando a cinza dos fornos ou a fuligem de querosene ou
óleo que se acumula nas latas ou lâmparas.

2b. Também é preciso preparar o fixador dos pigmentos, extraído-se a seiva viscosa
do ingá ou de outras árvores. Para isso, tem-se que

retirar pequenas lascas da entrecasca,

moê-las e, depois,

espremer a massa no tipiti.

2c. Uma vez pronto, o fixador deve ser homogeneamente misturado ao pigmento.

2d. Já se pode, então, pintar os colmos e

2e. deixá-los ao sol para secar.

- *Descorticação dos colmos:* depois de secos, após o tingimento, ou em até sete dias após extraídos, os colmos são desbastados em talas milimétricas e de largura homogênea.

- *Trançado das talas:* o tipo de trançado pode variar segundo o produto em execução ou a habilidade do artesão.

- *Acabamento*: esta etapa também exige a extração de cipós e fibras vegetais que serão usadas para amarrar a taquara da borda dos cestos.

Para produzir duas meias dúzias, o artesão consome cerca de duas semanas de trabalho, sem prejuízo de suas demais atividades rotineiras. Mantida esta produtividade média, ao longo de 50 a 60 dias – período este estabelecido pela OIBI para reunir 100 dúzias –, a produção média individual pode atingir um volume de quatro dúzias (ou oito meias dúzias) de urutus¹⁷.

5.2 – A etapa de coleta e transporte da produção artesanal

*Cinquenta dias após a divulgação da encomenda, Armindo inicia a viagem, recolhendo a produção dos artesãos de cada comunidade, conferindo a quantidade entregue com a que foi prometida, anotando o crédito de cada um. Também registra a forma de pagamento desejada: se em espécie ou em mercadorias. Neste último caso, lista os itens, suas especificações, quantidades e tamanhos (se forem roupas ou sapatos)*¹⁸.

A coleta do artesanato observa as regras gerais estabelecidas durante a oficina de treinamento realizada em Tucumã-Rupitã em fevereiro de 2000. Afora o preço da dúzia, que periodicamente tem sido aumentado, todas as demais regras se orientam para regular as relações entre o artesão e a OIBI, no âmbito das operações comerciais, e contemplam os seguintes tópicos¹⁹:

- Produção entregue em dúzias e previamente embaladas.
- Pagamento realizado em parcela única, em espécie ou seu equivalente em mercadorias.

¹⁷ Esta produtividade coincide com a média geral de 4,48 dúzias por artesão cadastrado, de acordo com o resumo das vendas realizadas no ano de 2000, registrado pela OIBI.

¹⁸ Idem, nota 12.

¹⁹ FERNANDO, André. Relatório da OIBI sobre reunião com artesãos - Localidade: Tucumã-Rupitã / rio Içana. 21 de fevereiro de 2000. Mimeo. É interessante notar que o enunciado das “regras de trabalho” é precedido da apresentação de seus objetivos (“... controlar qualidade de nosso produto... (e) forma de pagamento de acordo com a realidade do atual projeto...”) e é concluído com a observação de que “Quem não concordar com a forma de pagamento, é só não trabalhar para não prejudicar as pessoas que querem trabalhar. O trabalho vai continuar”. O tom desta observação deixa claro o poder deliberativo da reunião e, sobretudo, o poder normativo da OIBI.

- Controle da entrega e da qualidade do produto por meio de fichas individuais dos artesãos.
 - Penalidades aplicadas por meio de desconto do valor devido, para as entregas abaixo da cota comprometida pelo artesão ou sem embalagem.
- *Embalagem*: todas as peças produzidas são encaixadas e acomodadas dentro de um cesto trançado especialmente para servir de embalagem (os paneiros). Os paneiros são amarrados dois a dois, formando um volume cilíndrico.
 - *Embarque*: os seis tripulantes do bongo da OIBI, ajudados por artesãos e moradores ribeirinhos, acomodam até 100 dúzias de urutus por viagem.

Começa então o transporte, descendo o rio Içana, até chegar em São Gabriel da Cachoeira²⁰.

Durante esta viagem, que pode durar de 10 a 15 dias, a carga precisa ser desembarcada e reembarcada, e o bongo precisa ser carregado a cada uma das 10 corredeiras do rio, transpondo os desníveis nas costas da tripulação e dos moradores ribeirinhos. E, quanto mais avança rio abaixo, mais volumes se acumulam, tornando ainda mais necessária a ajuda dos ribeirinhos.

Ao chegar em São Gabriel, outras etapas se agregam às anteriores:

- *Desembarque no porto de Camanaus*: distante 30 km da cidade de São Gabriel da Cachoeira, o resgate do artesanato neste porto exige os braços da tripulação do bongo e de ajudantes locais, além da colaboração da FOIRN ou da FUNAI, que cedem um caminhão e motorista para transportá-lo até a cidade onde as peças serão submetidas ao controle de qualidade e à etiquetagem. Até maio de 2002, esta operação ainda era realizada na sede da FOIRN, mas em breve passaria para um dos salões do “entreposto” da OIBI²¹.

²⁰ Id. Ibidem, nota 12.

²¹ As obras desta edificação estavam quase concluídas, faltando apenas a ligação de energia elétrica e a construção de uma edícula nos fundos do terreno para alojar membros da diretoria da OIBI durante os seus períodos de plantão na cidade. A sede da OIBI está localizada na periferia da cidade de São Gabriel da Cachoeira e é composta por dois amplos salões independentes; cada um deles com instalações sanitárias, varandas e ponto telefônico.

- *Controle de qualidade*: antes de ser etiquetada, a produção passa por vistoria de qualidade, separando-se do conjunto as peças fora do padrão estabelecido. Este padrão foi determinado pela OIBI (Oficina de Treinamento Tucumã-Rupitã, 1999), a partir dos critérios de tamanho, diâmetro, composição gráfica e acabamento. Posteriormente, outros critérios foram introduzidos, ajustando características do produto às exigências do mercado²².
- *Etiquetagem*: esta etapa visa à identificação do produto com a marca Arte Baniwa estampada numa etiqueta.
- *Emissão de nota fiscal*: por força normativa (Secretaria da Fazenda do Estado do Amazonas, Resolução nº 025/90), a produção artesanal goza de isenção tributária do ICMS, mas não está dispensada da emissão de nota fiscal avulsa, na Delegacia Fazendária de São Gabriel da Cachoeira. Depoimento prestado por diretores da OIBI indicam que esta operação, embora de caráter simples, nem sempre ocorre sem atropelos de última hora, causados por atrasos no transporte da produção até a cidade de São Gabriel da Cachoeira ou nas etapas de etiquetagem/reembalagem. Note-se que o cumprimento dos prazos da encomenda exige a sincronização de todas as etapas que precedem o embarque para Manaus, com o cronograma de viagens dos barcos que partem de Camanaus descendo o rio Negro; e qualquer imprevisto pode significar o adiamento da emissão da nota fiscal e, inclusive, a impossibilidade de embarcar a mercadoria na data prevista²³.
- *Transporte*: uma vez etiquetada e novamente embalada, a produção é levada de volta ao porto de Camanaus, para ser transportada a Manaus e depois a Belém e São Paulo, uma viagem de cerca de 4600 km, que pode durar até 30 dias, e que envolve vários transbordos e diferentes meios de transporte (barco, balsa, caminhão).

5.3 – O estabelecimento do preço de venda do produto artesanal

A fixação do preço do produto é, ainda hoje, um exercício que mescla critérios subjetivos e objetivos. No primeiro caso, os critérios buscam associar a revitalização cultural com o desenvolvimento de alternativa econômica sustentável; e, no segundo, são determinados

²² A última encomenda feita pela Tok&Stok especifica a redução do tamanho padrão dos urutus, visando a agilizar o escoamento deste produto nas lojas.

²³ O embarque da mercadoria sem a nota fiscal é um risco que a OIBI aprendeu a não correr. Em pelo menos uma ocasião, o artesanato embarcado nestas condições foi apreendido pela Fiscalização Fazendária em Manaus, representando perda total para a OIBI.

pelos custos de administração, transporte e comercialização. O cálculo do custo também é influenciado pelos preços praticados no mercado para produtos similares. Contudo, não há elementos claros que explicitem os itens que compõem os custos da etapa de produção (valor dos materiais utilizados e da força de trabalho, principalmente), e, portanto, sua apropriação é feita de forma subjetiva ou, em última instância, por contraste com produtos industrializados do interesse dos artesãos (roupas, redes, violão, etc.).

Em sua essência, esta situação não difere daquela que se observa para outros grupos de artesãos do estado do Amazonas (e, de resto, na maior parte do Brasil) que, segundo informa estudo do SEBRAE²⁴, não sabem informar os critérios que adotam para fixar o preço do produto artesanal. Em grande parte, esta dificuldade decorreria da predominância do uso de materiais extraídos da flora e da fauna pelo próprio artesão ou por membros de sua família, não exigindo o desembolso monetário para serem adquiridas; mas estaria também determinada pela ausência de alternativas econômicas para a força de trabalho. Ambas circunstâncias induziriam a atribuição de custo.

No caso dos Baniwa, à eventual exceção dos corantes que eventualmente são adquiridos ou trocados com povos de outras etnias, todas as matérias-primas utilizadas são extraídas da floresta nas imediações das roças familiares ou ao longo dos caminhos que conduzem a elas, não onerando monetariamente o artesão. Quanto ao fator trabalho, considerando-se que o artesanato está estreitamente associado à rotina da vida social e familiar, torna-se ainda mais difícil dimensionar o seu valor, não só devido à ausência de indexadores adequados, mas também devido à dificuldade de dimensionar com precisão o tempo médio real empregado na produção para venda.

Pesquisa de alocação de tempo nesta atividade, realizada nas comunidades de Santa Rosa e Trindade²⁵, indica o consumo de 50 a 100 horas para a produção de uma dúzia de urutus pelo sistema de encaixe. Depoimentos colhidos em São Gabriel da Cachoeira estimam a necessidade de duas semanas para completar este mesmo volume de produção. E, além destes parâmetros, estima-se um dia para coletar o arumã (e, possivelmente, alguns outros

²⁴ SEBRAE/AM - SUDAM. Perfil do artesanato do Amazonas. Manaus: SEBRAE-AM/Programa de Desenvolvimento Empresarial e Tecnológico, 1969. 120 p. Segundo este estudo, 62% dos artesãos do estado encontram-se nesta situação. Quando desagregado, o percentual dos artesãos do interior – incluídos entre estes, os de origem indígena – se eleva para 82%.

²⁵ SHEPPARD et. al. Avaliação preliminar da sustentabilidade socioambiental da produção e comercialização do artesanato de arumã no Alto Içana. Relatório preparado para o ISA. Mimeo, julho de 2001.

materiais empregados no acabamento e na embalagem das peças) e dois dias inteiros para confeccionar um urutu grande.

Assim, deduzidos os itens cujos preços estão estabelecidos pelo mercado – como o combustível consumido, o frete pago no transporte da produção até São Paulo ou, ainda, os gastos com a administração de todo o processo –, o estabelecimento do preço de venda da produção artesanal Baniwa tem sido fixado pelo método de aproximações tentativas ao valor que, subjetivamente, atende “*ao que os produtores querem receber*”, como assinalado no Plano de Negócios para a comercialização do artesanato. Na prática, procura-se seguir uma “... política de preços que leve em consideração os custos no seu aspecto ótimo, os níveis de preço praticados pelos produtos similares e substitutos e que fortaleça a marca Arte Baniwa...”²⁶. Em julho de 2001, era a seguinte a composição porcentual do custo no atacado, da dúzia de urutus Modelo GG, vendidos em São Paulo:

Composição do custo da produção e comercialização do artesanato Baniwa

Item de Custo	Valor / dúzia (R\$)	Porcentual
Remuneração do artesão	204,00	78,40
Custos na fase de produção	3,48	1,34
Custos de administração	12,89	4,95
Custo de transporte	26,84	10,31
Imprevistos	4,32	1,66
Taxa de administração OIBI	8,64	3,32
Total	260,17	99,98

Fonte: OIBI, 2000.

