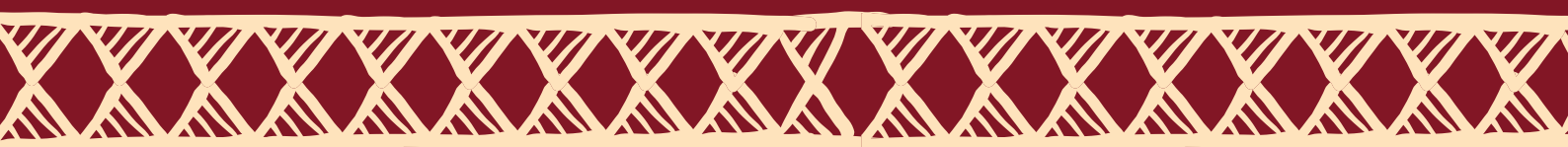




EMPREENDEDORAS
INDÍGENAS
DO AMAZONAS







EMPREENDEDORAS INDÍGENAS DO AMAZONAS



MAKIRA-ÊTA
Rede de Mulheres Indígenas do Estado do Amazonas



EXPEDIENTE

Fundação Amazônia Sustentável (FAS)

Virgílio Viana - Superintendente Geral

Valcléia Solidade - Superintendente de Desenvolvimento Sustentável

Victor Salviati - Superintendente de Inovação e Desenvolvimento Institucional

Luiz Villares - Superintendente Administrativo-Financeiro

Michelle Costa - Superintendente de Gestão e Planejamento

Programa de Soluções Inovadoras

Gabriela Sampaio - Gerente

Rosa dos Anjos - Supervisora da Agenda Indígena

Marysol Goes - Consultora técnica do projeto

Título da publicação

Projeto editorial: **Sergio Adeodato e Felipe Irnaldo**

Texto: **Sérgio Adeodato**

Revisão: **Gabriela Sampaio**

Projeto gráfico: **Diego Gonçalves**

Fotos: **Acervo FAS**

Parceria:

Rede de Mulheres Indígenas do Estado do Amazonas (Makira-Ëta)

SUMÁRIO

1	A nossa força e os nossos desafios como mulheres indígenas	8
2	O empreendedorismo, a inovação e o valor da nossa cultura	14
3	Quem somos, de onde viemos e o que fazemos	24
4	Qual o futuro que queremos	46
5	Carta do I Encontro de Mulheres Empreendedoras Indígenas do Amazonas	52



PREFÁCIO

A elaboração da publicação Empreendedoras Indígenas do Amazonas foi fruto do I Encontro de Empreendedoras Indígenas do Amazonas, realizado de 7 a 11 de agosto de 2019 pela Fundação Amazônia Sustentável (FAS) em parceria com a Rede de Mulheres Indígenas do Estado do Amazonas (Makira-Ëta), e foi um marco importante para ambas as organizações, pois possibilitou dar visibilidade ao saber e fazer indígena, promovendo o fortalecimento de organizações de mulheres indígenas e seu protagonismo.

41 mulheres indígenas participaram ativamente dessa construção, que foram norteadas por troca de saberes, capacitações e um olhar para um futuro promissor e próspero, onde como temas novos se somam ao movimento indígena e dão luz ao conhecimento ancestral indígena.

Seguimos e boa leitura!







1

A NOSSA
FORÇA E
OS NOSSOS
DESAFIOS
COMO
MULHERES
INDÍGENAS

O DEBATE EM TORNO DO ETNODESENVOLVIMENTO É ESSENCIAL PARA A VALORIZAÇÃO DA FLORESTA EM PÉ

Somos muitas, somos diversas. O Brasil tem 817 mil indígenas, distribuídos em 305 etnias. São 274 línguas e 567 territórios, onde as mulheres representam 48,4% da população¹. O Estado do Amazonas é possuidor da maior fatia, cenário de um debate sempre vivo e pulsante em torno da garantia de direitos, valorização das culturas, geração de renda e construção de pontes entre a tradição e modernidade.

A herança indígena é marcante na formação do povo brasileiro. Mas persiste para a sociedade brasileira uma grande dívida histórica desde os tempos da colonização, quando os habitantes originários que aqui viviam sofreram um massacre de impactos que hoje se refletem nos indicadores sociais e nas desigualdades. O desafio impõe novas estratégias também na economia, com abertura a inovações e dinâmicas de mercado.

Nos dias atuais, vivencia-se uma expressiva tendência de resgate – não de métodos já ultrapassado, mas dos

significados embutidos na diversidade de saberes. Após o processo de conquistas de direitos básicos nas últimas décadas, a população se volta à cultura material como construção de identidade². No entanto, os avanços para uma melhor qualidade de vida nunca são suficientes diante de cenários políticos e ideológicos hostis.

Faltam recursos e soluções coerentes com as particularidades de cada etnia, no contexto socioambiental. As áreas protegidas, incluindo-se as terras indígenas, devem ser vistas como espaços privilegiados para o desenvolvimento sustentável, com a união de estratégias ambientais e sociais destinadas a valorizar a floresta em pé e não derrubada por atividades predatórias, estranhas às práticas tradicionais indígenas. Como reflexo, garante-se a fonte da identidade cultural e do sustento, sem falar dos benefícios no contexto de questões globais, com as mudanças climáticas.



São temas novos e desafiadores para nós. A convivência intercultural entre indígenas e não indígenas, com oportunidades de renda e inserção em políticas e projetos socioambientais passa por um conceito em constante evolução: o de empreendedorismo. As potencialidades do conhecimento tradicional vão além da subsistência e, na forma de negócios, podem ser efetivos instrumentos de autonomia – um tema complexo que adquire cores especiais quando se consideram os novos espaços da mulher indígena na produção e na organização social nas diferentes etnias.

Desta forma, pode-se assim dizer, a perspectiva do empreendedorismo indígena está ancorada no engajamento em defesa dos direitos constitucionais em

torno da causa. Empreender é uma forma de exercer a liderança – ou seja, é algo associado à arte de mobilizar e representar o seu povo, e ainda à capacidade de interagir com a sociedade não indígena.

Para nós, povos indígenas, homens e mulheres, fazer negócios é algo diretamente relacionado ao território e ao conhecimento que temos sobre a natureza, transmitido de pais para filhos. Dela obtemos produtos pelo manejo da floresta ou dos cultivos, fruto de um aprendizado milenar, que nem por isso deve se fechar às tecnologias emergentes. Não é de hoje que as civilizações indígenas utilizam a Amazônia de maneira planejada e organizada: arqueólogos já comprovaram que, há 8 mil anos, antigas populações desenvolviam sis-



temas agroecológicos, com diferentes plantações de ciclo curto e extrativismo de forma a evitar a abertura de novas áreas de cultivo. Assim como no passado, as atuais inovações dos povos indígenas têm o poder de construir novos e melhores caminhos.

São porta-joias, cestos, bolsas, brincos, colares, pulseiras, cerâmicas. Além das sementes e fibras para artesanato como expressão cultural da sociobiodiversidade, temos a farinha, o peixe, a madeira, a castanha, a borracha, o mel. E no horizonte ainda há as potencialidades pouco exploradas na bioeconomia para fornecimento de matérias-primas a indústrias de alimentos, cosméticos, remédios e novos produtos de origem renovável que evitam o es-

gotamento dos recursos do planeta. O etnodesenvolvimento sustentável³ se mostra estratégico no mundo em transformação, exigindo a formação de lideranças e o empoderamento feminino.



