



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL
CAMPUS DO OIAPOQUE

CLEITIANE DE SOUZA FIEL
NANOAY BATISTA RODRIGUES

**DESAFIOS E PERSPECTIVAS DO EMPREENDEDORISMO INDÍGENA NA
ALDEIA SANTA IZABEL, NO MUNICÍPIO DE OIAPOQUE – AP**

OIAPOQUE -AP

2025

CLEITIANE DE SOUZA FIEL
NANOAY BATISTA RODRIGUES

**DESAFIOS E PERSPECTIVAS DO EMPREENDEDORISMO INDÍGENA NA
ALDEIA SANTA IZABEL, NO MUNICÍPIO DE OIAPOQUE – AP**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso superior de Tecnologia em Gestão Comercial, do Instituto Federal do Amapá – IFAP.

Orientador: Prof. Me. José Henrique Mendes Crizostomo.

OIAPOQUE - AP

2025

Biblioteca Institucional - IFAP
Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

- F452d Fiel, Cleitiane de Souza
 Desafios e perspectivas do empreendedorismo indígena na aldeia Santa Izabel, no município de Oiapoque-AP / Cleitiane de Souza Fiel, Nanoay Batista Rodrigues. - Oiapoque, 2025.
 49 f.: il.
- Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -- Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá, Campus Oiapoque, Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, 2025.
- Orientador: Me. José Henrique Mendes Crizostomo.
1. Empreendedorismo indígena. 2. Autonomia econômica. 3. Cultura.. I. Rodrigues, Nanoay Batista . I. Crizostomo, Me. José Henrique Mendes , orient. II. Título.
-


NANOAY BATISTA RODRIGUES
CLEITIANE DE SOUZA FIEL

**DESAFIOS E PERSPECTIVAS DO EMPREENDEDORISMO INDÍGENA NA
ALDEIA SANTA IZABEL, NO MUNICÍPIO DE OIAPOQUE – AP**


Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso superior de Tecnologia em Gestão Comercial, do Instituto Federal do Amapá – IFAP.

Orientador: Prof. Msc. José Henrique Mendes Crizostomo.


BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 JOSE HENRIQUE MENDES CRIZOSTOMO
Data: 12/03/2026 22:06:59-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Orientador: Prof. Msc. José Henrique Mendes Crizostomo

Documento assinado digitalmente
 RACHEL DOURADO DA SILVA
Data: 12/03/2026 23:18:01-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profª. Dra. Rachel Dourado da Silva

Documento assinado digitalmente
 MARCELO VICTOR TAVARES COSTA
Data: 13/03/2026 07:23:23-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Me. Marcelo Victor Tavares Costa

Aprovada em: 31/05/2025
Nota: 10

AGRADECIMENTOS

A conclusão deste trabalho representa a materialização de um longo percurso de aprendizado, desafios e superações. Essa trajetória não teria sido possível sem o apoio e a colaboração de diversas pessoas, às quais expresso minha mais profunda gratidão.

Em primeiro lugar, agradecemos a Deus, pela força, resiliência e sabedoria concedidas ao longo dessa caminhada. Sem essa fé e motivação, os desafios enfrentados teriam sido ainda mais difíceis de superar.

Aos nossos familiares, que estiveram ao nosso lado em todos os momentos, oferecendo suporte emocional, palavras de incentivo e compreensão nos períodos mais intensos da jornada acadêmica. O apoio incondicional de vocês foi fundamental para que nós pudéssemos chegar até aqui.

Aos nossos amigos, que souberam respeitar a ausência nos momentos de estudo e, ao mesmo tempo, me proporcionaram momentos de descontração essenciais para manter o equilíbrio durante essa fase desafiadora.

Aos professores, que compartilharam seus conhecimentos e orientações ao longo da nossa formação. Cada ensinamento contribuiu significativamente para o desenvolvimento deste trabalho e para minha evolução acadêmica e profissional.

Um agradecimento especial ao nosso orientador, cuja paciência, dedicação e conselhos foram imprescindíveis para a realização deste estudo. Sua orientação foi essencial para estruturar ideias e alcançar os objetivos propostos.

Aos colegas de curso, com quem dividimos não apenas desafios acadêmicos, mas também aprendizados valiosos e experiências enriquecedoras. O companheirismo e a troca de conhecimentos tornaram essa jornada muito mais produtiva e inspiradora.

Aos profissionais e instituições que contribuíram, direta ou indiretamente, com informações, materiais e suporte técnico para a realização deste trabalho. Sem essa colaboração, muitos aspectos deste estudo não teriam sido possíveis.

Agradecemos também a todas as pessoas que, de alguma forma, me incentivaram e acreditaram no nosso potencial, mesmo que com um simples gesto ou palavra de motivação. Pequenas atitudes tiveram um grande impacto nessa trajetória.

Por fim, somos gratas a todos que, direta ou indiretamente, fizeram parte desse processo. Cada contribuição foi essencial para que este trabalho fosse concluído com êxito. A todos, o nosso mais sincero obrigado!

“O conhecimento serve para encantar as pessoas, não para humilhá-las.”

MÁRIO SÉRGIO CORTELLA

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo identificar e analisar os desafios e perspectivas do empreendedorismo indígena na Aldeia Santa Izabel, localizada no município de Oiapoque, no estado do Amapá. Para isso, utilizou-se uma abordagem qualitativa por meio de um estudo de caso, com a realização de entrevistas semiestruturadas com empreendedores indígenas da comunidade. Da análise dos dados temos que o empreendedorismo proporciona autonomia econômica e fortalece a preservação cultural e a transmissão de saberes ancestrais. No entanto há uma série de problemas enfrentados pelos empreendedores indígenas que acabam limitando a repercussão desta atividade econômica, sendo os principais o acesso limitado a mercados, a ausência de apoio governamental e a desvalorização dos produtos tradicionais comercializados. Conclui-se que, para garantir a sustentabilidade dessas iniciativas, é necessário implementar políticas públicas, viabilizar a capacitação dos empreendedores e ampliar as oportunidades de comercialização. O estudo destaca ainda a importância de reconhecer e apoiar o empreendedorismo indígena como uma ferramenta de autonomia econômica e valorização cultural.

Palavras-chave: empreendedorismo indígena; autonomia econômica; cultura.

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the challenges and perspectives of indigenous entrepreneurship in the Santa Izabel Village, located in the municipality of Oiapoque, in the state of Amapá. To this end, a qualitative approach was used through a case study, involving semi-structured interviews with indigenous entrepreneurs from the community. From the data analysis, it is evident that entrepreneurship provides economic autonomy and strengthens cultural preservation and the transmission of ancestral knowledge. However, there are a series of problems faced by indigenous entrepreneurs that ultimately limit the impact of this economic activity, with the main issues being limited access to markets, the absence of government support, and the devaluation of traditional products sold. It is concluded that, to ensure the sustainability of these initiatives, it is necessary to implement public policies, facilitate the training of entrepreneurs, and expand opportunities for commercialization. The study also highlights the importance of recognizing and supporting indigenous entrepreneurship as a tool for economic autonomy and cultural appreciation.

Keywords: indigenous entrepreneurship; economic autonomy; culture.

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	8
2.	REFERENCIAL TEORICO.....	10
2.1	Histórico sobre a comunidade, cultura e os modos de empreender.....	10
2.2	O conceito de empreendedorismo e suas especificidades no contexto indígena	12
2.3	Desafios enfrentados pelos empreendedores indígenas.....	14
2.4	Benefícios do empreendedorismo indígena para a comunidade.....	16
2.5	O papel das políticas públicas no empreendedorismo indígena.....	17
2.6	O empreendedorismo indígena e a sustentabilidade ambiental.....	19
2.7	Desafios culturais e sociais no empreendedorismo indígena.....	21
2.8	Desafios no empreendedorismo indígena e propostas para o fortalecimento econômico.....	23
3.	O EMPREENDEDORISMO INDÍGENA NA ALDEIA SANTA IZABEL: OS DADOS LEVANTADOS PELA PESQUISA.....	25
3.1	Oportunidades para o fortalecimento do empreendedorismo indígena na Aldeia Santa Izabel.....	25
3.2	Apresentação e discussão dos resultados: empreendedorismo indígena e suas dinâmicas, desafios e perspectivas.....	27
3.3	Oportunidades para o fortalecimento do empreendedorismo indígena na Aldeia Santa Izabel.....	38
4.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	40
	REFERÊNCIAS.....	43
	APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA.....	45
	ANEXO A – RELATO DOS EMPREENDEDORES INDÍGENAS ENTREVISTADOS.....	47

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um fenômeno socioeconômico caracterizado pela capacidade de identificar oportunidades, inovar e criar soluções para atender demandas do mercado (SEBRAE, 2023). No contexto indígena, essa prática tem se consolidado como uma estratégia de resistência e autonomia econômica, permitindo a geração de renda e a valorização cultural, ao mesmo tempo em que preserva práticas tradicionais (Silva; Gomes, 2022).