Quando comercializado nestas mesmas condições em Manaus, o preço total tinha uma redução de cerca de 8%; e, em São Gabriel da Cachoeira, esta redução podia chegar a 10%.

Historicamente, o preço de urutus evoluiu de R\$ 18,00 a dúzia (preço praticado no mercado de São Gabriel da Cachoeira, antes da oficina de treinamento de Tucumã-Rupitã em 1999), para R\$ 58,00/dúzia (primeira venda para a Tok&Stok, 2000), atingindo R\$ 110,00 na atualidade (vendas realizadas para a Tok&Stok, até junho de 2002), sendo o produtor remunerado com aproximadamente 62% deste valor. Em termos econômicos, esta evolução

²⁶ ISA. Plano de Negócios, Arte Baniwa – Cestaria Indígena de Arumã do Rio Negro. Versão apresentada ao Fundo Nacional do Meio Ambiente / MMA. Coordenação de Carlos Alberto Ricardo e André Fernando. 2001, 48 pp.

reflete o êxito da comercialização no mercado de São Paulo e responde às expectativas de satisfação dos artesãos cadastrados.

Não obstante isso, a partir de 2001, a possibilidade de seguir incorporando aumentos ao valor unitário do produto começa a apresentar sinais de esgotamento, pelo menos no que se refere a sua compatibilidade com a política de margem de lucro do principal comprador da produção Baniwa. Na perspectiva deste comprador, há um preço ótimo que satisfaz a empresa dentro de seus critérios de remuneração. Acima deste limite, o produto tenderia a “encalhar”, e as condições da operação comercial teriam que ser revistas, sob o risco de deixar de interessar a empresa. De fato, à medida que a OIBI passou a aproximar o valor da produção artesanal aos critérios de satisfação dos produtores – associando os parâmetros subjetivos e objetivos de dimensionamento de custo comentados no tópico anterior –, o preço na prateleira das lojas se elevou a um valor acima da capacidade aquisitiva do consumidor típico. Esta circunstância desequilibrou o ritmo das vendas finais, com os cestos de menor tamanho sendo vendidos mais rapidamente do que os maiores.

O que acontece normalmente é que os agentes de mercado adotam uma política padrão para o estabelecimento do preço final do produto, não reconhecendo na prática os fatores que – por seu valor cultural e ambiental agregado, pela proposta de desenvolvimento social que encerra, ou qualquer outro que não estritamente comercial – o diferenciam de outros produtos similares. Na prática, esta política explicita uma compreensão apenas parcial do conceito de responsabilidade social no que diz respeito à origem do produto e aos produtores.

Para a Tok&Stok, importa ser identificada como uma empresa ecologicamente correta, um traço de sua imagem pública que vem sendo divulgado em seus catálogos e peças promocionais e expresso na divisão de objetos “campo na cidade”, uma linha que, em móveis e acessórios de decoração, valoriza a aparência e a origem natural das matérias-primas empregadas. Em relação ao artesanato Baniwa, a Tok&Stok reconhece, por exemplo, as dificuldades que encerram o transporte do artesanato desde as comunidades até São Paulo. Também considera que a aquisição mais freqüente de lotes menores – como rege sua política geral de compras – implicaria maior complexidade operacional para a OIBI, além da majoração de preços, devido à elevação do custo de transporte. Em sua visão, a “transgressão” dessas regras gerais constitui-se em uma concessão que visa a estimular o fortalecimento do empreendimento Baniwa.

Porém, e apesar da concessão feita, é ainda incipiente sua compreensão sobre as condições subjetivas e objetivas que cercam a produção destes artigos e sua inserção no mercado. Assim, ao nivelar os produtores destes artigos com produtores industrializados, sob o argumento de que esta é a “lei do mercado” e que organizações comunitárias artesanais devem se adaptar a elas, a empresa está, de fato, contribuindo indiretamente para fortalecer a situação de desigualdade em que vivem e produzem estas comunidades, reiterando as condições desvantajosas de inserção destes produtores no mercado.

Para contornar a discrepância entre o que é considerado “preço justo” para os Baniwa e “preço adequado” para o mercado, alguns artifícios começam a ser introduzidos. A primeira encomenda da Tok&Stok, em 2002, por exemplo, redefiniu a composição das duas meias dúzias que integram a unidade de produção, misturando cestos originários de dois conjuntos distintos: na nova dúzia formada, os dois cestos maiores, correspondem às duas peças maiores da dúzia “média” (isto é, a que começa com o diâmetro de 30cm), e os quatro restantes são provenientes da dúzia pequena²⁷. Desse modo, foi possível chegar a um preço intermediário ajustado ao poder aquisitivo dos consumidores desta loja.

5.4 – As operações de venda e o volume comercializado

Comparado com o ano de 1998, quando dentro da estratégia definida para implementar o projeto iniciou-se a identificação de varejistas, o volume anual de peças comercializadas vem apresentando grandes oscilações, como mostra a tabela a seguir.

Evolução das vendas de artesanato Baniwa

Ano	Volume (peças)	Valor (R\$)
1998	1 296	7 875,00
1999	1 260	10 201,11
2000	4 680	56 622,00
2001	2004	24 512,00
2002*	2 292**	21 033,00

Fonte: Instituto Socioambiental

*Até junho

** Mudança no tamanho das peças

²⁷ Esta alteração foi bem aceita pelos artesãos. Contudo, há que se considerar seu significado no contexto da inserção da produção artesanal no mercado. Depoimentos colhidos junto ao SEBRAE-AM indicam ser esta uma tendência de adaptação delicada e nem sempre feliz, pois, se permite o maior escoamento dos produtos artesanais, também abre espaço para sua descaracterização cultural ou, mesmo, utilitária.

Neste período, o pico de vendas, ocorrido em 2000, coincide com o lançamento nacional da marca Arte Baniwa, após as vendas realizadas nos anos anteriores ainda em caráter experimental. Este lançamento apoiou-se numa grande campanha de promoção, que contou com a edição de vídeo, exposição fotográfica, publicação de livro de bolso e inserção de matérias em cadernos especializados de jornais de circulação nacional. A queda nas vendas em 2001 – que atingiram apenas 43% do movimento registrado no ano anterior, numa proporção muito inferior às expectativas da OIBI –, seria explicada pelo esfriamento das atividades de divulgação, associado a uma relativa retração do mercado.

Considerando a experiência acumulada com a Tok&Stok, passado o boom de seu lançamento, o produto “diluiu-se” no interior das lojas, não se destacando dos demais produtos expostos. Esta empresa reconhece falhas em sua estratégia de promoção dos produtos artesanais, não somente dos de origem Baniwa, mas de todos os demais com os quais trabalha. Em parte, justifica a empresa, estas falhas são inerentes ao sistema *self-service* adotado, que prescinde da orientação de vendedores; e reconhece que a promoção do produto artesanal é discreta, ou seja, está quase que exclusivamente apoiada nas etiquetas que acompanham os objetos expostos, podendo ser mais dirigida, com a utilização de cartazes, impressos em sacolas e outros meios de comunicação.

Mas talvez o aspecto mais importante em relação às operações comerciais da OIBI resida em sua capacidade de estimular o aumento da produção anual de modo a manter um fluxo constante de vendas e atender à demanda potencial já identificada no Plano de Negócios. Segundo este Plano, há um mercado consumidor interno com poder aquisitivo e nível cultural capaz de absorver a produção artesanal Baniwa. Este mercado é atingido por empresas da área de decoração e artigos para a casa “... *interessadas num produto diferenciado, de qualidade, com valor cultural e ambiental agregado e cuja comercialização possa render, além de lucro financeiro, dividendos para sua imagem institucional*”.²⁸ A este mercado – que, por sua capacidade de realizar compras de grande porte e, portanto, de reduzir o custo unitário das operações comerciais e de transporte, ocupava a primeira posição na lista de clientes potenciais da OIBI –, agregava-se o nicho de vendas corporativas, constituído por empresas que, numa perspectiva de responsabilidade social, adquiririam o produto para consumo interno.

²⁸ Op.cit. nota 25, p27.

Dentro do primeiro nicho de mercado, a Tok&Stok é, ainda hoje, a principal empresa compradora, sendo responsável pela maior parte das vendas por atacado realizadas pela OIBI. Experiências pontuais foram também realizadas com o grupo Pão de Açúcar, em 2001, mas processo interno de reorganização desta empresa impediu que novas operações fossem feitas e, atualmente, este contato está praticamente abandonado. No segmento varejista, pequenas vendas têm sido feitas a lojas especializadas em artesanato, sobretudo em Manaus. Neste segmento, as peças entregues são predominantemente aquelas que se encontram fora do padrão de qualidade defendido pela OIBI ou, alternativamente, se originam de produtores não-cadastrados.

No nicho corporativo do mercado, duas operações foram feitas no ano de 2000: a primeira delas, com a Natura SA, para o fornecimento de embalagens para cosméticos, no lançamento da linha Ekos; e a segunda, para a Susano, numa operação de pequeno porte associada ao lançamento do papel, e que resultou na venda de cerca de 20 dúzias de urutus para serem usados como lixeiras de papel.

O limitado número de compradores e, sobretudo, a primazia de um sobre todos os demais, claramente, gera um grau de dependência que, a médio prazo, pode comprometer as relações dos produtores Baniwa com o mercado e, até mesmo, a viabilidade do empreendimento em todas as suas dimensões culturais, sociais e econômicas. A Tok&Stok, por exemplo, já se manifestou a este respeito, reivindicando a exclusividade na comercialização por atacado deste produto. Em realidade, esta empresa não se sente à vontade para impor cláusula de exclusividade na comercialização da produção Baniwa, embora tampouco se sinta confortável com a possibilidade de concorrência, que tenderia a banalizar o produto e a diluir o efeito de associá-lo a sua imagem pública. Nesta circunstância, a empresa optaria por suspender as operações. Na essência desta ambigüidade está o reconhecimento da expressão artística e cultural milenar – uma produção “*ingênua e genuína*”, não contaminada por modismos –, uma circunstância muito diferente da que se observa em outros produtos de origem artesanal, em relação aos quais a empresa aplica critérios de exclusividade total ou parcial.

Mas mesmo considerando a hipótese de que esta exclusividade viesse acompanhada de retornos positivos em termos dos objetivos que orientam o projeto Arte Baniwa – isto é, além de gerar renda para os artesãos e receita para a OIBI, divulgassem o valor cultural e ambiental agregado, diferenciando este produto de vários outros de origem artesanal –, ainda

assim haveria o risco de submeter à produção à ótica unilateral de apenas um representante do mercado.

Visando a reduzir este risco e não comprometer o nicho conquistado com a Tok&Stok, o ISA e a OIBI vêm analisando outras possibilidades de comercialização, entre as quais se incluem vendas avulsas e encomendas de pequeno porte via Internet e correio normal e exportação. Neste último caso, e contrariando a orientação de privilegiar o mercado interno, a estratégia visaria a contornar as dificuldades impostas pela reivindicação informal de exclusividade apresentada pela Tok&Stok, que restringem as possibilidades de privilegiar operações com grandes cadeias de varejistas. Tendo em vista o potencial do mercado externo, o ISA e a OIBI têm sido orientados pelo SEBRAE-AM em relação aos aspectos legais e fiscais da exportação²⁹, e, por meio de indicações da Visão Mundial, foram feitos contatos iniciais com compradores holandeses.