ÀS VEZES SOMOS TÍMIDAS E TEMOS MEDO DE FALAR, MAS É NO RISCO QUE A GENTE ACERTA. A VIDA NÃO É SÓ LAVAR ROUPA E TRABALHAR NA COZINHA.

Nândia Pereira, liderança indígena de Maués

UM ENCONTRO INÉDITO PARA AS EMPREENDEDORAS INDÍGENAS

Combate à pobreza, redução de desigualdades. Como a perspectiva indígena interage com desafios tão importantes para a humanidade? O I Encontro de Empreendedoras Indígenas do Amazonas, realizado de 7 a 11 de agosto de 2019 pela Fundação Amazonas Sustentável (FAS) em parceria com a Rede Makira-Ëta, representou um marco inédito para ampliar a visão no sentido de inovar – de alinhar a cultura a novas iniciativas.

Os objetivos? Dar visibilidade ao saber e fazer indígena, promover o fortalecimento das organizações das mulheres indígenas e o seu protagonismo; compartilhar informações, plataformas e redes consolidadas de empreendedorismo, e estimular o acesso a novos mercados de comercialização.

Ao todo estávamos em 41 mulheres indígenas, entre empreendedoras e lideranças. Guerreiras, vindas de municípios distantes em longas viagens de barco. Troca de saberes, capacitação: novas lentes para um futuro mais promissor, em que a organização social é chave. Sensibilização, reflexões em torno temas novos que se somam ao movimento indígena.

Na abertura do evento, a dinâmica em torno de uma mandala com folhas e sementes ao chão simbolizava o plantio, a fartura. E davam o tom das inspirações que estavam por vir. “Nós temos nossos filhos; nós temos nossos povos. Nós somos responsáveis pela política, pela economia”, revela a mensagem de uma participante reproduzida no painel final de colheita. Foram quatro dias de conversas com convidados de diferentes instituições ligados a temas como sustentabilidade, inovação, empreendedorismo, negócios de impacto e empoderamento econômico, que se incorporam ao mundo da mulher indígena. No fim da jornada, após oficina de finanças pessoais e reunião em grupos de trabalho, as empreendedoras tiveram a oportunidade de exibir produtos e interagir com o público e demais lojistas na Feira da FAS, ao estilo de uma “rodada de negócios” para colocar ideias em prática. Utensílios de barro, arco e flecha, brincos e colares, bolsas de tucum, mel de abelha, pintura corporal e produtos da roça (tucupi, goma, crureira) foram as principais atrações.



CONHECIMENTO MILENAR - ORGANIZAÇÃO COMUNITÁRIA -
PATRIMÔNIO CULTURAL INDÍGENA - CRIAR NOVOS MERCADOS -
INOVAR - VALORIZAÇÃO - TERRAS INDÍGENAS -
PROFISSIONAIS - NOVAS - DA FLORESTA - FUNÇÃO SOCIAL -
COM FUNÇÃO SOCIAL - DA FLORESTA -





2

O
EMPREENDEDORISMO,
A INOVAÇÃO
E O VALOR
DA NOSSA
CULTURA

A VISIBILIDADE DOS PRODUTOS NO MERCADO CONTRIBUI COM A VALORIZAÇÃO DA CULTURA E RESPEITO À CAUSA INDÍGENA

A *arte dos antigos pintores* naturalistas desde a chegada das caravelas portuguesas em 1500 mostrava cenas da vida indígena com uma forte presença de crianças e mulheres, as mais susceptíveis à violência no contato com o colonizador. O papel feminino na rotina das aldeias muda conforme a etnia e suas tradições, mas no geral os homens exercem a função de proteção, da pesca e caça na busca de alimentos. As mulheres cuidam dos afazeres domésticos para a alimentação e bem-estar da família, e assim são elas que repassam a maior parte do conhecimento tradicional indígena aos filhos.

Em algumas culturas, o homem assume o trabalho pesado na roça e a mulher faz a seleção de sementes, organiza os espaços para o plantio com melhores resultados e ajuda na colheita. Elas são mais dedicadas aos trabalhos manuais, como as pinturas corporais e os acessórios que embelezam o visual no dia a dia e nas festas e rituais indígenas.

Além do uso pessoal nas tradições culturais, o artesanato é também vendido como alternativa de renda – no passado, mais pelos homens, para a compra de apetrechos de caça e pesca.

Eles habitualmente têm maior exposição ao mundo exterior às comunidades, cenário no qual a presença da mulher ganha cada vez mais espaço. Essa tendência ocorre tanto na linha de frente de questões políticas como no domínio de negociações comerciais com a sociedade não indígena. Por meio da organização em redes, conseguem comercializar melhor os produtos. E, com uma maior autonomia, o dinheiro em poder delas – e não apenas deles – se destina prioritariamente a itens indispensáveis à rotina doméstica, incluindo os cuidados pessoais e com os filhos.

A figura da mulher orbita em lugar de destaque na cosmovisão indígena. Em períodos de menstruação ou gravidez, se submetem a restrições de resguardo: em alguns casos, ficam em isolamento acompanhadas por benzedeiras, e não

podem comer determinados alimentos ou participar de pescarias, sob o risco de atrair “panema” – o mau agouro das doenças do corpo ou do espírito, vindas da água, terra ou ar pela mão dos “encantados”.

Na tradição baré, por exemplo, as mulheres são as que originalmente detêm o conhecimento de pajé, “roubado” pelos homens. Além disso, a personalidade feminina está sempre presente nas lendas, como na Phona-minaré. A famosa narrativa apresenta

um mundo dominado pelas mulheres, que prendiam os homens para reproduzir com as virgens e depois os matavam. Os meninos nascidos desses encontros tinham igual destino, de modo que apenas as meninas sobreviviam para povoar a floresta. Até quando uma das mulheres se apaixonou por um rapaz e com ele fugiu em noite de lua cheia, gerando filhos que geração pós geração fizeram surgir os demais povos e etnias indígenas.



O ATUAL MOMENTO DO MOVIMENTO INDÍGENA DEMANDA QUE AS MULHERES TRABALHEM NAS COMUNIDADES COM GERAÇÃO DE RENDA, 'PLANTANDO' INOVAÇÃO PARA ACOMPANHAR AS EXIGÊNCIAS DO MERCADO.

Rosimere Teles Arapaço, coordenadora da Rede Makira-Ëta



EMPREENDEDORISMO SE INTEGRA À DEFESA DOS DIREITOS INDÍGENAS

Na esteira da *identidade cultural* e do direito ao território e a uma vida digna com autonomia, desponta o desafio do empreendedorismo. Se no Brasil como um todo o conceito tem sido incentivado e financiado por governos, empresas e organizações da sociedade civil como elemento chave à geração de renda e desenvolvimento econômico-social, na Amazônia há particularidades que tornam o objetivo de criar e gerir negócios ainda mais complexo. Da dificuldade logística devido ao isolamento das grandes distâncias à carência de conhecimento em gestão, as barreiras exigem uma atenção especial.