A Aldeia Santa Izabel, localizada no município de Oiapoque, Amapá, enfrenta desafios significativos para o fortalecimento do empreendedorismo indígena, mas a resiliência da comunidade tem sido um fator essencial para a continuidade dessas atividades. O uso de matérias-primas regionais na confecção de produtos e a adoção de estratégias para ampliar a comercialização demonstram a capacidade de adaptação dessas comunidades ao cenário econômico contemporâneo (Batista; Costa; Amorim, 2024).

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) aponta que a população indígena do Amapá soma 11.334 pessoas, das quais aproximadamente 70% estão envolvidas em atividades empreendedoras (IBGE, 2022). Esses dados reforçam a necessidade de fomentar políticas públicas que garantam infraestrutura, acesso a financiamentos e capacitação para esses povos, permitindo que suas atividades sejam expandidas de forma sustentável. Entretanto, apesar do potencial do empreendedorismo indígena, os desafios relacionados à falta de políticas públicas, o acesso restrito a mercados e a ausência de suporte técnico permanecem como barreiras para o desenvolvimento dessas iniciativas (SEBRAE, 2023).

A disseminação do conhecimento sobre o empreendedorismo indígena e sua importância para o desenvolvimento econômico e cultural do país é essencial. Estudos indicam que a desvalorização da arte e do trabalho indígena, somada à falta de espaços adequados para comercialização, perpetua desigualdades históricas enfrentadas por essas comunidades (Anselmo; Dutra, 2018). Assim, torna-se relevante viabilizar debates e iniciativas que incentivem a capacitação, a criação de redes de comercialização e a valorização dos produtos indígenas no mercado nacional.

Diante do exposto, este estudo tem como objetivo geral analisar os desafios e perspectivas do empreendedorismo indígena na Aldeia Santa Izabel, no município de Oiapoque, destacando como essas iniciativas contribuem para a autonomia econômica e a preservação cultural da comunidade. Além disso, tem como objetivos específicos identificar os principais problemas enfrentados pelos empreendedores indígenas na comercialização de

seus produtos, analisar as estratégias adotadas pela comunidade para superar dificuldades estruturais e ampliar o mercado de produtos tradicionais, investigar a contribuição do empreendedorismo indígena para a valorização cultural e a manutenção dos saberes ancestrais, avaliar a importância do apoio institucional e das políticas públicas no fortalecimento dessas iniciativas e compreender as perspectivas futuras dos empreendedores em relação à sustentabilidade e ao crescimento de seus negócios.

Para alcançar tais objetivos, esta pesquisa analisará as práticas empreendedoras desenvolvidas na Aldeia Santa Izabel, investigando os desafios e perspectivas percebidas pela comunidade indígena, com o intuito de fortalecer sua atuação no mercado. O empreendedorismo tem se mostrado uma ferramenta fundamental para fomentar a autonomia financeira das comunidades indígenas, sendo que seu potencial só poderá ser plenamente explorado com apoio institucional e políticas inclusivas que oportunizem sua valorização e crescimento sustentável.

O presente trabalho está estruturado do seguinte modo: além da presente introdução, no Capítulo 2 apresentamos o referencial teórico que norteia este trabalho, abordando o debate acerca do empreendedorismo além de abordarmos elementos atinentes à comunidade indígena, cultura e modos de empreender e as especificidades do empreendedorismo no contexto indígena. No Capítulo 3, realizamos uma abordagem acerca do caminho da pesquisa, apresentando sua metodologia, os dados coletados e a análise dos mesmos. Por fim, no capítulo 4 tecemos nossas considerações finais sobre a pesquisa, apresentando suas problemáticas e sugerindo possíveis saídas para as dificuldades e desafios encontrados, bem como apresentando também os elementos potenciais para o êxito do fenômeno pesquisado.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Histórico sobre a comunidade, cultura e os modos de empreender

A aldeia Santa Izabel está localizada na terra indígena Uaçá, no município de Oiapoque, estado do Amapá. Esse território é tradicionalmente ocupado pelos povos Karipuna, Palikur, Galibi Kali'nã e Galibi Marworno, que, ao longo dos anos, construiu uma identidade cultural singular, baseada na convivência coletiva, na valorização das línguas indígenas e na transmissão de saberes ancestrais (Campetela *et al.*, 2017). A organização social e econômica da comunidade sempre esteve associada à produção de bens de subsistência e à comercialização de produtos agrícolas e artesanais, práticas que, apesar das mudanças históricas, continuam a incentivar na economia local (Santos Silva, 2018).

A economia tradicional da aldeia Santa Izabel é marcada pela agricultura de subsistência, com proeminência para o cultivo da mandioca e a produção de farinha, além da pesca e do extrativismo. Entretanto, com o avanço das relações de mercado e a crescente inserção dos indígenas em atividades assalariadas, principalmente nos setores de educação e saúde, a comunidade tem passado por transformações econômicas (Santos Silva, 2018). Estas refletem a necessidade de adaptação a uma nova realidade, levando os moradores a buscarem formas alternativas de geração de renda, muitas vezes conciliando práticas tradicionais com processos contemporâneas de empreendedorismo.

O artesanato, produzido com base em técnicas habituais e materiais naturais, como fibras, sementes e madeira, tem se apartado como uma das principais formas de geração de renda. A falta de estrutura para a venda desses produtos e o acesso limitado a mercados mais amplos representam um dos desafios para os empreendedores indígenas (Santos Silva, 2018). A desvalorização do conhecimento tradicional e a ausência de políticas públicas de incentivo à comercialização reforçam as dificuldades enfrentadas (Campetela *et al.*, 2017).

Quando se fala em desenvolvimento do empreendedorismo na Aldeia Santa Izabel é a infraestrutura, que impacta diretamente a capacidade produtiva. A falta de fornecimento regular de energia elétrica afeta a qualidade de vida da comunidade e limita as possibilidades de expansão dos negócios. Nesse contexto, há uma demanda crescente por iniciativas que ofereçam o acesso a recursos básicos para fortalecer as atividades empreendedoras. A capacitação técnica e a formação em gestão e comercialização para que os indígenas possam desenvolver suas práticas empreendedoras de forma sustentável (Santos Silva, 2018).

O empreendedorismo na Aldeia Santa Izabel funciona como uma ferramenta de preservação cultural. Os Karipuna utilizam seus saberes ancestrais na produção de artesanato e outros bens, reforçando a pertinência de sua cultura e identidade (Campetela *et al.*, 2017). A transmissão desses conhecimentos ocorre de geração em geração, o que fortalece as tradições e garante a continuidade das práticas culturais ao longo do tempo (Santos Silva, 2018).

A comunidade busca alternativas para superar os problemas estruturais, como a formação de redes de cooperação e o aproveitamento de matérias-primas locais. Esses recursos permitem ampliar a produção e viabilizar a comercialização em mercados externos, embora a ausência de apoio governamental ainda limite o alcance dessas iniciativas. O fortalecimento das atividades produtivas está diretamente ligado à efetivação de políticas públicas penhorem condições básicas para o desenvolvimento econômico sustentável (Santos Silva, 2018).

A relação entre os saberes tradicionais e as práticas empreendedoras desta comunidade evidencia a importância de preservar o patrimônio cultural enquanto se adapta às demandas do mercado contemporâneo. Esse equilíbrio assevera a autonomia econômica e a valorização da cultura indígena, permitindo que os Karipuna mantenham suas tradições sem renunciar ao desenvolvimento social e econômico (Campetela *et al.*, 2017). A formação de jovens indígenas na gestão de negócios tem sido uma das maneiras adotada pela comunidade para dar continuidade das práticas empreendedoras. Ao investir na capacitação das novas gerações, a aldeia busca fortalecer suas atividades econômicas e ampliar sua presença em mercados mais amplos, visando a sustentabilidade do empreendedorismo indígena no longo prazo (Santos Silva, 2018).

A relação entre território e identidade cultural é um aspecto central no empreendedorismo indígena. Para os Karipuna, o território é muito mais do que um espaço geográfico, é um elemento simbólico que sustenta suas práticas culturais e produtivas. A exploração sustentável dos recursos naturais reforça essa conexão, permitindo que a comunidade desenvolva atividades econômicas sem comprometer o equilíbrio ambiental (Campetela *et al.*, 2017).

A ausência de políticas públicas específicas para o fortalecimento do empreendedorismo indígena tem sido apontada como uma das principais dificuldades enfrentadas pelas comunidades. A falta de acesso a crédito, infraestrutura adequada e programas de capacitação limita o potencial de crescimento das iniciativas empreendedoras na Aldeia Santa Izabel. Apesar dos problemas, a comunidade de Santa Izabel demonstra resiliência e criatividade ao adaptar suas práticas tradicionais às novas demandas do mercado.