5.5 - Perspectivas para a produção artesanal Baniwa

Ao longo dos quase quatro anos de implementação do projeto, o ISA esteve à frente de praticamente todos os contatos comerciais de maior porte, não somente por desfrutar de uma rede de relações interinstitucionais e (inclusive) pessoais, que favorece a identificação de oportunidades, mas também pelas deficiências de infra-estrutura que ainda limitam a capacidade operacional da OIBI – e que se espera que sejam brevemente superadas com o término das obras e instalações do entreposto em São Gabriel da Cachoeira³⁰.

Se por um lado, ambas organizações avaliam a inexistência de restrições à demanda pelo produto – o que não significa que o mercado não precise ser ainda melhor explorado –, por outro, consideram que o “... *constrangimento maior à expansão do negócio é a própria oferta (do produto)*”³¹, estando a capacidade de produção ainda muito aquém da meta de colocar anualmente 1000 dúzias de cestos no mercado.

De fato, os registros da produção no ano de 2001 mostram uma produtividade individual ainda

²⁹ Cartilha editada pelo SEBRAE-AM lista 14 etapas do processo de exportação, várias das quais exigem o cumprimento de pré-condições jurídicas e organizacionais. Ver SEBRAE-AM. Artesanato: passo a passo para exportação. Edição SEBRAE, Manaus, 2001. 28 pp.

³⁰ Dificuldades de comunicação inscrevem-se entre estas deficiências. A OIBI está analisando as possibilidades técnicas e financeiras de instalação de um sistema de energia solar para suprir a intermitência no fornecimento de energia elétrica em São Gabriel da Cachoeira. Com este sistema, será possível manter-se permanentemente conectada à Internet. Além disso, o equipamento da sede com mobiliário permitirá o funcionamento regular do escritório.

³¹ Beto Ricardo, em entrevista concedida em 19 de maio, no escritório do ISA em São Gabriel da Cachoeira.

muito inferior à média atual do conjunto dos artesãos, que, como já se viu, foi de 4,48 dúzias/ano. Observando-se o volume entregue individualmente pelos 103 artesãos que participaram das vendas naquele ano, verifica-se que 24% produziram apenas uma dúzia de urutus; 60%, até quatro dúzias; 20%, entre 5 e 8 dúzias; e 16%, acima deste volume.

Reiterando estes dados, há indícios de que os constrangimentos ao aumento da produção decorrem do círculo vicioso do atual sistema de vendas por encomenda. Explicitada nos objetivos do projeto, a adoção do sistema de vendas por encomenda responde aos princípios de expansão horizontal da produção (envolvimento crescente do número de artesãos) e de manutenção da produtividade média compatível com a rotina da vida familiar e social das comunidades Baniwa. Por sua vez, estes princípios se fundamentam na expectativa de preservação da cultura tradicional.

Na prática, o sistema de encomendas impõe a descontinuidade do processo de produção comercial que, como já se viu, só é desencadeado mediante o pedido de compra; mas pode ser compreendido como uma contingência da atual capacidade operacional da OIBI, incluindo sua capacidade de comercialização. Neste sentido, percebe-se sua funcionalidade por evitar o comprometimento da organização com um volume de produção cujo escoamento mercantil ainda não está plenamente equacionado. Em outras palavras, isso significa que a capacidade produtiva do artesanato Baniwa está determinada pela capacidade de comercialização que, sendo ainda limitada, restringe as possibilidades efetivas de imediata expansão da produção, ou seja, o círculo vicioso criado pelo sistema de comercialização por encomendas³².

Nos patamares atuais, a meta de comercialização de 1000 dúzias anuais corresponde a quase dez vezes o volume de peças comercializadas em 2001. E, na perspectiva da aplicação do princípio de expansão horizontal, exigiria a incorporação de 80% dos homens Baniwa adultos. Este condicionamento implica o esforço concentrado no treinamento de artesãos que, mesmo sendo conhecedores das técnicas básicas do trançado, produzem num padrão de qualidade inferior ao que é exigido pela marca Arte Baniwa. Para manter este padrão, a OIBI tem promovido novas oficinas de treinamento todos os anos, guiadas pelo princípio de que “*O importante de tudo é produzir qualidade do que produzir quantidade*”.³³

Mas a exigência de qualidade, longe de ser uma questão meramente técnica, envolve

³² Esta percepção é compartilhada pelo ISA, que considera que o “*crescimento da produção está sendo embargado pela ausência de canais de comercialização*”. Beto Ricardo, nota anterior.

³³ FERNANDO, André. I Relatório da Oficina de Artesanato. Tucumã-Rupitã, 23 a 30 de abril de 1999.

aspectos subjetivos – *“fazer com vontade, com tranqüilidade e gostar do trabalho que faz”*³⁴ – e extrapola a finalidade comercial, envolvendo o reconhecimento da legitimidade da OIBI nas comunidades que ainda demonstravam níveis significativos de resistência ao projeto. Para estas, a ênfase na qualidade do produto se contrapõe ao sistema anterior quando *“... os regatões compravam de qualquer tamanho e qualidade...”*³⁵.

Conversando com professores de comunidades que não aderiram de imediato à experiência, foi possível associar esta resistência com a percepção em relação ao papel da OIBI neste empreendimento. Segundo esta percepção, caberia a esta Organização *“correr atrás do mercado”* para escoar a produção do povo, o que significaria, de fato, estimular a produção e o acesso de um número maior de artesãos aos benefícios da comercialização via OIBI.

Fortalecida pelos resultados positivos iniciais da comercialização, esta percepção não foi acompanhada, porém, de equivalente compreensão sobre a complexidade das operações comerciais – que, além da identificação de compradores potenciais, exige toda uma série de cálculos relacionados com a logística, de modo a propiciar resultados financeiros positivos – e gerou insatisfação com aquilo que aparentava ser um tratamento desigual entre os artesãos cadastrados e os não-cadastrados: enquanto para os primeiros estaria reservado o nicho “nobre” do sistema de comercialização, isto é, as vendas asseguradas pelas encomendas recebidas, para os demais, caberiam as oportunidades de venda em menor porte, surgidas no segmento das lojas especializadas em artesanato, vendas avulsas ou, eventualmente, o nicho corporativo.

Esta desigualdade, mais evidente na fase inicial do empreendimento, ainda é real, embora outras sejam as razões para sua existência. Na perspectiva da OIBI, nos primeiros anos, ela decorreu da adesão (ou rejeição) das comunidades à proposta de implementação de alternativas econômicas sustentáveis que rompiam com as relações de dependência aos regatões e patrões que ainda persistiam no imaginário de algumas comunidades. Atualmente, justificar-se-ia pela defesa da Arte Baniwa como uma marca que, além do valor cultural e ambiental agregado, tem efetivo valor comercial e pelas dificuldades ainda encontradas para manter um fluxo contínuo de encomendas. Na experiência acumulada, ambos fatores estão

Mimeo

³⁴ Idem.

³⁵ Encontro realizado em 19 de maio, no entreposto da OIBI, com professores das escolas rurais participantes do curso de formação continuada.

intrinsecamente associados. Peças fora do padrão respondem por cerca de 4% de “perda” relativa³⁶ da produção entregue em São Gabriel da Cachoeira.

O rompimento do círculo vicioso do sistema de encomendas depende, portanto, da capacidade de a OIBI realizar os objetivos sociais de sua estratégia econômica, isto é, identificar novas alternativas de venda, de modo a manter um ritmo mais ou menos constante de produção, e envolver maior número de artesãos sem perda dos atributos que caracterizam a marca Arte Baniwa. Somente assim, este produto estará qualificado para modalidades regulares de venda nos nichos de mercado já identificados ou que venham a ser incorporados no futuro próximo à sua carteira de clientes.

Pelo lado do mercado, aqui representado pela Tok&Stok, há um interesse genuíno de, inclusive, ampliar o volume comercializado anualmente. Para esta empresa, o artesanato Baniwa se diferencia de outros por sua qualidade, efeito plástico, e homogeneidade dos lotes adquiridos, além, é óbvio, de suas referências étnicas. Estas últimas atraem um consumidor também diferenciado que, à semelhança do que ocorre com os alimentos orgânicos, busca na aquisição deste tipo de produto a satisfação de suas necessidades objetivas e subjetivas. A adequada equação de preço e atributos intrínsecos favorece resultados positivos nas vendas a varejo. Além disso, o fornecimento via OIBI garante a regularidade e a quantidade dos estoques, condição esta importante para a política da empresa de manter a mesma variedade de artigos em todas as suas lojas. E, por último, mas não menos importante, contribui para consolidar sua imagem pública como empresa ecologicamente correta e socialmente responsável. Todos estes fatores traduzem a satisfação da empresa, fundamentando sua avaliação positiva sobre a possibilidade de comercializar um volume anual de aproximadamente 4600 peças, ou seja, 1600 conjuntos de três tamanhos de urutus e, inclusive, de experimentar outros produtos: balaios, peneiras e jarros.

6. IMPACTOS DA EXPERIÊNCIA NA CADEIA DE PRODUÇÃO, NA CULTURA E NO MEIO AMBIENTE

O quadro a seguir apresenta um mapa genérico dos impactos da experiência de comercialização do artesanato Baniwa, distribuindo-os segundo sua natureza (impactos econômicos, culturais, sociais e ambientais) e incidência (tomando-se como unidade de

³⁶ Esta perda é relativa porque não resulta na devolução do produto, mas apenas na sua não-inclusão no lote encaminhado para os grandes varejistas de São Paulo.

análise os artesãos e suas famílias, as comunidades onde vivem, as organizações diretamente envolvidas na experiência e a sociedade em geral). Para efeito de visualização, os impactos identificados estão graduados segundo a intensidade em que ocorrem: de mais forte (tonalidade mais escura) ao mais fraco (tonalidade mais clara), passando por duas posições intermediárias.

Natureza e incidência do impacto da comercialização da Arte Baniwa

Categoria/ subcategoria de impacto	Incidência			
	Artesãos famílias	Comunidade	Organizações	Sociedade em geral
1. Econômicos				
1a. Renda	■	▒	■	
1b. Estrutura econômica da cadeia produtiva	■			▒
1c. Economia regional				▒
2. Culturais/sociais				
2a. Resgate/valorização de tradição cultural		■		▒
2b. Identidade cultural e auto-estima		■		
2c. Organização social		▒	■	
2d. Relação entre gêneros	▒		▒	
3. Ambientais				
3a. Sustentabilidade das espécies vegetais usadas		■		

Em alguns casos, especificados nos tópicos explicativos a seguir, estes impactos são ainda muito incipientes e, por esta razão, configuram muito mais possibilidades ou tendências do que ocorrências já registradas.

6.1 - Impactos econômicos

6.1.1 – Geração de renda e benefícios financeiros

a) Renda para o artesão e economia familiar

A atividade artesanal é percebida como um trabalho mais agradável do que qualquer outro da experiência da população Baniwa (SHEPPARD et al., 2001), pois permite a sua realização no

ambiente familiar, sem quebra das condições de conforto as quais os artesãos estão acostumados (alimentação assegurada, convívio com os parentes, rotina diária mantida, etc.). Além disso, a renda auferida com esta atividade está determinada pela vontade/necessidade do produtor, regulando a proporção de tempo a ser dedicado em sua execução. Por si só, estes dois fatores pesam positivamente a favor do empreendimento, rompendo com a experiência de servidão que antecedeu à implementação do projeto. Na perspectiva da renda familiar, o Arte Baniwa também gera impactos positivos, como se verá a seguir.