O acesso a ferramentas de gestão e a plataformas e redes de empreendedorismo para ampliar parcerias de financiamento e chegar a novos mercados é uma necessidade que convive com a pergunta: como integrar práticas tradicionais a novas iniciativas, com intercâmbio de saberes e fazeres?

A organização comunitária é uma

premissa básica. Para além dos entraves comerciais, o desafio de empreender na região está ainda associado a deficiências estruturantes na educação e saúde, por exemplo, e a busca por soluções é vista como estratégia à valorização da floresta para o seu uso sustentável, contra os baixos indicadores sociais e a ameaça do desmatamento.

Quando o foco está no empreendedorismo indígena, a questão envolve um debate mais profundo. Como transformar projetos pontuais em empreendimentos de geração de renda? Como criar pontes comerciais e dialogar com investidores e mercados? De que maneira as tradições culturais podem se aliar ao novo e quais as expectativas indígenas em torno disso? O que é um negócio na visão deles e em quais condições estão dispostos a desenvolvê-lo?

Para nossos povos, como para muitos brasileiros, trabalhar com ruptura e inovação é algo bastante desafiador. E isso se origina de sonhos, de processos que quebram a desconfiança. Exige ampliar a vi-



são e acreditar que é possível, com a união de forças da percepção feminina. Ser empreendedora indígena passa pelo trabalho em redes de comercialização, pelos cuidados com a qualidade dos produtos e existência de espaços locais para produção e venda. Isso tudo somado à exploração da matéria-prima de maneira sustentável por meio de regras de manejo e, se possível, certificações – selos que comprovam a origem do produto, diferenciando-o nos mercados compradores, cada vez mais exigentes quanto aos critérios ambientais e sociais.

Do tucum às frutas amazônicas desidratadas, a visibilidade dos produtos no mercado reforça a valorização da cultura e desperta um maior entendimento da sociedade a respeito da questão indígena, com destaque para a identidade de território – fonte do conhecimento tradicional. Como uma via de mão dupla, o processo exige aceitar-se enquanto indígena, e assim o sucesso na tarefa de empreender o novo ajuda a olhar para caminhos alternativos de vida e estimula os mais jovens na busca de renda conectada com a modernidade, o que permite reduzir riscos sociais, como o envolvimento com drogas, a violência e a prática de suicídio.

Ao mesmo tempo, o empreendedorismo indígena tem o potencial de reforçar a autonomia da mulher para incursão em novos desafios além de cuidar da casa e dos filhos, despertando vocações como liderança, com empoderamento para reivindicação de direitos, melhorias comunitárias e auxílio à produção. A relação intercultural do empreender na floresta, com a mobilização para negócios embutindo valores culturais, também se traduz no diálogo para mudanças na visão indígena sobre o papel da mulher, na contra-

mão do machismo e da violência doméstica.

Estamos diante de palavras novas. Empreendedorismo é uma delas. Na língua indígena, “muraki” significa “trabalho”. “Ajuri” é fazer junto, em mutirão. E “iamanhã piasu”, na tradução mais próxima, diz respeito a “nós fazemos o novo”, ou seja, inovamos. A inexistência de termos específicas no vocabulário para determinados conceitos indígena indica um campo novo a ser explorado.

O empreendedorismo é a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos. Enfim, é assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas. É a busca do autoconhecimento em processo de aprendizado permanente, em atitude aberta a novas experiências e paradigmas.



**SOMOS INDÍGENAS, MAS NEM
POR ISSO TEMOS QUE PARAR
NO TEMPO.**

Cecilia Barbosa Albuquerque,
empreendedora em São Gabriel da
Cachoeira



ECONOMIA INDÍGENA, PARA ALÉM DE UMA FUNÇÃO MATERIAL

Como inovar, se expressar e competir no mercado sem perder a identidade como mulher indígena? Cultura é vida, conhecimento, sabedoria, técnica, ciência, tecnologia, arquitetura, história, medicina tradicional, propriedade intelectual, terra, educação, trabalho, alimento ou culinária. É base da chamada “economia criativa”, o conjunto de negócios baseados no capital intelectual e cultural e na criatividade que gera valor econômico⁴.

O conceito está diretamente relacionado à economia indígena, que envolve a subsistência e o desenvolvimento socioeconômico sustentável dos vários povos, na perspectiva da autonomia econômica. A milenar sabedoria desses povos, desenvolvida pelo longo processo de luta pela sobrevivência, abrange o conhecimento sobre como reagir de forma diferenciada às situações socioeconômicas que enfrentam. São diferentes economias indígenas, no plural. Elas não são homogêneas. Têm a ver com os contextos econômicos, as experiências vividas, as características naturais dos territórios e as pressões sofridas.

As economias indígenas sempre mostraram alto grau de sustentabilidade,

em grande parte pela capacidade de estabelecer uma relação integrada de vida, em que formas específicas da organização social, das relações de parentesco e dos rituais sociais e religiosos apresentam funções indispensáveis ao estabelecimento do equilíbrio. Desse modo, a sobrevivência humana depende da sua capacidade de cooperar, respeitar e integrar-se a essa natureza².

Um dos fundamentos da economia indígena é a sua relação com os valores morais, sociais, éticos. Não tem apenas uma função material. A noção de acúmulo de riqueza é diferente em relação à lógica do capitalismo reinante no mundo, e isso impõe uma perspectiva cultural a questões como produtividade e competitividade. Em especial, na chamada “Amazônia profunda”, onde o fluxo do comércio depende da sazonalidade imposta pela natureza e do vaivém das águas nos períodos de enchentes e vazantes, entre outras realidades da vida e dos negócios na região.

Um importante desafio é mostrar à sociedade que a economia indígena não se resume a cifrões. Por trás dos produtos, há valores culturais, sociais e ambientais nem sempre medidos pelas



contas convencionais da economia. A comercialização é uma forma de se autofinanciar para garantir direitos e de contrapor à equivocada crença de que nada se produz nas terras indígenas. Mas são necessários avanços na organização social e na formalização para que a produção não permaneça invisível à sociedade. Além de gerar renda e promover o patrimônio cultural dos povos, a economia indígena também promove autoestima ao dar visibilidade aos produtos e colaborar contra preconceitos e

ameaças à integralidade dos territórios.

Como expressão cultural, o artesanato conta a história das etnias – como e onde vivem; como se relacionam com o mundo externo. Junto a isso, o desenvolvimento da relação intercultural permite aos não indígenas a descoberta de valores imateriais por trás do que compra, com um melhor entendimento sobre o papel de uma peça de artesanato para além de simplesmente ser pendurada na parede.

OS VALORES DA PIMENTA BANIWA

O desafio de uma *visão integradora* dos produtos indígenas, associados à educação, saúde, cultura e trabalho – por meio de planejamento, parcerias, organização social e articulação – tem como exemplo emblemático a pimenta Baniwa, hoje principal fonte de renda da etnia na bacia do Rio Içana (AM), no total de 6,2 mil indígenas em 93 comunidades e sítios. A atividade inspira-se no conceito de “bem-viver”, baseado na interculturalidade – ou seja, na troca entre culturas indígenas e não indígenas – sem perder a essência da etnia e os direitos estabelecidos pela Constituição.