O uso de tecnologias de comunicação, como redes sociais, tem sido um plano para aumentar a visibilidade dos produtos indígenas e facilitar a comercialização em mercados urbanos (Santos Silva, 2018). Essas iniciativas mostram a capacidade da comunidade de se reinventar e expandir suas atividades empreendedoras. O fortalecimento do empreendedorismo indígena depende de uma integração que envolva políticas públicas, apoio institucional e reconhecimento do valor cultural dos produtos indígenas. A valorização dessas iniciativas reforça a importância da preservação dos saberes ancestrais para as futuras gerações (Campetela *et al.*, 2017).

Figura 1 – Brincos artesanais com penas coloridas.



Fonte: Acervo dos autores, 2025.

2.2. O conceito de empreendedorismo e suas especificidades no contexto indígena

O empreendedorismo, em sua concepção mais ampla, pode ser entendido como a habilidade de identificar oportunidades, inovar e implementar soluções que gerem valor econômico e social. O conceito tradicional de empreendedorismo, que se foca em maximizar o lucro e o crescimento econômico, não captura completamente as complexidades nas comunidades indígenas. Para esses povos, este vai além da geração de riqueza material e engloba aspectos culturais, espirituais e sociais, o que torna essa prática singular (Sebrae, 2023).

No contexto indígena, o empreendedorismo tem como premissa a preservação dos saberes ancestrais e o respeito à natureza. Essas comunidades possuem uma relação íntima com o meio ambiente, que é visto como um recurso econômico e uma parte vital de sua cosmovisão. Que está fundamentado em princípios de sustentabilidade, de modo a garantir

que as práticas empreendedoras não comprometam o equilíbrio ecológico (Silva; Gomes, 2022).

Uma das características mais marcantes do empreendedorismo indígena é a valorização da cultura e a manutenção da identidade étnica. Em vez de adotar modelos empresariais tradicionais, as comunidades indígenas preferem integrar suas práticas com elementos culturais que reforçam seus costumes e tradições. O que inclui, por exemplo, a produção de artesanato, como uma forte função simbólica e ritualística. Esse aspecto é um meio de resistência à homogeneização cultural e de afirmação das particularidades indígenas dentro de uma sociedade globalizada (Mendes; Belizario, 2024).

Em muitas comunidades, as decisões sobre as práticas empreendedoras são tomadas de forma comunitária, com todos os membros envolvidos nas escolhas sobre o que produzir e como comercializar. Esse aspecto avulta a ideia de que o empreendedorismo nas comunidades indígenas pela integração ao bem-estar coletivo e ao fortalecimento da coesão social (Santos Silva, 2018). Ao contrário das empresas tradicionais, nas quais o foco é muitas vezes voltado para o lucro individual, nas comunidades indígenas o lucro é visto como algo a ser compartilhado entre todos, contribuindo para o bem-estar coletivo.

A diversidade de iniciativas empreendedoras nas aldeias indígenas brasileiras demonstra como o empreendedorismo pode ser adaptado para atender às necessidades e objetivos de diferentes grupos. Por exemplo, o artesanato, além de ser uma fonte de renda, também exerce o papel de preservar técnicas tradicionais e na transmissão de conhecimentos entre as gerações. A produção de objetos como cestos, colares, tapetes e outros itens artesanais se baseia em saberes passados de geração em geração, para que este esteja alinhado com a preservação cultural (Campetela *et al.*, 2017).

Muitas comunidades indígenas, como a Aldeia Santa Izabel, têm se dedicado à agricultura sustentável e à comercialização de produtos típicos, como frutas, raízes e ervas. Essas atividades geram renda, mas também permitem que as comunidades se tornem menos dependentes de recursos externos, promovendo a autonomia econômica e a segurança alimentar (Mendes; Belizario, 2024).

A busca por alternativas de geração de renda está relacionada também ao fortalecimento do empoderamento feminino. Em diversas regiões, as mulheres indígenas têm se destacado no empreendedorismo, seja por meio de organizações como a Organização de Mulheres Indígenas de Roraima (OMIR) e associações como a Associação das Mulheres Indígenas em Mutirão (AMIM), seja com a produção de artesanato ou na liderança de iniciativas de agricultura familiar. Esta vertente empreendedora feminina nas aldeias se reflete

na consolidação das lideranças femininas e no reconhecimento da importância da mulher na preservação da cultura indígena (Silva *et al.*, 2022).

Apesar do forte vínculo entre empreendedorismo indígena e empoderamento feminino, há falta de acesso a crédito e recursos financeiros que acaba dificultando a expansão das atividades das mulheres indígenas empreendedoras. A infraestrutura limitada e a dificuldade de acesso a mercados consumidores maiores também são barreiras para o sucesso do empreendedorismo nas comunidades indígenas (Oliveira, 2024). Superar estas limitações exige uma ação coordenada entre as próprias comunidades, o governo e as organizações não governamentais, para que soluções eficazes sejam implementadas. Iniciativas que buscam apoiá-las, com treinamentos, recursos e acessos a mercados, têm mostrado resultados positivos. Ajudando na autossuficiência econômica, ao mesmo tempo em que respeitam e valorizam as práticas culturais indígenas, assentindo que os povos originários prosperem sem renunciar a sua identidade (Sebrae, 2023).

2.3. Desafios enfrentados pelos empreendedores indígenas

A desvalorização dos produtos tradicionais é um problema recorrente para os empreendedores indígenas. Muitos consumidores e até mesmo agentes econômicos, como distribuidores e comerciantes, percebem os itens produzidos pelas comunidades como de baixo valor agregado em comparação aos produtos industrializados. Esse estigma é prejudicial, pois limita o reconhecimento e a valorização da arte e da cultura indígena, que muitas vezes estão presentes nos produtos comercializados, como o artesanato, tecidos e alimentos (Silva; Gomes, 2022). Sem o apoio de programas de capacitação e recursos financeiros acessíveis, os indígenas se veem limitados em sua capacidade de expandir e sustentar seus negócios. A falta de linhas de crédito específicas e a escassez de políticas públicas voltadas para a inclusão financeira desses grupos tornam a gestão e o crescimento de seus empreendimentos mais desafiadores (Silva *et al.*, 2022).

A dificuldade de acesso ao crédito é um dos maiores problemas, muitas vezes os empreendedores não possuem garantias financeiras ou histórico bancário que possam respaldar pedidos de financiamento. Essa realidade impede que as comunidades indígenas possam investir em melhorias em seus processos produtivos ou ampliar suas operações, limitando suas capacidades de inovação e competitividade no mercado (Silva; Gomes, 2022).

A distância entre as aldeias e os centros urbanos, onde estão localizados os maiores mercados consumidores, implica em altos custos de transporte, dificuldade de comunicação e

limitações de infraestrutura. Essas atribuições logísticas tornam o comércio de produtos indígenas mais caro e, conseqüentemente, menos competitivo em comparação com os produtos industriais, que conseguem ser distribuídos de forma mais eficiente e com custos mais baixos (Oliveira, 2024). Existe uma visão distorcida de que os produtos das comunidades indígenas devem se restringir apenas ao artesanato e à produção de bens simples e tradicionais. Esse estereótipo limita a diversidade e a inovação que podem trazer ao mercado, impedindo que seus produtos sejam reconhecidos em sua totalidade e com o valor que realmente possuem. A discriminação cultural também se reflete no modo como esses produtos são apresentados no mercado, muitas vezes sendo vistos apenas como peças exóticas ou curiosidades (Silva; Gomes, 2022).

Embora muitas comunidades indígenas busquem inovar e diversificar suas produções, há uma resistência tanto interna quanto externa que restringe essa possibilidade. Internamente, algumas comunidades precisam conciliar o desejo de preservar suas tradições com a necessidade de se adaptar ao mercado contemporâneo. Externamente, o mercado não reconhece e nem valoriza adequadamente as inovações, o que acaba limitando as alternativas de desenvolvimento dos empreendedores indígenas (Campetela et al., 2017).

A falta de políticas públicas também interfere diretamente a educação empreendedora nas comunidades indígenas. Sem programas adequados de capacitação e formação profissional, muitos indígenas não têm acesso ao conhecimento necessário para gerir seus negócios de maneira eficiente. O que limita as chances de sucesso a longo prazo e coloca em risco a sustentabilidade dos empreendimentos, em um contexto em que a competitividade do mercado exige habilidades tanto técnicas quanto gerenciais (Silva *et al.*, 2022).