Com base no preço das vendas realizadas para a Tok&Stok, em junho de 2001, os artesãos diretamente envolvidos nesta atividade obtiveram ganhos de R\$ 204,00/ dúzia do urutu grande. Considerando-se a meta de produção anual estimada pela OIBI (1000 dúzias) e a produtividade média dos artesãos (4 dúzias anuais), o empreendimento pode gerar um ingresso médio de R\$ 816,00 por artesão/ano, ou o equivalente a R\$ 68,00/mês. Este ingresso corresponde a cerca de 82% da renda média domiciliar da população de São Gabriel da Cachoeira³⁷.

Professores reunidos em São Gabriel da Cachoeira, para o curso de formação continuada do projeto de educação, testemunham que, embora de pequena monta, a renda auferida com a venda de produtos artesanais representa uma garantia para o sustento da família:

“O pai sente que pode sustentar a família, comprar roupas, comprar as coisas que precisa para trabalhar. O pai que não pode sustentar os filhos fica triste”³⁸.

Esta fala explicita bem em que dimensão da vida familiar a renda gerada é importante: na aquisição de produtos manufaturados e industrializados, já que a alimentação básica está garantida pela roça e pelas atividades de caça e pesca. O acesso a bens de consumo facilita os trabalhos ligados à subsistência familiar, aliviando o peso da lida na roça, da preparação de alimentos e das atividades de caça e pesca, pois possibilita a aquisição de implementos agrícolas simples (enxada, machado e facão, por exemplo), de utilitários para a casa (panelas, baldes, bacias, fornos de ferro – substituindo os antigos *póali* de cerâmica), além de lampiões, espingardas e munição, linhas e demais apetrechos de pesca. Além disso, a renda obtida com a comercialização do artesanato desobriga as famílias de destinar parte de sua produção alimentar para o escambo. Assim, o esforço realizado no trabalho na roça passa a ser

³⁷ Ver dados sobre renda domiciliar no item 6.1.3 a seguir.

³⁸ Depoimento de Raul, professor da Escola Páanhali, em São Gabriel da Cachoeira, no dia 16 de maio de 2002.

determinado apenas pelas necessidades de alimentação da família.

À guisa de precisar o significado desta renda, procedeu-se a um levantamento dos preços dos produtos predominantes na pauta de consumo dos Baniwa³⁹. A composição da “cesta” de consumo pode apresentar grandes variações, dependendo do tamanho da família, idade e sexo de seus componentes, e do conjunto de bens materiais sob sua posse (implementos agrícolas, utilitários domésticos, etc.), considerado seu estado de conservação e funcionamento. “O importante é levar um pouco de tudo...”⁴⁰, mas é óbvio o fator determinante para o estabelecimento de prioridades: a disponibilidade monetária. Em primeiro plano são adquiridos roupas, utensílios de cozinha, material de pesca, sabão, pilhas, querosene e sal; em seqüência, a lista de compra pode incluir relógio, rádio gravador, espingarda ou violão. Por último, e condicionada à possibilidade do artesão “aumentar” sua produtividade (envolvendo artesãos ajudantes sob sua titularidade), é possível realizar investimentos de maior porte, como a compra de uma rabetá.

Lista de preços de produtos adquiridos no mercado de São Gabriel da Cachoeira

Produto	Unidade / Tipo	Preço (R\$)
Alimentos		
Açúcar	Saca 30 kg	28,00
Sal	Saco 30 kg	10,00
Artigos de uso doméstico		
Bacia gde. alumínio	Unidade	45,00
Balde gde. alumínio	Unidade	40,00
Lampião querosene	Unidade	80,00
Lanterna	Unidade	3,50
Panela gde. alumínio	Unidade	40,00
Pilhas	Cx. 24 pares	15,00
Querosene	10 litros	10,00
Rede	Padrão médio	10,00 – 14,00

Produto	Unidade / Tipo	Preço (R\$)
Artigos de vestuário		
Calça jeans	Adulto	20,00 – 60,00
	Infantil	10,00
Camiseta	Adulto	8,00 – 25,00
	Infantil	3,00 – 13,00
Sandálias	Par	3,00
Material para caça, pesca e trabalho na roça		
Ancinho	Unidade	5,00
Enxada	Unidade	5,00
Espingarda	Unidade	620,00
Facão	Unidade	10,00
Linha de pesca	Carretel	2,50 – 8,00

³⁹ Os preços estão cotados no mercado de São Gabriel da Cachoeira e foram fornecidos por André Fernando e Irineu (OIBI), em entrevista realizada em maio de 2002, e por Antônio, índio Tuyuca, responsável por logística, em contato telefônico realizado em julho de 2002.

⁴⁰ André Fernando, em entrevista concedida em 18 de maio, em São Gabriel da Cachoeira.

	Punho nylon	25,00
Sabão em barra	Caixa 12 peças	35,00
Talheres cozinha	Jogo 6 p	10,00 – 15,00
Bens duráveis		
Rabeta c/ motor	Unidade	1200,00– 3000,00

Machado	Unidade	15,00
Malhadeira	Unidade	18,00
Outros artigos		
Tabaco	Rolo 1 kg	12,00
Violão	Unidade	240,00

Fonte: mercado de São Gabriel da Cachoeira – maio de 2002

Atualmente, cerca de 20% da população Baniwa brasileira é diretamente beneficiada pela comercialização do artesanato. A meta de capacidade anual de produção da OIBI abrange 80% desta população (cerca de 570 pessoas). E com o aumento e a regularização da produção, a OIBI espera poder dar início a uma etapa mais ambiciosa do empreendimento, a de estimular a poupança entre os artesãos. O pressuposto aqui é de que os resultados das vendas mais constantes poderão gerar um excedente que poderá ser canalizado para investimentos familiares de maior monta no futuro. Com o apoio da Secretaria do Trabalho do estado do Amazonas, foi iniciada a emissão da documentação civil dos artesãos exigida para a abertura de conta bancária.

b) – Qualidade da vida social em comunidade

Não há ainda mecanismos que propiciem benefícios diretos para as comunidades a partir da venda do artesanato. Na distribuição territorial da população Baniwa, as comunidades representam o conjunto das famílias aparentadas e residentes num mesmo assentamento. Não obstante isso, de maneira indireta e por força da tradição ética desse povo⁴¹, as comunidades com maior número de artesãos e/ou com maior volume comercializado usufruem da maior disponibilidade financeira de suas famílias.

Bens de propriedade individual ou familiar podem ser cedidos em caráter de empréstimo ou disponibilizados para o uso coletivo em situações especiais, como, por exemplo, o violão ou o

⁴¹ Sheppard et. al. Op. Cit. Neste estudo adiantam-se alguns comportamentos constitutivos da ética Baniwa. Em sua essência, o comportamento social deste povo estaria regido pelo senso de comunidade (também entendido como generosidade e bondade e que se traduz no oferecimento de comida “... mesmo quando tem pouca”); pela disciplina na organização do trabalho e na participação nos eventos da vida social em comunidade; e pela autonomia, cujo sentido mais profundo estaria dado pelo respeito à privacidade familiar e o temor a incomodar parentes e vizinhos com necessidades que, a princípio, podem ser atendidas autonomamente.

rádio-gravador em dias de festa; a espingarda, para uma caçada, ou, ainda, o lampião para iluminar as rodas de conversa no final do dia. O maior aproveitamento da produção alimentar também possibilita refeições comunais mais fartas. E, eventualmente, as famílias de uma mesma comunidade podem contribuir para a compra de bens coletivos – um lampião, o ralador de mandioca brava – ou para atender a emergências da comunidade⁴².

Na “Avaliação preliminar da sustentabilidade socioambiental da produção e comercialização do artesanato de arumã” (SHEPPARD, 2001), os autores chamam a atenção para a diferenciação social e econômica entre famílias de uma mesma comunidade e entre comunidades distintas que a experiência de comercialização do artesanato pode estar gerando. Esta diferenciação, conquanto possa vir acontecendo há muito tempo e independente da produção artesanal, manifesta-se pelos bens materiais disponíveis pelas famílias e, principalmente, pelo valor utilitário que eles representam no contexto da vida social. Assim, a posse de uma espingarda diferenciaria um homem do outro, da mesma forma que um forno diferenciaria uma família da outra.

Referências que sugerem este tipo de diferenciação social também foram ouvidas durante a reunião com professores de escolas indígenas da região. De acordo com alguns desses depoimentos, aquelas comunidades que ainda não participam do projeto ou que têm um número reduzido de artesãos participantes apresentariam sinais mais evidentes de pobreza. Esta diferenciação pode ser mais perceptível entre as comunidades localizadas no médio e baixo Içana – onde se concentram os artesãos cadastrados – e as do trecho alto deste rio, onde, das 150 famílias, apenas 20 artesãos participam esporadicamente das encomendas. Resistências ao sistema implementado pela OIBI e hábitos de relacionamento comercial desenvolvidos na época de explosão do garimpo explicariam a baixa adesão local ao projeto. A principal tendência de contraposição a estes fatores estaria, contudo, sendo determinada pelo crescimento demográfico destas comunidades, associada à menor fertilidade dos solos. Esta confluência de fatores configuraria um quadro de maior necessidade econômica, pressionando naturalmente a reversão das atuais resistências.

c) – Benefícios financeiros para a OIBI

Resultados positivos nas vendas têm representado uma fonte importante de recursos para a OIBI, respondendo, nos últimos três anos, por cerca de 30% de seu orçamento anual. Além de

⁴² Nestas circunstâncias, as famílias não-artesãs também contribuem, doando cotas de farinha.

cobrir seus custos operacionais, parcela significativa da receita apurada foi destinada à construção de uma casa de apoio logístico e pernoite na comunidade de Tunuí Cachoeira – localidade eqüidistante entre as comunidades do alto Içana e a cidade de São Gabriel da Cachoeira – e às obras de edificação e instalação do entreposto na sede desse município.

A partir da conclusão desta obra, a OIBI constituirá um fundo para financiar a aquisição do artesanato e criar um estoque para vendas avulsas ou encomendas de pequeno porte. Desse modo, será possível regularizar o ritmo de produção e beneficiar um número maior de artesãos, inclusive, os que ainda não estão cadastrados. O fundo também permitirá ativar a proposta de entreposto comercial. Por meio de compras realizadas no mercado de Manaus, a OIBI poderá levar até as comunidades as mercadorias demandadas pelas famílias indígenas, que terão acesso a estes produtos a um preço menor do que o praticado em São Gabriel da Cachoeira, via comercialização do produto artesanal ou pela troca de outros produtos (farinha, peixe moqueado, etc.).

6.1.2 - Impactos sobre a estrutura regional da cadeia produtiva

O impacto positivo mais importante da comercialização do artesanato Baniwa, em relação à estrutura regional da cadeia produtiva, recai sobre o desaparecimento da figura dos regatões. Na pior das hipóteses, este agente teve sua atuação limitada às poucas comunidades onde inexistem artesãos cadastrados ou estes são em número muito reduzido. As manifestações deste impacto podem ser percebidas pela conquista de autonomia na decisão de consumo – “*é dinheiro puro; figura de onça na mão*”, como se expressaram alguns jovens professores indígenas –, e na equivalência mais justa das trocas – “*antes era troca por coisas velhas, já usadas*”⁴³.