Tudo começou com a reivindicação das mulheres na assembleia da Organização Indígena da Bacia do Içana (OIBI), em 2004, quando se avaliava a comercialização da cestaria de arumã feita pelos homens. Elas queriam renda para comprar coisas de seu interesse, pois os homens tinham outros objetivos. Com apoio do Instituto Socioambiental (ISA) e outros parceiros, a pimenta jiquitaia teve o primeiro plano de negócio aprovado para 2005-2006, com foco no valor cultural, no manejo dos cultivos e no acesso a mercados.

Foi criada embalagem, rótulo, código de barra e toda a formalização necessária para chegar às lojas e a chefs de cozinha.

Entre os resultados está a valorização do sistema de agricultura tradicional do Rio Negro e da diversidade das espécies de pimenta, pesquisada por estudantes da Escola Baniwa e Kori-pako. Como consequência, as mulheres alcançaram postos de liderança, antes restritos aos homens. Nas assembleias e festividades, passaram a sentar nos bancos reservados a quem manda. No entanto, apesar de liderarem a produção da pimenta, as viagens para articulação e negociação do produto ainda permanecem a cargo dos homens.

Inovações se incorporaram ao modo de usar o produto indígena e hoje 25 empresas têm licença comercial para empregá-lo em diversas finalidades, desde o chocolate com pimenta lançado por uma marca da Amazônia até a produção de cerveja exoticamente picante por um fabricante holandês. O glamour em torno da iguaria representa quase uma reverência ao Iñapirikoli (Deus criador, para os Baniwa), quando se vê os Walimanai (novas ge-

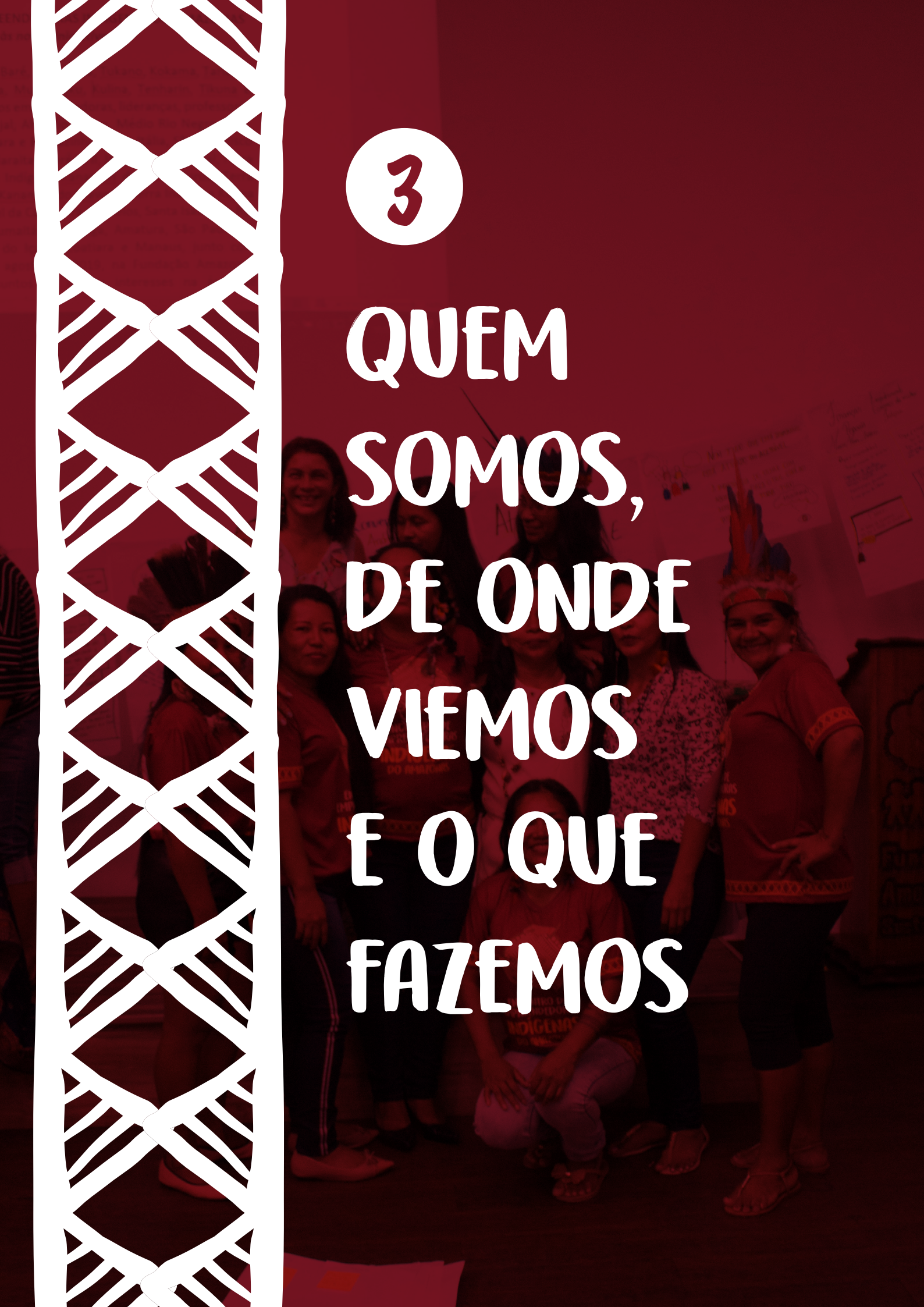
rações) usarem a pimenta não apenas como alimento que protege o corpo e a alma de espíritos que causam doenças. O produto tornou-se um símbolo

de luta pelos direitos e reafirmação de identidade dos povos indígenas do Rio Negro.





3



QUEM
SOMOS,
DE ONDE
VIEMOS
E O QUE
FAZEMOS

EMPREENDEDORAS INDÍGENAS: SUAS HISTÓRIAS E SEUS PRODUTOS



Artesanato, alimentos e serviços variados, como o turismo comunitário. Dependendo da localidade, da tradição cultural e da história de impactos pelo contato com não indígenas, novos caminhos se apresentam para as mulheres das diversas etnias,

com diferentes perfis. Algumas já estão organizadas para produzir e trabalham em rede. Outras iniciam a mobilização para auxílio à melhoria da produção e acesso a mercados. E todas têm em comum um desafio: aliar o retorno financeiro à transformação social.



IRACI CURICO DA SILVA

NOME INDÍGENA: Não tem

ETNIA: Kocama

MUNICÍPIO: Tabatinga

“Como cacique da zona urbana, vejo a dificuldade de produzir macaxeira e abacaxi na terra que está muito velha, onde as plantas não crescem como antes. O peixe, cada vez mais sumido, está virando ouro de tão caro. Meu plano como alternativa é articular artesãs e ter um lugar próprio para fazer e vender cerâmica, sem que os materiais retirados na natureza estraguem ao relento antes de terminar as peças, como ocorre hoje. Levo daqui aprendizados para melhor a nossa situação lá. Somos em 80 famílias e uma cultura que está em baixa agora pode dar a volta por cima, com mais trabalho e renda. Além do artesanato, nossa etnia tem a tradição do chá Ayahuasca, liderada pelo pajé. Mas a sobrevivência no dia a dia é difícil. Precisamos nos renovar e nos mobilizar entre as mulheres porque estamos muito paradas e uma andorinha só não faz verão”.