Outro ponto crítico é o impacto das políticas ambientais, que, embora provenientes para a preservação das terras indígenas, muitas vezes acabam problematizando o desenvolvimento econômico dessas comunidades. A implementação de certas políticas de preservação ambiental pode restringir o uso de recursos naturais, o que limita as opções de negócios para os empreendedores indígenas, principalmente aqueles que dependem da extração de matérias-primas para o artesanato ou para a produção agrícola (Oliveira, 2024).

As relações de poder também são um fator importante na dinâmica empreendedora indígena. Onde muitas vezes, as autoridades locais e federais, muitas vezes permeadas por desconfiança ou falta de compreensão mútua, tornam-se um problema para o sucesso dos negócios indígenas. A falta de representação política adequada e a dificuldade de acessar recursos governamentais comprometem as chances de obtenção de apoio institucional para o crescimento dos empreendimentos (Santos Silva, 2018).

Em relação à geração de renda, as comunidades indígenas têm uma grande dependência das suas práticas tradicionais, o que limita suas oportunidades de diversificação econômica. A resistência em diversificar os produtos ou os mercados, associada à falta de recursos financeiros e tecnológicos, acaba tornando as comunidades vulneráveis a crises externas, como variações no preço de seus produtos ou mudanças nas demandas do mercado (Mendes; Belizário, 2024).

O empreendedorismo nas comunidades indígenas precisa ser compreendido dentro de um contexto mais amplo, no qual as questões culturais, ambientais e sociais estão entrelaçadas. O desafio é criar soluções que respeitem esses valores sem negligenciar as necessidades de inserção econômica no mundo contemporâneo (Sebrae, 2023).

2.4. Benefícios do empreendedorismo indígena para a comunidade

O empreendedorismo indígena oferece uma gama de benefícios que vão além da simples geração de renda. A autonomia econômica conquistada por meio de iniciativas empreendedoras permite que as comunidades indígenas reduzam sua dependência de políticas assistenciais, favorecendo uma maior dignidade e controle sobre suas próprias condições de vida (Silva; Gomes, 2022). Ao gerenciar seus próprios negócios, as comunidades podem moldar seu desenvolvimento de acordo com suas próprias necessidades, priorizando soluções que respeitem suas tradições e valores culturais.

A produção de artesanato e a comercialização de produtos tradicionais são atividades que, além de garantir a geração de renda, atuam como um elo entre as gerações, mantendo vivos os saberes ancestrais (Campetela *et al.*, 2017). Essas práticas diligenciam a reflexão sobre a importância de manter essas tradições vivas em um contexto de modernização. De acordo com Silva et al. (2022):

O empreendedorismo indígena é visto como uma ferramenta poderosa para o fortalecimento da identidade cultural e autonomia econômica das comunidades. Ao se engajar em atividades empreendedoras, as comunidades indígenas têm a oportunidade de integrar saberes tradicionais com as novas demandas do mercado, criando uma ponte entre passado e futuro. A adaptação às novas tecnologias e a inserção no mercado digital também ampliam as possibilidades de crescimento e acesso a mercados mais amplos, permitindo a geração de renda sem perder a conexão com suas raízes culturais. (SILVA *et al.*, 2022, p. 16).

A inserção dos indígenas no mercado de trabalho através do empreendedorismo fortalece a autoestima das comunidades, contribuindo para um senso de pertencimento e orgulho cultural (Santos Silva, 2018). As iniciativas empreendedoras ajudam os membros das comunidades a se reconhecerem como agentes de mudança, capazes de atuarem ativamente para o desenvolvimento de suas aldeias, ao mesmo tempo em que preservam sua identidade e história. Ao buscar capacitação e adaptar-se ao mercado moderno, muitas aldeias têm conseguido manter suas práticas tradicionais e ao mesmo tempo se diversificar. O uso de tecnologias digitais, por exemplo, tem ampliado as oportunidades de comercialização para os empreendedores indígenas, permitindo que seus produtos cheguem a mercados mais amplos e, assim, aumentem as suas fontes de renda (Silva *et al.*, 2022).

A cooperação entre os membros da comunidade também se fortalece à medida que as atividades empreendedoras exigem trabalho coletivo. Muitas vezes, os empreendedores indígenas trabalham em conjunto, seja na produção de um item ou no compartilhamento de conhecimento. O que fortalece os laços dentro da comunidade e cria uma rede de apoio mútuo, essencial para o sucesso de qualquer empreendimento. Através de redes de colaboração, as aldeias podem acessar recursos, capacitações e mercados mais amplos, beneficiando-se da troca de experiências e práticas. Ampliando as possibilidades de crescimento e expansão dos negócios, ao mesmo tempo em que preserva os valores tradicionais das comunidades indígenas.

Muitas das iniciativas estão fundamentadas em práticas sustentáveis que respeitam o meio ambiente, como a agricultura orgânica, a produção de artesanato com materiais naturais e o cumprimento de técnicas tradicionais de manejo de recursos. Essas práticas contribuem para a manutenção do equilíbrio ecológico e a sobrevivência das comunidades que dependem diretamente do seu território para garantir a subsistência.

2.5. O papel das políticas públicas no empreendedorismo indígena

O acesso ao financiamento para que os empreendedores são de grande relevância para que estes possam expandir suas atividades, adquirir novos equipamentos e desenvolver projetos mais complexos. No entanto, muitas comunidades enfrentam dificuldades devido à falta de garantias, ao desconhecimento das condições de crédito ou à exclusão das políticas tradicionais de microcrédito (Oliveira, 2024). A criação de programas específicos, que considerem a realidade indígena, pode ser uma solução para essa questão, permitindo que os empreendedores indígenas acessem o capital necessário para alavancar seus negócios.

A educação e a formação em gestão, finanças e marketing são competências que podem aumentar significativamente a competitividade das empresas indígenas. Entretanto, muitas comunidades ainda têm acesso limitado a programas de capacitação voltados esse tema. A implementação de cursos adaptados às necessidades das comunidades indígenas, com conteúdo que respeitem sua língua e cultura, é uma forma de garantir que esses indivíduos possam se capacitar sem perder sua identidade cultural (Santos Silva, 2018). Muitas comunidades estão localizadas em regiões remotas, com pouca ou nenhuma infraestrutura básica, como transporte adequado, energia elétrica e acesso à internet, fatores que limitam a capacidade dos empreendedores indígenas de acessar mercados mais amplos, o que impacta diretamente no crescimento de seus negócios. Políticas públicas que investem na construção de estradas, no fornecimento de energia renovável e no aumento do acesso à internet são essenciais para superar essas barreiras e ampliar as oportunidades de desenvolvimento (Campetela *et al.*, 2017).

Muitos dos produtos criados pelas comunidades, como o artesanato, alimentos tradicionais e remédios naturais, possuem grande valor cultural e estético. Contudo, enfrentam desafios no mercado, especialmente no que diz respeito à valorização e aceitação desses itens. As políticas públicas podem atuar como mediadoras nesse processo, criando feiras e eventos que promovam os produtos indígenas, além de estabelecer canais de distribuição que permitam a esses empreendedores acessarem novos mercados, tanto no Brasil quanto no exterior (Silva; Gomes, 2022).

Muitas vezes, as comunidades indígenas carecem de uma rede de suporte que as ajude a superar dificuldades técnicas e de gestão. O apoio de organizações não governamentais, universidades e empresas podem ser fundamental para ampliar a capacitação, melhorar a visibilidade dos produtos e garantir que os empreendedores indígenas tenham acesso a informações atualizadas sobre tendências de mercado e inovações tecnológicas.

Figura 2 – Arte artesanal em miçangas com padrão geométrico nas cores amarelo, laranja e preto.



Fonte: Acervo dos autores, 2025.

2.6. O empreendedorismo indígena e a sustentabilidade ambiental

O empreendedorismo indígena, ao integrar a preservação cultural com práticas sustentáveis, mantém a recuperação dos ecossistemas, sendo uma das formas mais eficazes de conservação ambiental. O que ocorre porque muitas comunidades indígenas possuem um profundo entendimento sobre os recursos naturais ao seu redor, cultivando um equilíbrio que favorece tanto a sustentabilidade ecológica quanto o bem-estar social e econômico (Santos Silva, 2018). Por exemplo, a produção de itens artesanais em algumas aldeias não envolve apenas a fabricação de produtos para venda, mas também a preservação de espécies vegetais e a utilização de matérias-primas que, de outra forma, poderiam ser desvalorizadas ou destruídas (Silva; Gomes, 2022). Esse modelo de negócio, ao integrar o respeito pela natureza, traz à tona a importância de um desenvolvimento que não degrada os ecossistemas, mas os valoriza e os preserva.