Em contraposição ao desaparecimento dos regatões, há indícios ainda muito tênues da formação de um novo tipo de agente comercial local: trata-se de artesãos que mantêm pequenos comércios informais nas aldeias ou que trocam sobras de artigos de consumo próprio com outras famílias da comunidade. Embora incipiente, esta é uma tendência que pode estar associada ao aumento artificial da produtividade média no trabalho artesanal, via arregimentação de artesãos não-cadastrados, como estratégia de acumulação. Seu desenvolvimento pode acelerar o processo de diferenciação socioeconômica no interior de comunidades.

6.1.3 – Impactos sobre a economia regional

A economia em São Gabriel da Cachoeira é caracteristicamente pouco desenvolvida, não apresentando dados relevantes em nenhum dos indicadores tradicionais. Os dados do IBGE para 1997⁴⁴ mostram, por exemplo, que das 55 empresas sediadas no município, a grande maioria atuava no ramo do comércio, reparação de serviços automotores, objetos pessoais e domésticos, e ocupavam, em média, 7,3 pessoas. Naquele mesmo ano, a massa de salários e remunerações no município atingia a cifra de quase R\$ 5 milhões que, repartidos pela população então registrada (quase 30 mil habitantes), representava um per capita de R\$ 172,00/ano, ou pouco menos de R\$ 15,00/mês por habitante. Tomando-se por base o tamanho da unidade domiciliar registrada naquele ano pelo IBGE (5,5 pessoas por domicílio particular permanente), pode-se estimar uma renda domiciliar mensal de cerca de R\$ 82,50.

Desde o ano de 1997, o projeto Arte Baniwa canalizou aproximadamente US\$ 305 mil, de aportes da cooperação nacional e internacional e, pelas vendas, pode ter ultrapassado a marca de R\$ 150 mil⁴⁵. Embora modestos, estes montantes são, ainda assim, muito expressivos sob o ponto de vista familiar, comunitário ou institucional, sobretudo quando confrontados com o contexto econômico regional, parco na oferta de trabalho e renda.

Neste sentido, é importante notar que, embora algumas comunidades recentemente instaladas nas proximidades da cidade – como Itacoatiara Mirim e Areal - pratiquem a venda de excedentes agrícolas (farinha de mandioca e feijão, principalmente) como estratégia de acesso a artigos de uso pessoal, doméstico e a alimentos não disponíveis pela caça e pesca, a atividade artesanal é, ainda hoje, a única fonte de renda da população Baniwa. Outro aspecto relevante é que, em sua maior parte, os recursos auferidos via comercialização do artesanato são consumidos na cidade de São Gabriel da Cachoeira, pelas compras realizadas no comércio local.

Impactos mais evidentes na economia regional provavelmente poderão ser observados a partir do início de operações regulares do entreposto. Além de mobilizar o setor artesanal, estabelecendo um fluxo mais constante de produção e, portanto, a geração de renda para um

⁴³ Encontro no dia 19 de maio com professores do curso de formação continuada acantonados no entreposto da OIBI.

⁴⁴ IBGE, Cadastro Central de Empresas 1998; Malha municipal digital do Brasil, Situação em 1997. Rio de Janeiro, IBGE, 1999.

⁴⁵ Somente com a Tok&Stok, as operações comerciais realizadas desde 1998 renderam pouco mais de R\$ 120 mil, em valores não atualizados.

número maior de artesãos, o repasse de mercadorias manufaturadas e industrializadas a preço de atacado (ou próximo a este), para a população indígena, ampliará sua atual e extremamente pequena capacidade de consumo.

6.2 - Impactos culturais e sociais

6.2.1 - Resgate e valorização de tradições culturais

O estímulo à produção artesanal para o comércio tem atuado como elemento de resgate e revalorização da cultura Baniwa, não só pelo inerente atrativo da geração de renda – que atua como fator de envolvimento de número crescente de pessoas das comunidades nesta atividade –, mas também pela disseminação das técnicas do trançado e da mitologia associada aos grafismos que, pouco a pouco, vinham se perdendo entre os mais jovens.

Embora em algumas comunidades haja uma aparente preponderância do primeiro fator (SHEPPARD et.al.2001)⁴⁶, parece não haver dúvidas de que a estratégia de organização da produção artesanal revelou uma sutil habilidade dos idealizadores do projeto, ao convidarem mestres artesãos para as oficinas de treinamento e ao introduzirem esta arte nas atividades didáticas desenvolvidas na escola Páanhali com os jovens de ambos os sexos aí inscritos.

A organização de oficinas de treinamento, orientadas principalmente pelo objetivo de estabelecer o padrão artístico e de qualidade da marca Arte Baniwa, trouxe consigo a revalorização de um dos papéis sociais atribuídos aos membros mais velhos das comunidades, qual seja, o de ensinar sua arte e tradição aos mais jovens. Segundo aquele mesmo estudo, a ação missionária teria tido o poder de abolir grande parte das tradições do povo Baniwa, que estavam associadas às festas e rituais. Referindo-se ao tempo que antecede à iniciativa de organizar a comercialização do artesanato, este estudo transcreve a fala de um dos membros da comunidade de Trindade (uma das que concentram maior número de mestres artesãos): “... *tudo mudou. Os instrumentos sagrados, as festas, o cashiri, a pagelança foram proibidos. (...) a proibição da festa teve um impacto negativo sobre o ensino do artesanato para os jovens ... (porque) Não tem mais aquela escola onde o aluno aprende cada coisa. Agora, o filho aprende olhando só o pai dele. Os velhos não mostram, só aprende olhando*”. Assim, seja por meio dos mestres artesãos ou das práticas desenvolvidas na escola

⁴⁶ Este estudo detectou que a produção artesanal da comunidade de Santa Rosa envolve um número de pessoas muito superior ao dos artesãos cadastrados, refletindo “... o desejo de ganhar mais dinheiro e a disponibilidade de deixar de lado outras atividades produtivas ou de lazer para se dedicar ao artesanato”.

Páanhali, a produção artesanal revitaliza a tradição cultural e contribui para o fortalecimento da identidade Baniwa.

Uma manifestação relevante do impacto do projeto em relação a este tópico vem de sua incorporação ao rol das atrações turísticas do estado do Amazonas, fazendo parte do catálogo de artesanato regional editado pelo SEBRAE.

6.2.2 - Identidade cultural e auto-estima

Não obstante o intenso esforço de promoção do Arte Baniwa, por ocasião de seu lançamento comercial – ocupando páginas de cadernos especializados nos diários de maior circulação do país, produção e distribuição de vídeo e a edição do livro de bolso, entre vários outros eventos realizados com o propósito de divulgar o valor agregado cultural e ambiental do produto –, o impacto do projeto é ainda maior no interior da própria comunidade e no cenário político social de seu entorno.

André Fernando avalia, assim, a mudança na identidade cultural de seu povo: *“Antigamente o povo Baniwa era visto como povo mal educado, que não sabia de nada. Isso deixava o povo Baniwa pra baixo, se escondia, negava sua origem. Depois do trabalho da OIBI, mudou. Hoje os índios querem mostrar que são Baniwa”⁴⁷.*

Identidade cultural e auto-estima são fomentadas pela visibilidade adquirida pelo trabalho realizado pela OIBI na organização social, representação política e desenvolvimento socioeconômico da população Baniwa e Kuripako. Ao lado das alternativas econômicas, que estão sendo analisadas em paralelo ao artesanato, a implantação da escola Páanhali desempenha papel chave na divulgação da cultura dos povos da bacia do rio Içana. Esta escola está situada na comunidade Tucumã-Rupitã, um local de referência na tradição cultural Baniwa, e foi implantada em 2000 com recursos do PRN gerenciados pela FOIRN. Desde a sua fundação, a OIBI participa de sua administração e coordenação pedagógica, sendo responsável pela prestação de contas dos recursos gastos. Seguindo a pedagogia de alternância, a escola tem atualmente 52 alunos inscritos, das etnias Baniwa e Kuripako, e conta com cinco professores permanentes, três dos quais com nível universitário.

É notório o impacto da orientação pedagógica da escola Páanhali sobre a identidade cultural e a auto-estima das populações indígenas. Além de promover a aprendizagem integrada por

⁴⁷ Entrevista realizada no entreposto da OIBI com André Fernando, Irineu e Mário, em 18 de maio.

temas, sua importância ultrapassa as fronteiras naturais dessas etnias, influenciando a política municipal de educação⁴⁸ e promovendo a articulação do saber tradicional com conhecimentos práticos importantes para a vida em comunidade e para a relação com a natureza e os recursos naturais. Segundo os depoimentos colhidos durante os trabalhos de campo realizados em São Gabriel da Cachoeira, alunos que haviam se transferido para as escolas da rede municipal estão regressando à Páanhali, pois aí sentem maior familiaridade com sua cultura e modo de vida.

Identidade cultural e aumento da auto-estima do povo Baniwa também se manifestam pelo interesse que as atividades da OIBI despertam na população de São Gabriel da Cachoeira – por duas ou três vezes, nos últimos anos, André Fernando foi convidado a dar entrevistas na rádio local, pronunciando-se sobre a cultura Baniwa e sobre o processo de organização da produção artesanal deste povo – e ainda pela maior facilidade de interlocução adquirida por esta organização, nas instâncias de poder e órgãos governamentais, e pelo convite a seus diretores para participar de seminários e grupos de trabalho sobre biodiversidade⁴⁹.

6.2.3 - Fortalecimento da organização social

a) – Consolidação das organizações indígenas

Se antes, o diferencial de identidade étnica e cultural era dado pelo baixo nível de escolaridade do povo Baniwa, atualmente se define positivamente a partir do grau de organização social alcançado.

Registro da Assembléia Regional do Rio Içana e Xié, realizada possivelmente no segundo semestre de 2000, sugere o esforço que vem sendo realizado pela FOIRN e pela OIBI desde 1980 para introduzir um conceito de organização social que foi moldado pela sociedade

⁴⁸ Até 1980, a rede municipal de educação estava majoritariamente concentrada na sede urbana de São Gabriel da Cachoeira, e nas áreas rurais existiam apenas as escolas mantidas pelos salesianos, nas quais se "... ensinava apenas o básico: leitura e matemática". O fechamento dos internatos mantidos por esta congregação levou à expansão da rede pública, a partir da implantação de classes de 1ª a 4ª série do ensino fundamental. Em 1996, dentro do projeto de educação (PRN), foi organizado o primeiro curso de formação de professores, e, no início deste ano (2002), foram graduados 40 professores Baniwa. A iniciativa da FOIRN, OIBI e ISA na educação pressionou a prefeitura a criar escolas em quase todas as comunidades da região do Içana, três das quais incluindo classes de 5ª a 8ª série. Atualmente, a escola Páanhali é reconhecida formalmente pela rede municipal, e continua irradiando mudanças na educação: os cursos de formação continuada atingem os 40 professores dessa rede que atuam nas escolas rurais e que, em sua absoluta maioria, são de origem indígena.

⁴⁹ Uma forma canhestra de reconhecimento da identidade indígena se manifesta no "Festribal", uma festa popular inspirada no Boi de Parintins. Nos últimos anos esta festa adotou o temário indígena nas alegorias e músicas. Apesar disso, o Festribal poderia ser qualificado (com muita generosidade) como uma pobre

externa e que, portanto, tem pouca correspondência com as formas tradicionais de organização social e política. Mais que uma abstração formal, a criação de associações comunitárias tem sido uma opção política, para dar vazão às necessidades dos povos indígenas da região do alto Rio Negro – “... *Concluimos que a associação é uma ferramenta dos brancos*” –, e se sedimenta na realização de ações concretas em seu benefício, “*Porque por causa disso é que ficamos mais organizados e começamos a conquistar espaço e desenvolver projetos segundo interesses que são muito diferentes da política partidária*”⁵⁰.