CERÂMICA MILENAR

Produzida com barro e corantes extraídos da floresta, a cerâmica Kocama é uma tradição milenar, originária da Amazônia peruana, onde a etnia também está presente. São potes, vasos, canecos e taças que estão associados a um conhecimento trans-

mitido de pai para filho, mas hoje tem como barreira o desinteresse dos mais jovens. Longo e trabalhoso, o processo artesanal é dominado por número cada vez menor de indígenas na região de Tabatinga, e por isso precisa ser mais divulgado e valorizado.



SANDRA GOMES CASTRO

NOME INDÍGENA: Potira (flor)

ETNIA: Wariró

MUNICÍPIO: Santa Isabel do Rio Negro

“**O** que antes vinha sendo produzido basicamente para nosso consumo ganhou visibilidade e começou a ser vendido para fora de uma maneira mais organizada. Não temos uma cultura de comercialização como em outras localidades, pois sempre produzimos menor quantidade com ótima qualidade. Só vendíamos o excedente. Mas hoje vivemos um novo momento de inovação, após o Sistema Agrícola Tradicional do Rio Negro ter sido reconhecido oficialmente como bem cultural. Começamos a trabalhar

um projeto de cadeias de valor, revitalizando práticas já quase esquecidas pelos indígenas. O objetivo é obter maior valorização dos produtos que contam a história de um povo, e assim aumentar a renda. Passamos historicamente por muitos impactos à nossa identidade: perdemos a língua materna e agora não queremos perder o conhecimento agrícola. É preciso criar visibilidade desse valor para fora, mas principalmente para dentro do nosso povo. Os jovens se sentem mais valorizados e buscam a origem como indígena”.



FARINHAS E FRUTAS

Uma linha de farinhas de banana, pupunha, mandioca e tapioca é destaque de uma unidade de beneficiamento construída pela associação indígena com apoio de parceiros, na região do Rio Negro. O objetivo é a valorização dos produtos com

a marca Wariró, repetindo o sucesso da pimenta Baniwa. Entre as novidades voltadas ao mercado de vida saudável, está a produção de frutas regionais desidratadas e barras de açaí – processo acompanhado por chefs de cozinha famosos.



VANESSA TENHARIM

NOME INDÍGENA: não tem

ETNIA: Tenharim

COMUNIDADE: Igarapé Preto

MUNICÍPIO: Humaitá

“Somos uma etnia nômade impactada pela Transamazônica. Perdemos muito da nossa cultura, mas no ritual da primeira menstruação fiquei um mês e quinze dias deitada só podendo comer cotia e jacu, para depois acontecer uma celebração na aldeia. Na festa eu só podia usar roupa com pena de gavião, e não de mutum, porque a espécie representava outro clã. A tradição continua, mas a vida mudou muito desde os antigos. Meu

pai trabalhou para seringueiros em época que não tinha estrada e era preciso andar mais de 300 Km para chegar à localidade mais próxima. Hoje meus irmãos trabalham com garimpo e extração de madeira para patrões. Mas isso não traz lucro, só desmatamento. O nosso plano como mulheres é organizar o artesanato, mas muitas precisam mudar a visão e participar mais das reuniões para lá na frente ganhar com nossos produtos”.



BRINCOS DE TUCUMÃ

Bijuterias de tucumã e óleo de babaçu para pintura do corpo e do cabelo são as especialidades das mulheres tenharim. No primeiro caso, o caroço do fruto em forma de coquinho, é quebrado e lixado para adquirir diferentes estilos como pingentes,

usados nas festas. Hoje elas retiram o sustento principalmente da roça e para realizar o sonho com a venda do artesanato, baseado no conhecimento sobre a biodiversidade, precisam avançar na organização produtiva.



NANDIA PEREIRA

NOME INDÍGENA: Miryhu (passarinho que esculpe)

ETNIA: Sateré-Maué

COMUNIDADE: Curuatuba

MUNICÍPIO: Maués

“Incentivadas pelo cacique, queremos resgatar produtos tradicionais que estão morrendo porque não temos para quem vender. Estamos a oito horas de voadeira da cidade, com vento a favor. O custo do transporte inviabiliza o trabalho e estamos nas mãos dos baixos preços pagos pelos atravessadores. A gente faz tudo um esforço para conservar as árvores que dão as sementes do artesanato, impedindo o desmatamento. Ensino para meus filhos do mesmo jeito que aprendi com

os meus pais, mas não temos como expor os produtos. Mas precisamos de apoio e orientação. Queremos fortalecer as mulheres da comunidade e assim valorizar tradições que podem significar lucro, junto com algumas que já são preservadas. O ritual da tucandeira representa a iniciação à idade adulta para os homens que colocam a mão dentro de uma luva com formigas e a intensa dor pode ser amenizada com a ajuda de uma menina virgem”.



ARTESANATO DE MURUMURU

Na terra do guaraná, quem brilha é o artesanato de sementes: jarina, jupati, murumuru, planta amazônica também fonte de matéria-prima para cosméticos. Com o fruto, as artesãs esculpem pombinhas por meio de um trabalhoso processo que

se inicia na colheita e corte dos cachos maduros na floresta. Eles são manualmente descascados e depois a castanha é retirada com o uso de uma serra. Por fim o caroço é esculpido no formato do pássaro, e posteriormente polido, para utilização como pingente em colares.



MARIA DE NAZARÉ SOARES

NOME INDÍGENA: não tem

ETNIA: Tariano

MUNICÍPIO: Barcelos

“Sou do tempo que as mães colocavam os filhos para estudar na cidade porque as freiras não permitiam a gente falar a língua materna, sob a pena de castigos e preconceitos. Cresci tendo vergonha de ser indígena. Só fui saber sobre nossa cultura depois que me envolvi com o movimento indígena. Agora chegou o momento de reverter essa história por meio do empreendedorismo. Faço parte de uma

associação e quero reunir as mulheres que estão espalhadas para falar sobre a importância de fortalecer a geração de renda, com alternativas além do trabalho na roça. Assim teremos mais chances de participar de feiras, aprender mais e ampliar a divulgação de nosso artesanato, hoje vendido principalmente para turistas que chegam à cidade para a pesca esportiva”.



A ARTE DA PIAÇAVA

Fibras e cipós coletados de palmeiras nas imediações dos rios Preto, Apaoudauri e Araçá se transformam utensílios domésticos e objetos de decoração. O mais importante insumo é a piaçava, que compõe porta-joias, bolsas, fruteiras e cestaria, como é tradicional entre as mulheres

no município da Barcelos (AM). Com o material excedente, as artesãs fazem vassouras para uso próprio e para vender. Após a retirada por roçadeiros na floresta, as fibras são selecionadas e passam por processos de lavagem e, em alguns casos, de tingimento.