O empreendedorismo indígena é, portanto, uma poderosa ferramenta que fortalece a sustentabilidade ambiental, pois as práticas realizadas nas comunidades indígenas, em geral, estão conectadas a uma visão de longo prazo, em equilíbrio com o meio ambiente. Em muitos casos, as práticas de manejo sustentável de recursos naturais – como o plantio e o cultivo de variedades agrícolas nativas – valem para a manutenção da biodiversidade e para o combate ao desmatamento (Mendes; Belizario, 2024). O exemplo da Aldeia Santa Izabel demonstra como o empreendedorismo indígena pode ser uma forma de resistir à pressão de atividades predatórias, como a exploração de madeira e mineração, que ameaçam a integridade de seus territórios. O artesanato indígena, ao ser valorizado e comercializado, gera uma alternativa economicamente viável e sustentável para essas populações, sem causar danos ao meio ambiente (Campetela *et al.*, 2017).

A utilização de plataformas digitais para a comercialização de produtos não apenas aumenta a visibilidade das mercadorias, mas também minimiza a necessidade de transporte físico, que é uma das grandes fontes de poluição no comércio convencional. Esse tipo de inovação assiste para a criação de um modelo de negócio que reduz a pegada de carbono, respeitando os princípios da economia verde e da responsabilidade ambiental (Oliveira, 2024).

A valorização das práticas empreendedoras indígenas é uma resposta direta ao crescente interesse por modelos de desenvolvimento econômico que sejam ecológicos e éticos. O mercado global, cada vez mais consciente dos impactos ambientais de suas escolhas, tem buscado alternativas sustentáveis e socialmente responsáveis, o que capacita o ingresso dos produtos indígenas nesse nicho de mercado. Ao adotar uma postura de responsabilidade

ambiental, as comunidades indígenas têm a oportunidade de ampliar suas possibilidades econômicas, ao mesmo tempo em que se afirmam como defensoras da biodiversidade e do desenvolvimento sustentável (Silva *et al.*, 2022).

É importante, no entanto, que os governos e organizações internacionais reconheçam o potencial ambiental do empreendedorismo indígena, apoiando as comunidades na preservação e manejo sustentável de seus recursos naturais. Para isso, é fundamental a implementação de políticas públicas que favoreçam o acesso das populações indígenas a incentivos para práticas sustentáveis, como a criação de linhas de crédito voltadas para o fortalecimento de negócios ecológicos e para a capacitação em práticas agrícolas sustentáveis (Silva, 2022). Com a combinação do saber ancestral e do conhecimento moderno, os empreendedores indígenas podem se tornar verdadeiros agentes de transformação, influenciando positivamente outras comunidades e apoiando para a criação de um modelo de desenvolvimento que promova o bem-estar humano e ambiental de forma equilibrada (Mendes; Belizario, 2024).

O empreendedorismo indígena, ao se alinhar com a sustentabilidade ambiental, também colabora para a consolidação da identidade e da autonomia das comunidades. O ato de produzir e comercializar produtos que são culturalmente significativos e ambientalmente responsáveis gera uma sensação de pertencimento e orgulho nas comunidades, ao mesmo tempo em que reforça a importância de suas práticas tradicionais no contexto contemporâneo (Campetela *et al.*, 2017). Essa conexão entre tradição, cultura e sustentabilidade é uma das grandes riquezas do empreendedorismo indígena.

As comunidades enfrentam pressões externas para se adequar aos padrões de mercado e, muitas vezes, essa adaptação pode entrar em conflito com os princípios tradicionais que priorizam o equilíbrio e a preservação. A comercialização de produtos que demandam a extração de recursos naturais, mesmo que de maneira controlada e sustentável, ainda enfrenta resistência de setores que consideram essas práticas prejudiciais ao meio ambiente. É nesse contexto que o apoio institucional se torna essencial para segurar que as iniciativas empreendedoras possam prosperar sem comprometer os valores de preservação e sustentabilidade (Sebrae, 2023).

O fortalecimento dessa forma de empreendedorismo pode resultar em benefícios econômicos e em uma maior conscientização sobre a importância de respeitar os ecossistemas e as culturas que dependem diretamente deles, criando um modelo de desenvolvimento mais inclusivo e sustentável para todos (Silva *et al.*, 2022).

Figura 3 – Pulseiras artesanais em miçangas com padrões geométricos e cores variadas.



Fonte: Acervo dos autores, 2025.

2.7 Desafios culturais e sociais no empreendedorismo indígena

O empreendedorismo indígena, particularmente na Aldeia Santa Izabel, enfrenta diversos desafios culturais e sociais que impactam diretamente as práticas e o sucesso das iniciativas comerciais. Estes se restringem às dificuldades econômicas e as questões de identidade, preservação cultural e adaptação às novas dinâmicas do mercado, sem renunciar às tradições. O processo de adaptação ao mercado moderno exige dos empreendedores indígenas uma constante negociação entre o reconhecimento da identidade cultural e a necessidade de se inserir no mercado globalizado (Santos Silva, 2018).

A desvalorização do trabalho artesanal indígena é um dos maiores obstáculos culturais. Muitos produtos indígenas, como artesanatos e objetos tradicionais, não são reconhecidos ou valorizados como produtos de qualidade no mercado. Isso se deve, em parte, ao preconceito cultural que ainda persiste na sociedade brasileira, onde os trabalhos indígenas são frequentemente vistos de forma estigmatizada e associada a uma ideia de primitivismo. O artesanato indígena, por exemplo, é frequentemente considerado um produto inferior em relação aos bens industrializados, o que reduz seu valor no mercado e dificulta a geração de renda por parte dos empreendedores da aldeia (Mendes & Belizario, 2024).

Adentro disso, muitos empreendedores enfrentam a resistência à modernização dentro da própria comunidade. A transição de práticas tradicionais para formas mais formais de empreendedorismo, como a adoção de tecnologias de marketing digital e a gestão financeira, é vista com ceticismo por uma parcela da população indígena. Essa desconfiança cultural à mudança se traduz em uma dificuldade de adaptação às demandas de um mercado competitivo. A introdução de novas práticas de negócios deve ser feita de forma sensível, respeitando as crenças e valores culturais da comunidade (Silva *et al.*, 2022).

A maioria dos empreendedores indígenas não possui formação acadêmica ou profissional na área de gestão, o que limita suas habilidades para administrar suas atividades comerciais de maneira eficiente. A carência de cursos específicos de capacitação voltados para a realidade dos empreendedores indígenas também dificulta o desenvolvimento de novas habilidades, o que impede o crescimento sustentável dos negócios (Batista *et al.*, 2024).

A falta de infraestrutura é um dos maiores problemas vivenciados pelos empreendedores da aldeia Santa Izabel. A aldeia está situada em uma área remota, e a carência de transporte e infraestrutura logística dificulta o escoamento dos produtos. O custo de transporte para mercados externos, como cidades vizinhas, é alto, o que torna o preço final do produto mais elevado, dificultando a competitividade no mercado. A melhoria das estradas e do transporte nas áreas rurais é fundamental para facilitar a circulação de mercadorias e permitir que os empreendedores acessem um mercado maior e mais diversificado (IBGE, 2022).

A privação de espaços adequados para comercialização se reflete na invisibilidade dos produtos indígenas. Sem mercados fixos ou feiras estabelecidas onde possam expor seus produtos, muitos empreendedores dependem de uma comercialização informal e pouco estruturada. Complicando na fidelização dos clientes e a consistência nas vendas, pois a exposição dos produtos é esporádica e sem um ponto de venda fixo. Para muitos empreendedores, a construção de pontos de venda ou a organização de feiras periódicas poderia representar uma solução para aumentar as vendas e fortalecer as redes de comercialização (Sebrae, 2023).

A exclusão social e o preconceito afetam diretamente o empreendedorismo indígena. Muitas vezes, os produtos indígenas são vistos como exóticos, mas não são considerados produtos legítimos ou competitivos. Esse estigma limita o mercado externo, mas também afeta o reconhecimento das próprias comunidades indígenas. De acordo com Mendes e Belizario (2024), a omissão de uma conscientização ampla sobre o valor cultural e econômico dos produtos indígenas contribui para o isolamento desses empreendedores e para a falta de apoio institucional.

Embora algumas comunidades indígenas estejam começando a utilizar as redes sociais e plataformas digitais para divulgar seus produtos, a maioria ainda luta com o uso de tecnologias. A carestia de conhecimento em ferramentas de marketing digital e a falta de acesso à internet de qualidade nas áreas rurais limitam o alcance de seus produtos. A capacitação em marketing digital e o fornecimento de internet de qualidade nas áreas

indígenas seriam passos importantes para ampliar a visibilidade dos produtos e fortalecer os negócios (Oliveira, 2024).