Esta tendência, registrada por Bruce Albert, caracterizaria a mudança ocorrida na virada da década de 80 para 90, quando os movimentos indigenistas passaram a se orientar mais por uma “etnicidade de resultados”, em contraposição à “etnicidade política” que teria marcado o período anterior. Em síntese, esta nova orientação se traduziria pela “... *busca de acesso ao mercado e, sobretudo, ao ‘mercado de projeto’ internacional e nacional, aberto pelas novas políticas descentralizadas de desenvolvimento (local/sustentável)*”⁵¹. Uma evidência disso é dada pela lista de ações empreendidas até o segundo semestre de 2000 pelas diversas organizações filiadas à FOIRN. Apenas como referência ilustrativa, vale a pena observar as ações executadas pela OIBI até aquela data, e que, à exceção das atividades relacionadas com o projeto Arte Baniwa, são representativas do trabalho empreendido pela FOIRN para consolidar o processo de organização social indígena⁵².

Tanto a FOIRN como a OIBI são percebidas local e nacionalmente como organizações sérias, que “... *conseguem colocar em prática alternativas de desenvolvimento sustentável*”.⁵³ O projeto Arte Baniwa fortalece a política da FOIRN neste campo e consolida a legitimidade dos diretores da OIBI nas comunidades representadas e em outros públicos. Corroborando as teses de Bruce Albert, estas organizações são vistas hoje como atores autônomos do

estilização da cultura étnica.

⁵⁰ Registro da Assembléia Regional do Rio Içana e Xié. Mimeo, s/d.

⁵¹ ALBERT, Bruce. Entre a nova Constituição e o ‘mercado de projetos’. Artigo publicado no site do ISA. Povos Indígenas do Brasil. Outubro de 2000.

⁵² Esta lista contemplava as seguintes ações: Apoio à reivindicação de terra, a partir do mapeamento de uso da terra, censo, demarcação física e levantamento socioeconômico das comunidades para a elaboração do projeto de Proteção e Fiscalização das terras demarcadas; Desenvolvimento do projeto Arte Baniwa, comunicação em radiofonia (das 16 comunidades articuladas, 10 já dispõem de estações de rádio), agricultura de subsistência, Escola Páanhali, transporte (Barco, bongo e voadeira e motores de popa), medicina tradicional; Apoio à formação e transporte dos Agentes Indígenas de Saúde e dos professores da escola Páanhali, por meio de cursos, oficinas e reuniões; Construção de dois postos de saúde nas comunidades de Tucumã-Rupitã e Canadá; Apoio à formação e organização do Conselho Local de Saúde do médio e alto Içana e Ayari; Construção da casa de apoio na comunidade de Tunuí Cachoeira e aquisição de terreno em São Gabriel da Cachoeira, para a futura construção do entreposto; Participação em cursos, reuniões, oficinas e seminários nas áreas de educação, saúde e biodiversidade na Amazônia.

⁵³ Entrevista com André Fernando, Irineu e Mário, no entreposto da OIBI, em 18 de maio.

desenvolvimento socioambiental regional, sendo capazes de negociar seus interesses a partir de suas próprias estratégias.

No que diz respeito à OIBI, é importante frisar que, sendo herdeira das primeiras lideranças do movimento indígena regional e por ser composta de membros jovens, a atual diretoria conquistou sua legitimidade pela habilidade política e competência administrativa com que tem conduzido o processo de organização da produção artesanal para venda. De fato, o respeito de que goza atualmente é fruto de um árduo trabalho empreendido ao longo de quase oito anos. Segundo diretores desta organização, depois de inflexões negativas motivadas por quedas dos resultados comerciais do artesanato, a “curva de reconhecimento” está de novo em fase ascendente. Estes bons resultados estabelecem condições favoráveis para a atividade política de promoção da organização social por parte da OIBI.

Desde o ano passado (2001) a OIBI tem liderado, juntamente com a FOIRN, o processo de constituição das coordenações regionais de associações, uma instância intermediária na estrutura da FOIRN e orientada a agilizar a implementação descentralizada de ações. Em maio do atual ano, foi formalmente criada a Coordenação das Associações dos Povos Baniwa, Werekena e Kuripaco, todas elas agregando as populações residentes das bacias dos rios Içana e Xié. Dentro desta nova configuração, a FOIRN articulará 10 federações regionais, entre as quais, a OIBI que, isoladamente, representa nove associações comunitárias.

O novo modelo de organização indígena permitirá à FOIRN dedicar-se mais à política de defesa dos direitos coletivos de seus representados, liberando-se da execução direta de projetos. Esta, passaria a ser responsabilidade das coordenações, reduzindo as intermediações burocráticas que existiam no modelo anterior⁵⁴. Mas seu principal mérito estará no fortalecimento político das articulações sub-regionais e na capacitação das lideranças intermediárias na gestão de projetos e ações, num efeito em cascata: sub-regionais fortalecidas deverão apoiar associações menores e emergentes no plano institucional e também na condução dos projetos.

A OIBI ocupa lugar de destaque neste novo contexto institucional, não apenas por ter sido uma das responsáveis pela idealização da proposta de reorganização interna da FOIRN, mas, sobretudo, por acumular a experiência mais consolidada de gestão de projetos entre todas as

⁵⁴ À guisa de ilustração, cita-se a experiência da escola Páanhali. Sendo parte do projeto de educação da FOIRN, a administração desta escola está a cargo da OIBI. No antigo modelo de organização, os recursos destinados à escola tinham que ser repassados pela FOIRN para a OIBI e eram sujeitos a uma dupla

demais associações indígenas da região. Neste sentido, desempenhará papel crucial na multiplicação da experiência do projeto Arte Baniwa para outras comunidades, etnias e produtos, transferindo as aprendizagens acumuladas.

Iniciativas neste sentido já vêm sendo implementadas ainda no âmbito direto da influência da OIBI, por meio de projetos de medicina tradicional (em parceria com a Universidade do Amazonas e orientado a registrar o conhecimento tradicional do processo das doenças, as formas de diagnóstico e tratamento, identificar medicamentos fitoterápicos e cultivar hortas medicinais), e de plantas de uso cosmético (visando a envolver o trabalho de moradores onde não há ou é muito escasso o arumã; o projeto encontra-se ainda em fase de pesquisa científica e conta com o apoio da Natura SA e do INPA). Extrapolando as fronteiras étnicas, já há demanda de maior aproximação da OIBI com os projetos de piscicultura e manejo florestal, que estão sendo implementados no alto Tiquié, e artesanato em cerâmica, muito desenvolvido entre as mulheres Tuyuca.

b – Impacto sobre o ISA: a prática que alimenta o sonho

O projeto Manejo Sustentável de Recursos Naturais nas Terras Indígenas do Alto Rio Negro é um dos principais componentes do PRN, um dos cinco programas em execução por esta ONG. Em oito anos de implementação, o PRN contabiliza resultados significativos, tais como a demarcação de 10,6 milhões de hectares em cinco terras indígenas contíguas, levantamentos socioeconômicos, mapeamento de uso do solo e de recursos naturais, estudos de sustentabilidade de espécies botânicas e experiências-piloto de organização de alternativas econômicas sustentáveis, todas elas estruturando as condições necessárias para o planejamento de novas ações com potencial de impacto regional ampliado.

Exercendo a coordenação técnica do PRN, o ISA desempenha oito tipos de funções específicas⁵⁵, que se desdobram em um número enorme de ações diversas e envolvem uma equipe permanente composta por cerca de duas dezenas de profissionais, além do pessoal de apoio administrativo e logístico (estes últimos lotados em São Gabriel da Cachoeira),

prestação de contas: da OIBI para a FOIRN, e desta para os financiadores.

⁵⁵ São elas: a) desenvolver e manter relações interinstitucionais, em especial com as organizações parceiras; b) formular e encaminhar projetos; c) elaborar relatórios narrativos e monitorar os gastos do Programa; d) propor e viabilizar desdobramentos futuros; e) produzir e disponibilizar informações sobre a região e as atividades do Programa; f) conceber e editar publicações relativas à região e aos projetos/ações desenvolvidos; g) promover a articulação entre as equipes e as atividades dos diferentes projetos do Programa e do ISA; h) articular e mobilizar uma rede de pesquisadores e colaboradores externos. ISA. Programa Rio Negro. Projeto Manejo Sustentável de Recursos Naturais nas Terras Indígenas do Alto Rio

consultores e pesquisadores, que agregam valor ao trabalho realizado, e outros membros da equipe institucional que atuam em temas transversais.

A implementação do PRN exigiu a instalação de uma base de apoio em São Gabriel da Cachoeira. Na atualidade, esta base conta com instalações para escritório, casa de hóspedes para alojar funcionários e visitantes, garagem para voadeiras e jipe, além dos equipamentos necessários para o adequado desenvolvimento das atividades de campo.

Por meio de observação direta, de conversas com diferentes membros da equipe e com visitantes que se encontravam em São Gabriel da Cachoeira por ocasião dos trabalhos de campo, e das referências feitas pelos diretores da OIBI, foi possível perceber que o ISA constitui um agente importante no contexto local, uma organização que traz inovações em diferentes planos (da política, das relações pessoais, das idéias e das metodologias), diferenciando-se de todos os demais agentes externos que atuam na área. O escritório do ISA é ponto de referência para muitos que chegam à cidade, e é grande a movimentação de índios, consultores e pesquisadores.

O projeto Baniwa faz parte das muitas iniciativas em andamento e impacta o ISA em pelo menos duas dimensões: técnica e institucional. Na dimensão técnica, esta iniciativa impõe desafios difíceis de enfrentar, como a perspectiva de experimentar em caráter piloto alternativas econômicas, sociais e ambientalmente sustentáveis, visando a fundamentar políticas públicas em escalas adequadas para, de fato, beneficiar a população indígena da região. Este desafio se traduz no *“exercício de oportunidades, sem perder de vista as irredutibilidades das partes envolvidas”*, conforme se expressa Beto Ricardo, coordenador do PRN. Na prática, isto significa identificar os pontos de convergência entre os interesses dos diversos atores envolvidos para estabelecer plataformas demonstrativas.

Para responder às demandas surgidas no âmbito desse projeto, o ISA ampliou sua equipe, incorporando uma profissional para o acompanhamento cotidiano dos contatos comerciais, além de consultores diversos para os estudos de mapeamento da incidência e sustentabilidade do arumã, elaboração do plano de negócios, edição de materiais de promoção do produto, etc. Em síntese, o ISA está empenhado na configuração deste empreendimento como uma experiência demonstrativa capaz de gerar aprendizagens úteis

não somente para os povos da região do alto Rio Negro, mas também de outras comunidades étnicas ou não, que têm no artesanato uma fonte de geração de renda.