ROSINEIDE GOMES VASQUES

NOME INDÍGENA: não tem

ETNIA: Kocama

COMUNIDADE: Aldeia Vasques

MUNICÍPIO: Tefé

“**F**ormamos uma aldeia nova para reunir só indígenas da nossa etnia, com 110 famílias, ocupando uma ilha do Rio Solimões. A gente preserva a área e evita invasões que antes existiam para pesca e caça, agora exclusivas para os moradores. Então há muita fartura de peixes e outros bichos – tatu, paca, papagaios etc. Trabalhos principalmente com produção de farinha e cultivo de macaxeira e jerimum, e nosso plano é organizar uma coope-

rativa para vender também à prefeitura para a merenda escolar. O homem derruba para plantar e roçar e a mulher se dedica mais à horta e artesanato e recebe o apoio dos homens para ter o próprio dinheiro. Junto com o empreendedorismo, o sonho da nossa aldeia é a demarcação da terra, um processo complicado e custoso. Enquanto isso não ocorrer, fica difícil ter apoio e qualquer um pode entrar”

COLARES DA BIODIVERSIDADE

Os colares produzidos pela indígena se valem da proteção da floresta na aldeia e entorno, que evita as práticas de atividades predatórias por pessoas que chegam de outras regiões, como o desmatamento.

Na produção do artesanato, além de sementes de várias espécies vegetais, a artesã utiliza dentes de jacaré obtidos após o consumo da carne como alimento pelas famílias.



ENEGILDA GOMES

NOME INDÍGENA: não tem

ETNIA: Tariano

COMUNIDADE: Taraguá

MUNICÍPIO: São Gabriel da Cachoeira

“**N**ossa associação tem como causas a demarcação de terras, a luta pelos direitos e a valorização da arte das mulheres indígenas. Mas enfrentamos inúmeras dificuldades para o escoamento da cerâmica, nossa principal fonte de renda pois a produção da roça se destina mais à alimentação. Ficamos a 26 horas pelo rio até a cidade e faltam recursos para operar o barco da comunidade doado por uma instituição parceira. O plano é retomar o estímulo à produção, buscando

canais que valorizem a nossa cultura e o árduo trabalho de fazer cada peça. No passado, utilizávamos as cerâmicas como utensílio nas cozinhas, mas depois compramos panelas e o arte, para não se perder no tempo, passou a ser vendida. A gente se preocupa, porque a mulher é dona de casa, cuida dos filhos e precisa plantar para ter farinha e beiju. É importante construirmos uma sede para mobilizar as artesãs e atrair apoiadores”.



PANELAS INDÍGENAS

A mistura de cinco tipos de barro com as cinzas da casca de uma árvore amazônica, a caraipé, compõe panelas, travessas e potes produzidas por meio de um processo de várias etapas, desde a modelagem até

a queima em fornos, pintura e defumação para adquirir cor escura. Com pigmentos naturais, as peças são adornadas por figuras estilizadas de pássaros e outras espécies da biodiversidade.



ERALDINA DA COSTA CARLOS

NOME INDÍGENA: Me'etünã (olho bonito)

ETNIA: Tikuna

COMUNIDADE: Umarirana

MUNICÍPIO: Amaturá

“**N**ão devemos ficar só dependendo de recurso do governo como Bolsa Família e auxílio maternidade, e não mais trabalhar com artesanato e farinha. As mulheres ainda precisam incentivar os filhos a isso, porque correm o risco das drogas. Vou propor a minhas amigas tikuca, kambeba e kocama uma grande reunião para definir como melhorar o artesanato. Antes os maridos não deixavam as mulheres

viajarem para participar de encontros e feiras, mas hoje até as casadas estão estudando fora da comunidade e já se formaram no Ensino Médio. Muitas só trabalham com artesanato para venda no município e não fora dele, mas isso precisa mudar. Para avançar e conseguir apoio e recursos é importante formalizar uma associação: o empreendedorismo tem tudo para ser nossa nova tradição como indígena”

A BELEZA DO TUCUM

Fibras de tucum, cipó de jamambé e titica e talos de tucum-maruã são os materiais que inspiram a artesã na confecção de brincos, colares e até chapéus. Em algumas peças são usadas sementes, além de missangas, alternativa à ausência do ingrediente

na floresta. O desmatamento causado por madeireiros está reduzindo a oferta de materiais, e como garantia do artesanato no futuro, a indígena pede aos homens: quando derrubar uma árvore, retire a semente para plantar na terra.



CECÍLIA BARBOSA

NOME INDÍGENA: Wekopagó (mãe dos papagaios)

ETNIA: Piratapuia

MUNICÍPIO: São Gabriel da Cachoeira

“**M**udei para a cidade para estudar, porque na comunidade só tinha até o quarto ano do Ensino Fundamental. Acabei me formando em Letras, trabalhei como professora e depois me dediquei ao artesanato, aproveitando o que aprendi com minha mãe, que tecia redes de tucum. Juntei um grupo de mulheres ligado à federação indígena na região. Hoje somos 28 pessoas, incluindo três homens. No início, a produção se destinava à troca por alimentos de primeira neces-

sidade. Os homens diziam que estávamos perdendo tempo, e hoje é uma fonte de emprego. Ganha mais quem produz mais. Aumentou a autoestima de mulheres antes submissas aos maridos. Precisamos agora articular mais parceiros para evoluir no mercado, depois do acesso a melhorias da infraestrutura por meio do Edital Floresta em Pé, projeto da Fundação Amazonas Sustentável (FAS) e Fundo Amazônia/BNDES”.



FIBRAS NO E-COMMERCE

Porta-joias, ou “samurás”, para as indígenas. Brincos, colares e fruteiras de cipó, o “wabé”. Inicialmente, a produção que já saiu da aldeia para o mundo da internet teve ajuda de um especialista em design contratado pelo Sebrae, instituição que também orientou as vendas pela associação,

com foco nas redes sociais. Um dos canais digitais de comercialização é o Jirau da Amazônia, mantido pela FAS em parceria com o marketplace das Lojas Americanas – novo espaço que tem atraído jovens indígenas como alternativa de renda na atividade tradicional.



ALICE PEREIRA CHOTA

NOME INDÍGENA: não tem

ETNIA: Kocama

COMUNIDADE: São José

MUNICÍPIO: Santo Antônio do Içá

“**C**riamos uma associação para vender artesanato não apenas no Dia do Índio. Com o CNPJ, quero agora retomar velhos projetos, pois como professora já contribuí para fortalecer a língua indígena, e agora chegou a vez da cultura. Levarei para a comunidade a mensagem de que precisamos começar a pensar no lucro. O peixe – tambaqui, pirapitanga, surubim – é a principal fonte de renda, porque é vendido todo dia. Mas já estamos construindo uma lojinha para fazer o mesmo com o artesanato. Precisamos

expor os produtos fora das casas. E ainda engajar os jovens, que têm mais interesse pelas atividades com música, mas quem produzirá os instrumentos? Eles, nós. É difícil e demorado, mas temos que correr atrás. Precisamos sair, interagir, expor as mercadorias e a nossa cultura, mas os maridos colocam barreiras. Dizem que podemos produzir, mas eles nos representam no mundo exterior. Não é uma simples questão de ciúme, é medo de que a gente tenha poder para mandar neles”.




UTENSÍLIOS DE CROCHÊ

Além de redes, os indígenas tecem bolsas de tucum. Fazem anel com o coco do tucumã e murumuru, cordão, tiara e cocar. Ultimamente, as artesãs que fazem porta-guardanapo e porta-fósforos de crochê têm substituído a palha pelo barbante, comprado no mercado. Isso

porque, para obter a fibra natural, é necessário derrubar a palmeira de tucumã. Pode ser mais valioso manter a árvore em pé do que retirá-la. Em paralelo, o uso de materiais alternativos evita a dependência da mulher em relação ao homem no trabalho de extração na floresta.