A troca de saberes, o trabalho coletivo e a ajuda mútua são práticas que, em muitos casos, garantem a continuidade do empreendedorismo na aldeia. No entanto, é importante que essas iniciativas sejam organizadas de maneira mais formal, criando cooperativas e grupos de apoio que permitam aos empreendedores ampliarem suas capacidades e melhorar suas estratégias de comercialização e gestão (Campetela *et al.*, 2017).

A implementação de programas de capacitação, o fortalecimento das infraestruturas locais e o acesso a recursos financeiros garantem a sustentabilidade das iniciativas empreendedoras. As políticas públicas devem ser mais sensíveis às especificidades culturais e geográficas das comunidades indígenas, criando alternativas viáveis para o desenvolvimento econômico sem comprometer a preservação de suas culturas (Santos Silva, 2018). O reconhecimento das práticas culturais e da importância do empreendedorismo indígena para o desenvolvimento econômico das comunidades deve ser incentivado pela sociedade como um todo, especialmente por meio de políticas públicas que apoiem e promovam essas iniciativas (Sebrae, 2023).

2.8 Desafios no empreendedorismo indígena e propostas para o fortalecimento econômico

O empreendedorismo indígena enfrenta desafios históricos e estruturais que dificultam o desenvolvimento das atividades econômicas nas comunidades, como é o caso da Aldeia Santa Izabel, localizada no município de Oiapoque. A falta de infraestrutura básica, como estradas, energia elétrica e acesso à água potável, tem um impacto direto sobre a produção e a comercialização de bens e serviços. Segundo Mendes e Belizário (2024), a infraestrutura precária na capacidade de produção das comunidades, no escoamento dos produtos, tornando os empreendedores locais vulneráveis às condições adversas do mercado.

A produção artesanal e os produtos culturais representam fontes de renda essenciais, mas enfrentam dificuldades de inserção nos mercados regionais e nacionais devido à falta de reconhecimento e valorização. Silva e Gomes (2022) afirmam que a percepção negativa sobre as culturas indígenas, muitas vezes baseada em estereótipos, contribui para a marginalização desses produtos no mercado, restringindo o crescimento das iniciativas empreendedoras. Embora muitos possuam habilidades artísticas e culturais excepcionais, poucos têm acesso a cursos ou programas de treinamento em gestão empresarial, finanças e marketing. Silva *et al.*

(2022) indicam que a educação empreendedora para capacitar os indígenas gerencia seus negócios com eficiência, ampliando suas oportunidades de sucesso no mercado.

Incentivar o consumo de produtos indígenas por meio de campanhas de marketing e eventos culturais pode contribuir para a mudança de percepção do mercado. Segundo Silva e Gomes (2022), ações que incentivem o consumo consciente e a valorização do artesanato e outros produtos culturais podem fortalecer a identidade indígena e gerar mais oportunidades de renda. A utilização de tecnologias digitais é outra proposta para ampliar o alcance dos empreendedores. Silva *et al.* (2022) argumentam que o acesso à internet e a plataformas de e-commerce permitiria aos empreendedores indígenas atingirem novos mercados e aumentar sua competitividade.

A educação intercultural, que integra saberes tradicionais com conhecimentos modernos de gestão e negócios, também é uma proposta de grande importância. Programas educativos que respeitem a cultura indígena e, ao mesmo tempo, ofereçam capacitação em áreas-chave do empreendedorismo, podem fortalecer a autonomia econômica das comunidades. Como afirmam Mendes e Belizário (2024), a educação formal e intercultural tem o potencial de empoderar os indígenas, capacitando-os a utilizar suas habilidades culturais no mercado de forma estratégica e sustentável.

Em uma pesquisa realizada por Mendes e Belizário, ficou claro que a falta de estrutura, capacitação, e o desconhecimento das ferramentas de gestão de negócios representam obstáculos consideráveis para o crescimento dos negócios indígenas:

A formação de redes colaborativas de apoio ao empreendedorismo indígena, a implementação de políticas públicas que promovam a inclusão social e econômica e a utilização de tecnologias para expandir o alcance de mercado são estratégias essenciais para superar esses desafios. Como resultado, é possível vislumbrar um futuro mais promissor para o empreendedorismo indígena, caracterizado pela sustentabilidade econômica e preservação das tradições culturais. (Mendes e Belizário, 2024, p. 22)

Em relação às políticas públicas, os governos precisam reconhecer e respeitar a autonomia das comunidades indígenas, criando iniciativas atendam às suas necessidades econômicas e promovam a preservação de suas culturas e tradições. O empreendedorismo indígena deve ser visto como uma forma de empoderamento cultural e social, além de econômico.

3. O EMPREENDEDORISMO INDÍGENA NA ALDEIA SANTA IZABEL: OS DADOS LEVANTADOS PELA PESQUISA

3.1 Apontamentos metodológicos iniciais.

Figura 4 – Campo de futebol da aldeia Santa Izabel.



Fonte: Acervo dos autores, 2025.

Este estudo segue a abordagem qualitativa, que, segundo Minayo (2001), busca compreender os fenômenos sociais a partir da ótica dos sujeitos envolvidos, considerando seus significados, interpretações e contextos. A pesquisa qualitativa é apropriada para investigações que envolvem experiências humanas, relações sociais e construções culturais, permitindo uma análise mais profunda e subjetiva da realidade estudada. Dessa forma, o método qualitativo foi escolhido por possibilitar a compreensão dos desafios e das estratégias adotadas pelos empreendedores indígenas da Aldeia Santa Izabel.

Dentre as técnicas empregadas, destaca-se a conversação, que consiste na imersão do pesquisador no ambiente estudado, observando e interagindo com os participantes para compreender sua cultura, valores e práticas sociais Minayo, (2001) e Angrosino (2009).

A conversação é uma metodologia essencial para o estudo de comunidades tradicionais, pois permite a descrição dos modos de vida e comportamentos dos povos indígenas, além de possibilitar também uma interação dialógica, baseada na troca de interações, o que possibilita a sedimentação de uma relação de confiança entre o pesquisador e seus interlocutores, favorecendo uma compreensão mais abrangente do campo de pesquisa e possibilitando uma melhor apreensão e interpretação das dinâmicas empreendedoras presentes na Aldeia Santa Izabel.

Para a coleta de dados, além da conversação, foram realizadas 05 (cinco) entrevistas semiestruturadas, sendo 04 mulheres e 01 homem. Segundo Minayo (2001), são fundamentais para pesquisas qualitativas, pois permitem maior flexibilidade, possibilitando que os

entrevistados expressem suas percepções e experiências de forma mais espontânea. As entrevistas seguiram um roteiro pré-estabelecido de 15 (quinze) questões e foram conduzidas com cinco empreendedores indígenas da Aldeia Santa Izabel. As entrevistas foram realizadas na área urbana do município de Oiapoque em diferentes localidades. Duas entrevistas foram realizadas na casa de uma das autoras deste trabalho, uma entrevista foi realizada na feira indígena local e a outra foi realizada de forma espontânea numa área de convivência da cidade. O objetivo foi identificar os desafios enfrentados, as oportunidades de mercado e os fatores estruturais e culturais que influenciam suas atividades comerciais.

Importa esclarecer que a realização do trabalho de campo e das entrevistas ocorreu na área urbana do município de Oiapoque em razão das dificuldades logísticas para traslado até a sede da Aldeia Santa Izabel, que fica distante da área urbana e necessita de deslocamentos realizados por veículo terrestre e também aquático, além de gastos inerentes ao percurso. Além de que o cacique responsável pela Aldeia não respondeu às repetidas solicitações para realização da pesquisa naquele local. Adicionalmente, cumpre sinalizar existem moradores da Aldeia Santa Izabel que também residem na área urbana de Oiapoque, além de que eventualmente alguns moradores se deslocam até a cidade para participarem de feiras para venda de seus produtos, de modo que optamos por nos concentrar em realizar nossa pesquisa na área urbana com tais interlocutores.

A pesquisa foi estruturada em três etapas principais:

- a) Levantamento bibliográfico – Foi realizada uma revisão da literatura sobre empreendedorismo indígena, além de realizar pesquisas com dados referentes à realidade socioeconômica da Aldeia Santa Izabel. Foram consultados artigos acadêmicos, relatórios institucionais e fontes oficiais, proporcionando uma base teórica para embasar a análise dos dados coletados no campo.
- b) Trabalho de campo e entrevistas – A fase de pesquisa de campo permitiu um contato direto com os empreendedores indígenas, possibilitando a coleta de informações primárias, seja por meio das entrevistas-conversações ou pelas entrevistas semiestruturadas. As entrevistas semiestruturadas foram realizadas de forma presencial e gravadas, seguindo um roteiro prévio para captar as percepções dos participantes sobre os desafios, oportunidades e barreiras estruturais e culturais que impactam suas atividades comerciais, além de permitir que eventuais dúvidas ou temas obscuros fossem esclarecidos durante a realização da entrevista.
- c) Análise de conteúdo e sistematização dos dados – Os dados coletados foram transcritos e analisados por meio da técnica de análise de conteúdo, conforme proposto

por Bardin (2011). Essa técnica permitiu identificar temas e categorias recorrentes nas falas dos entrevistados, fornecendo uma visão detalhada das dinâmicas do empreendedorismo na aldeia.