É aqui que se estabelece a conexão com o impacto no plano institucional: ao se consolidar, o projeto Baniwa materializa a crença do ISA na interdependência entre a sociodiversidade e a biodiversidade e, simbolicamente, encarna o “gesto para o futuro” com o qual quer ser identificado.

c - Amadurecimento dos conceitos e práticas da Tok&Stok relacionados com a responsabilidade social corporativa

Ao lado da oportunidade de fixar sua imagem pública como empresa social e ambientalmente responsável, a comercialização da produção Baniwa contribuiu para a empresa investir mais atenção às suas práticas relacionadas com o conceito de responsabilidade social. Neste sentido, reconhece como crucial a pressão que vem sendo exercida pelo ISA, no sentido de explicitar o papel das empresas na cadeia produtiva (*“É só mercado? Que capital social resulta destas parcerias?”*⁵⁶) e, mais especificamente, seu poder de, pela promoção do valor cultural e ambiental agregado de produtos com as características do artesanato Baniwa, influenciar mudanças em políticas públicas.

Também reconhece que, até o momento, sua contribuição nesta perspectiva foi ainda tímida, restringindo os benefícios da relação comercial com a OIBI à compreensão das condições mais gerais que cercam a produção artesanal Baniwa (dificuldades e custo de transportes e necessidade de vendas fechadas em grandes partidas) e à manutenção de um canal para o seu escoamento.

Se, por um lado, esta percepção contribuiu para criar uma pequena diferenciação do produto artesanal em relação ao conjunto de artigos comercializados por esta empresa, por outro, e por força das contradições que explicita, influenciou a configuração do interesse em relação à internalização de conceitos e práticas mais consistentes com a promoção de alternativas social, econômica e ambientalmente responsáveis e solidárias.

Recentemente, a empresa constituiu o Comitê de Responsabilidade Social, uma instância interna com a tarefa específica de revisar as peças publicitárias criadas para a divulgação dos produtos artesanais – cada um dos quais, e de acordo com a sua origem, é denominado como

⁵⁶ Beto Ricardo, em entrevista concedida em 19 de maio, no escritório de São Gabriel da Cachoeira.

um projeto específico. A existência desse Comitê abre espaço para o debate interno sobre os conceitos de responsabilidade social e a proposição de estratégias mais consistentes com a política de comercialização da produção artesanal comunitária.

6.2.4 - Mudanças na relação de gêneros

Algumas mulheres Baniwa já estão se envolvendo direta ou indiretamente com a produção do artesanato, mas esta continua sendo uma atividade tipicamente masculina, sendo a presença feminina pontual, localizada e ainda percebida como secundária⁵⁷, na medida em que a titularidade da produção recai sobre o homem artesão.

Apesar da incipiência desse processo – o que impede a identificação de tendências relevantes diretamente sob a influência da produção artesanal –, há indícios de estar em curso uma sutil mudança na divisão tradicional de papéis entre homens e mulheres. Dois fatores contribuiriam para isso: de um lado, meninas Baniwa estão aprendendo a arte da cestaria na escola Páanhali e podem, no futuro, vir a integrar o contingente de artesãos; de outro lado, estão sendo ampliados os espaços públicos de participação da mulher no âmbito do movimento indígena regional.

A ampliação da presença feminina nos espaços públicos foi desencadeada por volta de 1997/98 com a implementação do projeto ‘saúde da mulher’, um dos componentes do PRN, possibilitando sua aproximação com o movimento indígena da região do alto Rio Negro. Em outubro de 2000, uma mulher foi eleita para a diretoria da FOIRN; em janeiro de 2002 foi realizado o primeiro encontro de mulheres indígenas da região; e, em maio passado, foi criado, no âmbito desta organização, o Departamento Feminino, com a missão central de gerir um fundo de pequenos projetos⁵⁸. Este fundo, provisoriamente denominado de “Assunto de Mulheres”, deverá financiar pequenos empreendimentos liderados por mulheres e voltados para a geração de renda: roça, casas de farinha (fornos) ou artesanato em cerâmica, uma especialidade feminina com potencial econômico ainda pouco explorado. Parece claro que as iniciativas em curso fortalecem o papel da mulher na comunidade e podem, por esta razão,

⁵⁷ Hoffman, durante a pesquisa de campo, presenciou a participação ativa de mulheres em todas as etapas da produção artesanal, incluídos a extração e o preparo das matérias-primas. Em seu relato, assinala que, na comunidade de Pupunha/Bela Vista, a maior parte da produção estaria sob o controle feminino.

⁵⁸ O fundo foi constituído com um capital de empréstimo de US\$ 200 mil aportados pela Horizonte3000. Além deste valor, estão previstos recursos específicos para sua administração e capacitação. A concepção geral do fundo se apóia na experiência do Arte Baniwa: as mulheres de cada comunidade irão identificar as atividades com maior potencial; “mestres” nas atividades escolhidas irão determinar o padrão de qualidade; as associações, com o apoio das federações, identificarão mercados e promoverão a comercialização.

contagiar outras dimensões da vida em família e em comunidade.

No que se refere especificamente à mulher Baniwa, é notório o conhecimento que ela detém sobre a biodiversidade, a saúde das crianças e as ervas medicinais, a alimentação e a culinária. Estudos realizados sobre o manejo da mandioca na região do Içana, por exemplo, indicam que as mulheres conhecem cerca de 74 variedades da mandioca, sendo 30 variedades normalmente cultivadas nas roças familiares. As mulheres são também exímias fabricantes de farinha e de todos os derivados da mandioca e detentoras de sólido conhecimento sobre a evolução das doenças, formas de diagnóstico e tratamento natural. A partir da constituição do fundo de pequenos projetos, todas estas habilidades encontrarão espaço para se desenvolverem e gerarem renda adicional para as famílias.

6.3 - Impactos ambientais: a sustentabilidade das espécies vegetais utilizadas na produção artesanal⁵⁹

Na “Avaliação preliminar da sustentabilidade socioambiental da produção e comercialização do artesanato de arumã no alto Içana” (SHEPPARD et al., 2001), os autores descrevem a interdependência que existe entre a extração do arumã para a produção artesanal e as necessidades de subsistência familiar: *“Tanto nas suas funções econômicas tradicionais (preparação de alimentos de mandioca), quanto nas suas funções ecológicas (regeneração em roças), o arumã tem papel íntegro no ciclo produtivo Baniwa, criando uma espécie de ‘feedback’ positivo: os Baniwa fazem roça para produzir mandioca, que resulta em regeneração secundária de florestas, que produz arumãzais, que são explorados para produzir artefatos de arumã, que são utilizados no processamento da mandioca, para o qual é preciso fazer roça...”*⁶⁰.

Este ciclo, que há milênios vem se reproduzindo em aparente equilíbrio, configura uma das estratégias desenvolvidas pelos Baniwa para se adaptarem a um ambiente natural relativamente pobre e tirarem o melhor proveito dos recursos disponíveis. O arumã, uma das principais espécies vegetais empregadas no artesanato Baniwa, é típico das áreas úmidas da floresta tropical e, na região, apresenta entre cinco e seis variedades, das quais, apenas duas são mais intensamente utilizadas na produção artesanal: a Póapoa Kantsa e a Halépana. Estudos desenvolvidos pelo ISA mostram que o arumã é encontrado em maior ou menor

⁵⁹ Este tópico resume de maneira muito breve as principais conclusões dos estudos elaborados pelo ISA sobre a sustentabilidade e o manejo do arumã. Para maiores detalhes, ver HOFFMAN, 2001, ISA, 2000; SHEPPARD, 2001; e VAN der VELD, 2001.

quantidade em uma variedade grande de ambientes, exceto nas áreas de caatinga, sendo o Póapoa Kantsa mais freqüente no trecho do médio Içana (entre as comunidades de São José e Tucumã-Rupitã), e o Halépana, acima da comunidade Jandú-Cachoeira, no trecho alto deste rio. De todo modo, as comunidades abrangidas pelo projeto Arte Baniwa têm acesso a esta espécie em áreas que, em termos médios, distam dos assentamentos entre 30 minutos e duas horas de caminhada.

Estes estudos, conquanto se autodefinam como preliminares, apontam para a inexistência de impacto negativo sobre a disponibilidade do arumã na região, sobretudo por identificarem a sua capacidade de se regenerar naturalmente (após a extração de suas hastes) e de colonizar áreas abertas para o plantio das roças. Cálculos preliminares chegam, inclusive, a estimar que cada roça em descanso (cujo ciclo de rotação chega a até seis anos) pode gerar arumã em quantidade suficiente para suprir as necessidades de produção artesanal da família por um ano (HOFFMAN, 2001). É claro que este cálculo se assenta nas informações disponíveis sobre a distribuição geral da espécie (e de suas variedades) no território abrangido pelo projeto Arte Baniwa, podendo apresentar variações significativas de comunidade para comunidade, dependendo da tipologia e do nível de irrigação do solo, bem como da intensidade de sua exploração. Evidências de escassez desta espécie foram, por exemplo, registradas nas comunidades de Santa Marta e Juivitera e, provavelmente, em Tapira-Ponta, Arapaco e Tarumã (situadas no médio Içana) – que, por esta razão, pouco participam do projeto – e ocorrência mais distante foi identificada nas comunidades de Pupunha/Bela Vista, exigindo alguns dias de viagem para ser extraído. Apesar disso, é alto o índice de participação destas comunidades no projeto. Em todas as demais, as duas variedades de arumã mais utilizadas são abundantes e, em alguns casos, até percebidas como “praga”.

Mas, considerando que a velocidade de crescimento da planta e de reposição das hastes extraídas é alta (podendo variar entre seis meses a um ano), estes estudos concluem pela não necessidade de medidas específicas para aumentar a presença da espécie na região; e mesmo nas áreas onde esta presença é menos intensa, estas medidas implicariam manejo simples, tais como o corte seletivo das hastes, e/ou o repovoamento dirigido nas próprias roças e capoeiras, não exigindo esforços adicionais dos índios.

Em relação às demais espécies vegetais, empregadas na produção artesanal como fixadores, corantes, cipós e fibras para acabamento e amarrações, tampouco foi identificado risco

⁶⁰ SHEPPARD et.al., op.cit, p28.

iminente; todas elas apresentaram uma relativa variedade que permite o uso alternativo, conforme sua disponibilidade ou intensidade de ocorrência, nas áreas próximas aos assentamentos. Contudo, algumas espécies corantes (como o Kerawídzo, preferido por sua tonalidade vermelho-ocre), ou algumas variedades de cipó (como o Heeríwai), estão praticamente desaparecidas ou apresentam baixa ocorrência. Seja pelo valor estético ou pela qualidade que incorporam ao produto final, os estudos citados recomendam seu manejo e repovoamento.

Em síntese, e no que diz respeito à utilização das espécies vegetais, não há indícios de impacto negativo da atividade artesanal, conquanto não se rompa o “ciclo socioeconômico/socioecológico” que mantém em equilíbrio a relação homem x natureza na bacia do Içana. Não obstante isso, SHEPPARD et al. comentam sobre o impacto ambiental indireto que o maior acesso a bens industrializados pode gerar, sobretudo as armas de fogo e os apetrechos de pesca (entre os quais se destacam as malhadeiras), que, por sua efetividade, podem levar à redução da caça e da pesca e, por fim, à necessidade de terem de ser substituídos na pauta alimentar dos Baniwa.

7 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Iniciativas de organização da produção artesanal vêm sendo empreendidas de modo sistemático por instituições governamentais e não-governamentais desde a década de 70, como estratégia para a inserção da força de trabalho que não encontra meios de prover suas necessidades de sobrevivência no núcleo hegemônico da economia. De comum, estas iniciativas apóiam-se na estratégia do associativismo/ cooperativismo e em instrumentos especificamente desenhados para ampliar o acesso ao capital, a práticas eficientes de gestão e de comercialização. Desde então, a proliferação de associações artesanais vem refletindo o empenho de enfrentar o desafio de modernizar esta atividade e de inseri-la na economia de mercado.