4



QUAL O
FUTURO
QUE
QUEREMOS?

O MOVIMENTO INDÍGENA NA AGENDA GLOBAL DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Onde pretendemos chegar? Com o passar do tempo, as mulheres indígenas olham para novos caminhos de valorização da cultura e de integração com as demandas de um mundo em transformação. Produtos da floresta extraídos, cultivados ou manuseados prioritariamente para uso próprio no cotidiano das aldeias ganham uma dimensão de mercado, por meio do desenvolvimento de negócios.

Vemos o empreendedorismo despontando como uma arma com poderes de sensibilizar a sociedade para aspectos que vão além da beleza estética de cocares, pulseiras, brincos e braceletes. Na vitrine estão, na verdade, causas essenciais à qualidade de vida indígena, como o direito ao território, políticas públicas adequadas e acesso a serviços básicos previstos pela Constituição para todos os brasileiros.

Integração à economia. Inovação em como fazer, nos materiais a utilizar. Ser indígena, mulher e empreendedora é uma condição que cada vez mais se

conecta ao mundo amplificado pelas redes sociais e tecnologias sociais que impõem um novo jeito de conhecer, se relacionar e vender. Está em jogo não apenas a renda para o sustento das famílias com acesso a gêneros de primeira necessidade, como também um futuro mais promissor para os jovens, empoderados para interagir com o mundo e seguir a vida com maior autonomia, sem deixar de lado o conhecimento tradicional. Pelo contrário, a cultura indígena é um ativo a ser valorizado no contexto de uma economia mundial em busca de sustentabilidade para a vida no planeta.

A Amazônia e seus povos têm papel de protagonismo no cenário da mudança climática global, que exige ações imediatas e eficientes contra o desmatamento. A floresta é essencial ao equilíbrio do clima e as mulheres indígenas estão entre as primeiras a sofrer os impactos dessas alterações já em curso no planeta. Desta forma, integrar as populações locais à busca de



soluções inovadoras – com geração de renda, qualidade de vida e respeito aos direitos constitucionais – é um desafio que atinge a todos, não somente quem produz, mas também os que compram produtos e serviços baseados no uso da biodiversidade e do etnoconhecimento.

Queremos estar conectadas com o mundo, sem perder as tradições. O processo de inclusão das mulheres indígenas na economia brasileira formal está diretamente relacionado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). A Agenda 2030 da ONU abrange importantes pontos transversais às questões indígenas e ao empreendedorismo, como a erradicação da pobreza, a redução das desigualdades e o uso dos recursos naturais de forma a assegurá-los para as gerações futuras.

O caminho para colocar a agenda em prática, com maior impacto positivo, passa pela união de forças no trabalho em rede. Na Amazônia brasileira, um importante espaço de engajamento está na atuação colaborativa da rede de mulheres indígenas Makira Ëta – “rede de estrelas”, no idioma tikuna. À frente dos negócios ou da luta em torno das questões indígenas de uma maneira geral, novas perspectivas se apresentam à força feminina. Pesquisadoras, gestoras, empresárias, políticas. Um sonho, uma vontade de fazer diferente, mesmo que não pareça possível ou provável.



OS DESAFIOS SÃO CRUÉIS NA ATUAL CRISE CIVILIZATÓRIA. ESTÁ EM JOGO A PRÓPRIA EXISTÊNCIA INDÍGENA, PRINCIPALMENTE DEVIDO ÀS DESIGUALDADES DO MUNDO CAPITALISTA

Gersem Baniwa, Frente Amazônica de Mobilização em Defesa dos Direitos Indígenas



**O EMPREENDEDORISMO É
UMA FORMA DE OS POVOS
INDÍGENAS ESTIMULAREM
A CONSERVAÇÃO DE SUAS
FLORESTAS**

Virgílio Viana, Fundação Amazonas
Sustentável



**CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO
FAZEM PARTE DO BEM-VIVER
DE UM POVO OU NAÇÃO.
QUEM NÃO TEM CULTURA
NÃO TEM O QUE ENSINAR,
NÃO TEM COM QUE
PREVENIR DOENÇAS E NÃO
TEM ALEGRIA DE VIVER**

André Baniwa, Organização
Indígena da Bacia do Içana



**O QUE NÓS FAZEMOS
ESTÁ PRESENTE EM
MUITOS LUGARES. NÃO É
APENAS UMA PEÇA QUE
ALGUÉM COMPRA E LEVA.
É UM POUCO DA NOSSA
HISTÓRIA DE LUTA, DO
NOSSO JEITO DE SER NO
MUNDO QUE VAI OCUPAR
OUTROS LUGARES**

Clarice Tukano, AMARN



**EMPREENDER É UMA FORMA
DE FAZER A DIFERENÇA
PARA O FUTURO**

Edivaldo dos Santos Oliveira,
Fundação Estadual do Índio



**O EMPREENDEDORISMO AJUDA NA PREVENÇÃO DA VIOLÊNCIA
CONTRA A MULHER, SOBRETUDO EM TERRAS INDÍGENAS, DEVIDO
AO ISOLAMENTO, O QUE MOSTRA A IMPORTÂNCIA DE INVESTIR NA
PRODUÇÃO POR MEIO DO CRÉDITO SOLIDÁRIO**


Caroline da Silva Braz, Secretaria de Justiça do Amazonas







5



CARTA DO I
ENCONTRO
DE MULHERES
EMPREENDEDORAS
INDÍGENAS
DO AMAZONAS

CARTA DO I ENCONTRO DE MULHERES EMPREENDEDORAS INDÍGENAS DO AMAZONAS

Nós *mulheres indígenas* dos povos Baré, Piratapuaia, Tukano, Kokama, Tariano, Sateré-Mawé, Arapasso, Deassano, Baniwa, Munduruku, Kulina, Tenharin, Tikuna e Mura, de comunidades e organizações, somos empreendedoras, lideranças, professoras e jovens das Terras Indígenas Kwatá/Laranjal, Alto Rio Negro, Médio Rio Negro I e II, Curuatuba, Tenharim do Igarapé Preto, Boara e Boarazinho, Nova Itália, São Francisco do Canimari, Nova Esperança, Umarirana, Maraita, Evaré I e II, Jandiatuba, Sapotal, Terra da Paz, Tauaru Jutinca, Sacambu I, Terra Indígena Kanamarí do baixo Juruá, Terra Indígena Kulina do Rio Eirú, Terra Indígena Kanamarí do Mawete, Terra Indígena Kulina do Alto Juruá, dos municípios de São Gabriel da Cachoeira, Barcelos, Santa Isabel do Rio Negro, Maués, Nova Olinda do Norte, Humaitá, Tabatinga, Amatura, São Paulo de Olivença, Tefé, Eirunepé, Santo Antônio do Içá, Itacoatiara e Manaus, junto com parceiros reunidas nos dias 07 a 11 de agosto de 2019, na Fundação Amazonas Sustentável em Manaus discutimos as-

suntos de nossos interesses na área de empreendedorismo indígena, rede de parcerias, reflexões sobre a contribuição dos indígenas para a consolidação de novas formas de economia voltadas à regeneração planetária, e posicionamentos de políticas para desenvolvimento e fortalecimento das lutas das mulheres indígenas no Amazonas.