Para garantir a ética na pesquisa, foram seguidos os princípios recomendados para estudos com comunidades tradicionais. Antes da realização das entrevistas, todos os participantes foram devidamente informados sobre os objetivos da pesquisa e preservação das suas identidades, tendo concordado livremente em participar da pesquisa.

Com essa metodologia, buscou-se compreender o impacto do empreendedorismo indígena na Aldeia Santa Izabel, contribuindo para o debate sobre políticas públicas e estratégias de valorização da economia indígena, reforçando a importância da preservação cultural aliada ao desenvolvimento sustentável.

3.2 Apresentação e discussão dos resultados: empreendedorismo indígena e suas dinâmicas, desafios e perspectivas

O empreendedorismo na Aldeia Santa Izabel surge como uma resposta às necessidades econômicas e ao desejo de preservar as tradições culturais indígenas. Os entrevistados apresentam histórias diversas, mas que refletem essas duas forças impulsionadoras. Buscando estruturar e sistematizar dos dados colhidos das entrevistas semiestruturadas e entrevistas-conversações, elaboramos a tabela 1 com recortes das respostas dos entrevistados, que detalham suas experiências e visões sobre os desafios enfrentados no empreendedorismo indígena da Aldeia Santa Izabel.

Tabela 1 - Sistematização dos dados colhidos nas entrevistas

Perguntas	Entrevistado Maria	Entrevistado 2 Laura	Entrevistado 3 Lucas	Entrevistado 4 Mariana	Entrevistado 5 Rosa
1. Você pode nos contar um pouco sobre como começou a empreender dentro da aldeia?	Aprendi a fazer cestaria com minha mãe e percebi que poderia vender para complementar a renda da família.	Sempre ajudei meu avô na roça e vi que poderia vender os produtos na cidade.	Meu interesse começou quando percebi que turistas compravam nossos colares.	Eu precisava de uma fonte de renda para sustentar minha família.	Comecei porque vi outros indígenas vendendo na feira e me animei.
2. Quais são os principais produtos que você comercializa?	Produzo cestaria e acessórios de palha de buriti.	Farinha de mandioca e beiju.	Faço colares, brincos e pulseiras com sementes.	Produzo óleo de copaíba e sabonetes naturais.	Esculturas em madeira inspiradas na nossa cultura.
3. O que motivou você a iniciar um	Foi necessidade financeira, mas	Percebi que os turistas	Comecei para ajudar minha	A tradição da minha família	Sempre gostei de trabalhar

negócio próprio? Foi por necessidade financeira, tradição ou outra razão?	também um jeito de manter nossa cultura viva.	gostavam dos nossos produtos e vi uma oportunidade.	família financeiramente.	me incentivou.	com madeira e quis transformar isso em renda.
4. Quais são os principais desafios que você enfrenta para vender seus produtos?	A dificuldade de transporte para vender na cidade.	A baixa valorização do nosso trabalho pelos compradores.	Muitas pessoas não conhecem ou valorizam nosso artesanato.	Os intermediários pagam pouco pelos nossos produtos.	A falta de um espaço fixo para expor nossos produtos.
5. A falta de apoio institucional e governamental impacta no crescimento do seu negócio? Como?	Sim, não temos incentivos para crescer.	Não temos acesso a financiamentos ou crédito.	O governo deveria apoiar mais nossa produção.	Falta suporte técnico para expandirmos o negócio.	Não há incentivo para comprar materiais para produção.
6. Você sente que há preconceito ou desvalorização do trabalho indígena no mercado? Pode compartilhar alguma experiência?	Sim, muitos ainda acham que nosso trabalho não tem valor.	Sim, muitos querem pagar muito pouco pelo nosso trabalho.	Muitos preferem comprar cópias industrializadas.	Muitos veem nossos produtos como algo sem valor.	Já ouvi que deveríamos vender mais barato por sermos indígenas.
7. Como você divulga e vende seus produtos? Há alguma plataforma digital envolvida, ou as vendas ocorrem apenas presencialmente?	Vendo em feiras e aceito encomendas pelo WhatsApp.	Divulgo pelos parentes que moram na cidade e em feiras.	Uso o WhatsApp para avisar quando tenho novos produtos.	Minha filha me ajuda a vender pelo Instagram.	Muitas vendas acontecem por indicação de clientes antigos.
8. A tecnologia tem sido uma aliada no seu negócio? Você utiliza redes sociais ou outros meios digitais para promover suas vendas?	Sim, minha filha me ajuda a divulgar pelo Instagram.	A tecnologia ajuda, mas o sinal de internet na aldeia é ruim.	Tentei vender online, mas é difícil sem internet estável.	Quero vender pela internet, mas preciso de ajuda.	A internet ajudaria, mas falta estrutura para usá-la.
9. Você recebe algum tipo de capacitação ou treinamento para melhorar suas práticas empreendedoras? Se sim, de onde vem esse suporte?	Nunca tive capacitação, aprendi observando minha família.	Seria bom ter cursos para aprender a gerenciar melhor as vendas.	Particpei de uma oficina de artesanato uma vez.	Já ouvi falar de capacitação, mas nunca tivemos aqui.	Aprendemos sozinhos e com nossos pais.
10. A comunidade indígena da Aldeia Santa Izabel apoia e incentiva o empreendedorismo? Como você percebe esse apoio?	Sim, os mais velhos incentivam os jovens a empreenderem.	Os parentes ajudam comprando e incentivando.	Os mais velhos nos ensinam e apoiam muito.	Sim, pois gera renda para a aldeia.	Os parentes ajudam comprando e divulgando nosso trabalho.
11. A produção artesanal ou agrícola da aldeia é sustentável? Como você garante que	Usamos apenas materiais naturais e respeitamos os ciclos da	A coleta de sementes e fibras respeita o meio ambiente.	Produzimos respeitando os recursos naturais.	Produzimos de forma sustentável e respeitamos a floresta.	Utilizamos apenas madeira caída e reciclamos materiais.

suas práticas respeitam o meio ambiente e os recursos naturais?	natureza.				
12. Quais mudanças ou melhorias você gostaria que fossem implementadas para fortalecer o empreendedorismo indígena na sua aldeia?	Gostaria de um espaço fixo para vender na cidade.	Ter mais transporte para levar os produtos para a cidade.	Se tivéssemos um espaço próprio de vendas, seria melhor.	Maior apoio para estruturar a comercialização.	Maior divulgação dos nossos produtos.
13. Você acredita que o empreendedorismo indígena pode ser uma ferramenta para manter viva a cultura e as tradições da sua comunidade? Como?	Sim, pois valoriza nossa arte e costumes.	Sim, pois garante que nossos filhos aprendam sobre a cultura.	Sim, pois permite que mais pessoas conheçam nossa arte.	Se não vendermos nossa arte, ela pode se perder.	Sim, pois evita que nossa arte desapareça.
14. Como a pandemia da COVID-19 afetou suas atividades empreendedoras? Houve impacto positivo ou negativo?	As feiras fecharam e vendemos muito menos.	Durante a pandemia, vendemos bem menos.	Foi difícil, mas aprendemos a vender de novas formas.	O isolamento fez cair muito as vendas.	Tivemos que encontrar novas formas de vender.
15. Quais são suas expectativas para o futuro do seu negócio? Você tem planos de expandir ou diversificar sua produção?	Quero expandir e vender para outras cidades.	Quero melhorar a qualidade da produção e vender mais.	Espero que o governo apoie mais nosso trabalho.	Gostaria de ensinar os jovens da aldeia a empreenderem.	Quero abrir uma pequena loja própria.

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2025.

Conforme observamos na tabela 1, os principais elementos motivadores para a prática empreendedora indígena estão na busca pela geração de renda, em resposta às necessidades econômicas e também na preocupação em preservar as tradições indígenas que se apresentam nos produtos produzidos e comercializados pelos membros da aldeia.

Ao nos debruçar sobre os elementos motivadores para a prática empreendedora, notamos algumas particularidades apontadas pelos nossos interlocutores. Os nomes apresentados a seguir são fictícios, visando preservar a identidade de nossos participantes, conforme exposto na apresentação da metodologia da pesquisa.