Nem todas os empreendimentos constituídos sob a égide destas intenções foram, porém, bem-sucedidos; mas, aqueles que se destacaram como exitosos⁶¹, guardam em comum as seguintes características:

⁶¹ Maior detalhamento de experiências de cooperativas artesanais pode ser visto em Fundação João

- i) foram organizados autonomamente, mantiveram relações de independência com organismos de assistência técnica e apoio financeiro e dispõem de mecanismos de gestão transparentes e democráticos;
- ii) os grupos articulados são homogêneos, seus integrantes têm origem social e/ou cultural similar e compartilham um mesmo conjunto de valores, visões e expectativas;
- iii) os empreendimentos se constituíram e se desenvolveram a partir de um conjunto de conhecimentos práticos de domínio coletivo ou de fácil transmissão social, acumulados ao longo de muitas gerações e calcados no aproveitamento dos recursos econômicos locais (meio ambiente e/ou base econômica local) ou de fácil acesso pelo mercado;
- iv) os resultados financeiros indicam que estes empreendimentos lograram estabelecer articulações sólidas com o mercado, a partir de uma eficiente administração dos custos de produção e dos preços de venda e de uma adequada distribuição das receitas apuradas, beneficiando tanto os artesãos associados quanto a própria consolidação do empreendimento.

Analisado à luz desses fatores, o projeto Arte Baniwa, com pouco mais de quatro anos de implementação, reúne vários atributos de êxito, entre os quais, os seguintes ganham evidência:

- A clara e intencional articulação de uma prática milenar com o objetivo de gerar renda a partir do uso de recursos naturais disponíveis. A produção artesanal preserva, assim, o conhecimento da botânica e da ecologia do arumã, dos procedimentos necessários para preparar a matéria-prima e das técnicas do trançado, reproduzindo a cultura tradicional num novo contexto socioeconômico. As matérias-primas empregadas são disponíveis (em sua maior parte e em quantidades confortáveis) nas imediações dos assentamentos populacionais e são de fácil reprodução nas clareiras abertas para o plantio das roças, que garantem a subsistência alimentar das famílias, preservando o equilíbrio da relação homem e natureza.
- A adequada inserção da atividade produtiva orientada para o mercado, no contexto da vida social em família e em comunidade, estabelecendo uma convivência pacífica entre ambas. Esta mesma característica proporciona a inclusão social da população Baniwa à sociedade envolvente, sem ruptura de seus valores tradicionais.

- O princípio da expansão horizontal da produção, reiterando o equilíbrio entre produção para venda e vida social, e possibilitando a inclusão progressiva de novos artesãos no empreendimento.
- A transparência na definição das normas que regem as relações comerciais entre os artesãos e a OIBI, e destas com os compradores, garantindo a efetividade dos objetivos propostos e a legitimidade dessa organização em sua base social.
- A adequada administração dos custos (nos itens em que há possibilidade efetiva de apropriação de valor), que possibilita a geração de renda familiar para os artesãos num contexto de ausência quase total de outras alternativas econômicas, e de receita institucional, que amplia a capacidade de atender autonomamente às necessidades operacionais da organização indígena.
- A assessoria próxima, respeitosa e responsável prestada pelo ISA, possibilitando o amadurecimento da OIBI na busca de soluções adequadas à cultura indígena e o encaminhamento oportuno de suas necessidades políticas, institucionais e técnicas.

Entre os fatores limitantes da experiência, ganham destaque:

- A dificuldade de traduzir adequadamente o valor cultural e ambiental agregado ao produto em preço para o mercado. Os referentes adotados até o momento, quando não têm caráter meramente simbólico (o preço de artigos manufaturados e industrializados demandados pelas famílias dos artesãos), são parametrizados pelo mercado (o poder aquisitivo dos consumidores finais). Esta dificuldade reduz a possibilidade de defender princípios de justiça e solidariedade nas relações comerciais, a partir de parâmetros compreensíveis para o mercado e a sociedade em geral.
- A fragilidade que subsiste na comercialização do artesanato, ainda muito dependente de um único comprador de porte. Esta dependência introduz vulnerabilidade ao empreendimento diante das exigências de mercado e/ou dos interesses particulares de um único ou de poucos agentes do mercado.
- A opção pelo sistema de produção por encomenda que, quando combinada com a reduzida carteira de compradores, impõe ritmo descontínuo à produção e restringe as possibilidades efetivas de expandi-la horizontalmente na velocidade desejável.

Não obstante as dificuldades que ainda enfrenta, a experiência do projeto Arte Baniwa aporta aprendizagens relevantes para todas as iniciativas que visam à inclusão de produtos de origem cultural na esfera do mercado, de forma social, econômica e ambientalmente sustentável. Embora muitas destas aprendizagens também possam ser observadas em outras iniciativas, que se valem da produção artesanal como alternativa de trabalho e de geração de renda para grupos sociais excluídos, em sua essência, a experiência do projeto Arte Baniwa contém elementos que mais facilmente podem ser apropriados por empreendimentos que envolvem populações tradicionais ou que, por seus atributos conceituais, guardam maior proximidade com o que caracterizaria a produção artesanal genuína, vale dizer aquela na qual *“...há autonomia de organização do trabalho e de escolha da matéria-prima, de instrumento e do produto a ser produzido e onde a qualificação é feita a partir de conhecimentos que se confundem com a experiência (...) onde produção e consumo são complementares e o trabalho se fixa no objeto em uma relação imediata e concreta entre sujeito e produto final”*⁶².

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ALBERT, B. Entre a nova Constituição e o 'mercado de projetos'. <http://www.socioambiental.org>. Povos Indígenas do Brasil. Outubro de 2000.

ALBUQUERQUE, J.G. ISA. Relatório da III Oficina pedagógica para professores Baniwa Kuripako. São Gabriel da Cachoeira, maio de 2001. Mimeo, 2001, 28 p.

BRESLER, R. e OLIVEIRA, F. Projeto Arte Baniwa: encontro de saberes e desenvolvimento sustentável no Rio Negro. Relatório da visita de campo do Programa Gestão Pública e Cidadania (EAESP/FGV e Fundação Ford) preparado para o ciclo de premiação de 2001. Mimeo, São Paulo, 2001.

FERNANDO, A. OIBI. Alternativas sustentáveis e econômicas. Projeto Arte fibra de arumã indígena Baniwa. I – Relatório da oficina de artesanato, período 23 a 30 de abril de 1999. Mimeo, Tucumã-Rupitã, 1999, 10 p.

_____. Relatório da VI Assembléia Geral da OIBI. Mimeo, s/d, 8 p.

_____. Programa Baniwa de desenvolvimento sustentável e econômico. Relatório da OIBI/2001 – Projeto Arte Baniwa. Atividade: Pesquisa de arumã e II Oficina de Artesanato, período 14/01 a 18/02 de 2001, área da OIBI, Tucumã. Mimeo, 200

- _____. - ISA / MEC-SEF. Povos indígenas do Alto e Médio Rio Negro. Uma introdução à diversidade cultural e ambiental do noroeste da Amazônia Brasileira. Mapa-livro. 1998. 128 p.
- FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, Belo Horizonte – Centro de Estudos Políticos e Sociais. Associações populares e agências Governamentais: as relações do Estado com a economia dos pequenos. Belo Horizonte, 1986. 2 v.
- HOFFMAN, D. ISA. As plantas e a cestaria Baniwa. Mimeo, 2001, 65 p.
- _____. Arumã no alto Rio Negro: perspectivas para o manejo. Mimeo, 2001, 54 p.
- IDOETA, C.A. ISA. Artesanato Baniwa – Plano de negócios. Mimeo, maio de 2001, 6 p.
- ISA. Plano de Negócios, Arte Baniwa – Cestaria Indígena de Arumã do Rio Negro. Apresentado ao Fundo nacional do Meio Ambiente/MMA. Em parceria com a OIBI. Mimeo, 2001, 47 p.
- _____. Programa Rio Negro. Projeto Manejo Sustentável de Recursos Naturais nas Terras Indígenas do Alto Rio Negro. Relatório de atividades, período ano 2000. Parceria ISA/FOIRN. São Paulo, maio de 2001, 17 p.
- _____. Programa Rio Negro. Arumã no Rio Negro. Revisão bibliográfica da pesquisa de arumã no Rio Negro. Uma proposta de pesquisa com objetivo do manejo sustentável de recursos naturais e domesticação desta matéria-prima. Mimeo, São Gabriel da Cachoeira, 2000, 19 p.
- _____. Coletânea de matérias publicadas em jornais e revistas, sobre a Arte Baniwa.
- OIBI. Resumo das vendas de urutus – Produção Arte Baniwa, 2000. Mimeo, s/d, 6 p.
- RICARDO, B. Arte Baniwa. FOIRN-ISA. São Gabriel da Cachoeira – São Paulo, 2000. 64 p.
- SEBRAE/AM. Catálogo do Artesanato do Amazonas. Edição SEBRAE. Manaus, 1999, 83 p.
- _____. Artesanato: passo a passo para exportação. Manaus, 2001, 28 p.
- _____. - SUDAM. Perfil do artesanato do Amazonas. Manaus: SEBRAE-AM/ Programa de Desenvolvimento Empresarial e Tecnológico, 1969, 120 p.
- SHEPPARD, G. et al. ISA. Arte Baniwa: Avaliação preliminar da sustentabilidade socioambiental da produção e comercialização do artesanato de arumã (*Ischnosiphon spp.*) no alto Içana. Mimeo, julho de 2001, 51 p.
- SILVA, F.P.E. da. Relatório da Escola Baniwa Kuripako Páanhali. Mimeo, s/d, 3 p.
- Saúde, nutrição e meio ambiente no rio Tiquié. Boletim do Projeto Pesquisa Dirigida “Saúde, Nutrição e Assentamento” – ISA / Comunidades/FOIRN/FINEP. número 1, Ano 1, fevereiro de 2002.
- VAN der VELD, P. ISA. Pesquisa de domesticação de arumã: implantação de uma área experimental em Itacoatiara Mirim. Mimeo, São Gabriel da Cachoeira, janeiro de 2001, 4 p.

PESSOAS ENTREVISTADAS

- ISA: Beto Ricardo: coordenador do Programa Rio Negro
Joana Reiss Fernandes: equipe do PRN, responsável pela assessoria nos contatos comerciais
Marta Azevedo: coordenadora do Projeto Educação / PRN

- OIBI:** André Fernando: presidente
Irineu: vice-presidente
Mário: secretário
- SEBRAE-MA:** Ricardo Sampaio: ex-coordenador de artesanato
Clarisse: coordenadora de artesanato
Marcos: assessor de marketing
- Tok&Stok:** Ademir Bueno, funcionário responsável pelas operações comerciais com a OIBI (por telefone).
- Outros contatos:** *Antônio*, membro da comunidade Tuyuca, por telefone;
Brunhilde Haas de Saneaux, responsável pelo acompanhamento do PRN pela Horizont3000;
Judite Gonçalves de Albuquerque, consultora para o Curso de formação continuada/Projeto de Educação/PRN;
Luis Fujiwara: EAESP/ FGV;
Moradores das comunidades Baniwa de Areal e Itacoatiara Mirim/SGC; Professores rurais reunidos para o Curso de formação continuada/Projeto de Educação/PRN, em São Gabriel da Cachoeira/maio 2002;
Ricardo Bresler: EAESP/FGV;
Rosário e Marlene: atual e antiga atendente na loja da FOIRN, em São Gabriel da Cachoeira.