Ressaltamos nestes dias, que nós indígenas precisamos nos unir para resistir, aumentar nossa rede de comunicação porque ainda nos dias atuais somos perseguidos pelos governos e pela sociedade em geral. É preciso agir, pois necessitamos ter nossas demandas regionais e locais cumpridas. Neste sentido, precisamos consolidar nossa luta através do movimento da vida sustentável que é um caminho para deixarmos de nos tornar invisíveis perante a sociedade. Não há desenvolvimento sustentável, se não houver Vida Sustentável.

Para o curto, médio e longo prazo, apresentamos a situação de nossas iniciativas, os problemas enfrentados e propostas de solução para o bem viver dos nossos povos. Como segue:

1. DIAGNÓSTICO

Sobre iniciativas

Muitas iniciativas existentes estão organizadas, mas sem formalidades; outras já estão formalizadas em associações; e, ainda existem Micro- Empreendedoras Individuais.

As mulheres indígenas empreendedoras são de diversas partes das regiões, sub-regiões e microrregiões do Amazonas, de terras indígenas, comunidades ou aldeias com diferentes graus de dificuldades devido à grande extensão geográfica. Somam-se a isso, problemas de tecnologia de comunicação fraca ou inexistentes, que por sua vez, são barreiras de acesso às informações e benefícios que poderiam ser acessados. Em relação à comercialização de artesanatos, seria importante que todos fossem promovidos para sua valorização como arte, não puramente

como produto. Vale ressaltar que são poucos os que trabalham com sabores indígenas ou culinárias tradicionais.

Os produtos indígenas geridos pelas mulheres empreendedoras têm potencial de alto valor agregado. Em outras palavras, são produtos culturais milenares desenvolvidos com criatividade, tecnologia e inovação sem perder suas originalidades, sempre atentos aos manejos tradicionais da matéria-prima.

Sobre gestão de negócios também se apresentaram com diferentes níveis de maturidade, desde linguagens atualizadas, planejamentos, finanças e formalidades, necessidade de parcerias especializadas para que possam cumprir seus objetivos de impactar positivamente as pessoas de suas comunidades ou povos.



O que pensamos e o que queremos

- 1 Precisamos dizer tudo o que temos de matérias-primas, de potenciais.
- 2 Se a ASSAI tivesse recurso próprio daria para fazer intercâmbio com outras associações para aprender e trocar experiências.
- 3 Para empreender é preciso ter a visão de cosmologia, porque temos a nossa história. Uma peça vendida é um pouco da nossa história de luta, do nosso jeito de ser no mundo. Além de possuir princípios da economia indígena: partilha, hospitalidade, reciprocidade dentre outros.
- 4 Ser reconhecido como um povo que tem um alto valor, um alto conhecimento sobre o uso sustentável da biodiversidade.
- 5 Para os indígenas, a economia deve ser chamada de indígena, pois se pauta na criatividade, inovação dos produtos com bases pautadas na cultura, sustentabilidade, interculturalidade e do bem viver.
- 6 Empreender é inventar alguma coisa e fazer valer sem perder a sua originalidade e significado.
- 7 Transformar o que a gente usa no dia a dia em um produto interessante para que seja vendido com sugestões de utilidade aos não indígenas.
- 8 Empreender é uma forma de liderança.
- 9 Empreendedorismo indígena é produzir inovando os produtos, criando novos produtos, criar novos mercados, valorização das terras, da cultura, etc.
- 10 A economia indígena que, além de gerar renda, promove o patrimônio cultural dos povos indígenas, trazendo autoestima colaborando com a visibilidade dos povos indígenas, no combate ao preconceito, discriminação e no combate à (des)territorialização dos povos indígenas.
- 11 Tratar a pessoa como parceiro é fundamental.
- 12 Receber mais visita do SEBRAE para trabalhar junto.
- 13 Ressaltar a importância da cultura e de seus produtos artesanais.
- 14 Falar mais sobre geração de renda.

Nossos produtos

Escultura, colar, brincos, pulseiras, bolsas de tucum, rede de tucum, vaso de cuia, anel, samburas, bonecas, cordas, bolsas de wambe, luminária de cipó, pulseira de tucumã, cesta de cipo, brincos de sementes, ceramicas de argila, cestaria de arumas, maracas, cocar, taças, espátula, saída de tucum, medicina indígena com plantas, comidas típicas – quinhapira, mujeca, beijú; biojóias de

cipó e piacaba, bolsa de piacaba, cestaria de piacaba, cestaria de cipo, arco e flecha Yanomami, produtos da roça, tais quais: crueira/ carueira, tucupi, farinha e pimenta arube. Além disso, pintura corporal com grafismo, fruteiras, porta-jóias, porta-pratos, porta colheres de pau brasil, zarabatana, brinco de penas, caxipó de piaçaba.

Sobre outros assuntos de interesses

As mulheres indígenas empreendedoras reunidas não estão preocupadas somente em desenvolver atividades que geram renda em suas famílias, comunidades e povos. Estão também preocupadas com a educação escolar dos filhos. Pois na atualidade o estudo e conhecimento por meio da escola são fundamentais para conhecer novas ferramentas e tecnologias que possam ajudar a promover o bem estar.

Preocupadas também estamos com a saúde, prestação de serviços públicos específico e diferenciada em suas comunidades, pois o serviço nas comunidades

nao esta boa, assim viemos perdendo muitas vidas nas comunidades. Precisamos também valorizar a nossa propria medicina, medicina milenar que e cuidado com a vida nas comunidades.

Muitos jovens também estão enfrentando problema de Alcoolismo e com outras drogas ilícitas. Isto traz grandes preocupações as mulheres indígenas no Amazonas. Devendo ser pensada e formulada programa que resgatasse a valorização das perdas culturais que foram e são fundamentais no desenvolvimento do ser indígena do bem viver.

2. PROPOSTAS

Para empoderamento de mulheres, melhoria e aperfeiçoamento de nossas iniciativas na gestão de negócios, planejamentos, ampliação, profissionalização, além de outros assuntos relacionados como propriedade intelectual e comunicação, divulgação dos produtos e empreendimentos apresentamos as seguintes linhas de ação.

- 1 É necessário que a Makira eta junto com seus parceiros que construiu até agora, que se mantenha encontro anual de mulheres empreendedoras indígenas;
- 2 É necessária a promoção de oficinas nas regiões, subregiões e microrregiões das empreendedoras com associadas e comunidades;
- 3 Formalização de grupos organizados produtoras que hoje não tem nenhuma forma de pessoa jurídica;
- 4 É necessário que a FAS fortaleça a sua equipe para prestar assessoria, e assim ampliar a equipe, pois a demanda de formação e capacitação é grande e deveria estar dentre as prioridades da Instituição;
- 5 As instituições que se apresentaram no encontro que a Makira-Eta e FAS buscar consolidar as parcerias para apoio a rede de empreendedoras indígenas do Amazonas;
- 6 Que se crie fundo específico para apoio ao aperfeiçoamento, ampliação e profissionalização de empreendimentos, além de assuntos como mudanças climáticas, aquecimento global, governanças dos territórios indígenas e ambientes.