No que tange ao fator motivador para empreender, nossa entrevistada Maria afirma que o incentivo veio do aprendizado de cestaria com sua mãe. Essa tradição familiar não apenas despertou sua paixão pelo artesanato, mas também revelou uma oportunidade para

complementar a renda da família. Da mesma forma, Mariana relatou que sua trajetória no empreendedorismo começou como uma necessidade de sustentar sua família, mostrando o papel econômico crucial do empreendedorismo na comunidade e de certa forma ressaltando também a importância do papel feminino na contribuição para a manutenção da casa e família por meio de geração de renda do trabalho empreendedor.

Laura viu no turismo uma oportunidade de mercado. Ao perceber o interesse dos turistas nos colares indígenas, ela encontrou uma forma de transformar a cultura em um meio de subsistência. Rosa também encontrou inspiração em outros indígenas que já participavam das feiras e, motivada, decidiu seguir o mesmo caminho. Além da geração de renda, a venda de colares reforça a importância da cultura e identidade indígena que fica evidenciada nos produtos artesanais produzidos na aldeia, sendo um elemento de valorização cultural e também de manutenção da tradição ancestral passada de geração em geração e que está contida nesses objetos.

Por outro lado, Lucas representa aqueles que aliam a tradição e o empreendedorismo. Ele cresceu ajudando seu avô na roça e reconheceu o potencial comercial dos produtos agrícolas na cidade. A história de Lucas resalta como o empreendedorismo indígena pode estar enraizado em práticas tradicionais, oferecendo uma forma de conectar os costumes locais ao mercado urbano. Nas palavras dele:

“Eu aprendi, que um jovem indígena aprende primeiro a fazer, flechas, zarabatana. O que seria a flecha, zarabatana? Ah, é o, é um instrumento de pesca que a gente utiliza para... para nossa... para o nosso próprio sustento. Com os meus 15 anos a gente faz o processo da farinha, a gente começa a lavar e trazer aqui para Iapó para vender, ou mesmo vendendo lá na, lá na própria aldeia, Ah, é o, é um instrumento de pesca que a gente utiliza para, para nossa, para o nosso próprio sustento”. (Depoimento de Lucas, 2024, informação verbal).

A fala de Lucas reforça os laços entre a atividade empreendedora e aspectos culturais ligados à tradição indígena. Reforçando o diferencial dessa prática quando vista sob a perspectiva dos povos tradicionais, já que há um elemento de interconexão entre o modo de vida tradicional e seus elementos culturais e a prática empreendedora.

Quando perguntados sobre as motivações para iniciar seus negócios, respostas como "necessidade financeira" são recorrentes. No entanto, o papel de manter viva a cultura indígena como um elemento motivador tem um papel igualmente significativo, conforme anteriormente apresentado na fala de Lucas. Observamos esse fato também nas falas de nossas entrevistadas. Maria enfatizou que sua jornada empreendedora não se trata apenas de lucro, mas também de preservar a arte e os costumes que recebeu como herança familiar.

Mariana também compartilha essa visão, pois afirma que a tradição de sua família foi o que lhe deu força para começar. Isso mostra que, para esses empreendedores, o trabalho não é apenas econômico, mas também um ato de resistência cultural.

Laura e Rosa, por outro lado, entendem o empreendedorismo como uma forma de introduzir a arte indígena em novos mercados. Esse aspecto é reforçado pela percepção de que seus produtos carregam a essência da sua cultura e podem educar os consumidores sobre a rica história de suas comunidades.

O equilíbrio entre necessidade financeira e o desejo de preservar as tradições é um tema central no empreendedorismo da aldeia. Essas histórias destacam a resiliência e a criatividade dos indígenas, que utilizam suas habilidades culturais para construir um futuro sustentável para si mesmos e suas comunidades.

No geral, é possível observar como os empreendedores indígenas encontram em suas raízes culturais uma base sólida para inovar e prosperar. Eles transformam desafios financeiros em oportunidades de valorização cultural, demonstrando que tradição e modernidade podem caminhar lado a lado no fortalecimento de suas identidades. O empreendedorismo, portanto, vai além de uma simples atividade econômica ele representa um símbolo de resistência e de esperança para o futuro da cultura indígena.

Os empreendedores da Aldeia Santa Izabel comercializam uma diversidade de produtos que refletem suas tradições culturais e habilidades manuais. Maria, por exemplo, produz cestaria e acessórios feitos de palha de buriti, utilizando conhecimentos transmitidos por gerações. Laura dedica-se à criação de colares, brincos e pulseiras feitos com sementes, que capturam a essência da flora local. Lucas, por sua vez, foca na produção de alimentos básicos, como farinha de mandioca e beiju, itens tradicionais da culinária indígena. Mariana amplia o leque com a produção de óleo de copaíba e sabonetes naturais, introduzindo um toque inovador ao mercado. Rosa se especializa em esculturas de madeira inspiradas na cultura indígena, evidenciando a riqueza artística e espiritual de sua comunidade.

Para comercializar esses produtos, os empreendedores utilizam tanto métodos tradicionais quanto digitais, adaptando-se às condições e oportunidades disponíveis. A venda em feiras é um dos canais mais mencionados, sendo amplamente utilizada por Maria, Laura e Rosa. Essas feiras oferecem um espaço valioso para que os produtores interajam diretamente com os consumidores, além de promover a valorização do artesanato indígena.

O WhatsApp é uma ferramenta essencial para muitos empreendedores. Maria utiliza o aplicativo para aceitar encomendas e divulgar novos produtos, enquanto Laura e Rosa também confiam nesta plataforma para se conectar com seus clientes. Essa adaptação

tecnológica demonstra o interesse em expandir a comercialização para além dos limites físicos da aldeia. Mariana, com o apoio de sua filha, conta com o Instagram como uma plataforma digital estratégica, aumentando o alcance de seus produtos. Essa prática exemplifica como as redes sociais podem abrir novas possibilidades de mercado.

No entanto, a tecnologia ainda encontra desafios relacionados à infraestrutura. O acesso limitado à internet na aldeia torna mais difícil a utilização plena das plataformas digitais, como relatado por Laura e Rosa. Apesar das adversidades, os empreendedores estão determinados a superar essas barreiras e ampliar suas iniciativas online. Além disso, o apoio da comunidade local desempenha um papel significativo. Muitos empreendedores contam com a divulgação por parentes e clientes fiéis, o que fortalece a rede de vendas por meio da boca a boca.

Em síntese, a combinação de produtos ricos em significados culturais e a adaptação às ferramentas digitais reflete a criatividade e resiliência dos empreendedores da Aldeia Santa Izabel. Apesar das limitações tecnológicas, eles exploram todas as possibilidades para alcançar o mercado, mantendo viva a conexão com suas tradições e fortalecendo sua presença no comércio.

Além dessas limitações atinentes ao acesso à internet e ao ambiente digital, os empreendedores indígenas da Aldeia Santa Izabel enfrentam diversos desafios no exercício de suas atividades, refletindo as barreiras econômicas, sociais e institucionais que permeiam seu cotidiano. As dificuldades de transporte representam um dos principais obstáculos relatados, como apontado por Maria, que menciona a complexidade de levar seus produtos para a cidade. Fator que é corroborado por Lucas, segundo ele:

“Para vir vender a farinha aqui tinha que ter muito trabalho, é né? Isso que.. grande quantidade. Seis sacos de farinha para poder vir vender. Mas por causa que a farinha era muito barata e o frete era muito caro, você pensa, tu vai ter que gastar com gasolina, gastar com aluguel do, do motor de popa. Ainda tem que pagar o frete”. (Depoimento de Lucas, 2024, informação verbal).

Não bastasse as dificuldades logísticas de transporte, conforme apontadas pelos entrevistados, há, além disso, a falta de um espaço fixo para exposição e comercialização dos produtos é uma questão recorrente. Rosa ressaltou como isso limita a visibilidade de suas esculturas, enquanto Lucas apontou a baixa valorização dos produtos pelos compradores, um fator que reduz o potencial de lucro.

Outro desafio significativo é a falta de apoio governamental e institucional, o que impacta diretamente no crescimento e na sustentabilidade desses negócios, sendo um tema comum lembrando pelos nossos interlocutores tanto nas entrevistas quando nas conversações mais informais ocorridas durante a realização do trabalho de campo. Maria, por exemplo, destacou a ausência de incentivos governamentais para expansão, enquanto Laura relatou a dificuldade de acessar financiamentos ou créditos para melhorar a produção. Mariana mencionou a falta de suporte técnico, que poderia ajudá-la a expandir suas atividades, e Rosa enfatizou a ausência de incentivos para adquirir materiais de produção, o que limita a capacidade de inovação e diversificação dos produtos.

O preconceito e a desvalorização do trabalho indígena no mercado são problemas persistentes que afetam esses empreendedores. Maria relatou que muitas pessoas ainda enxergam seus produtos como algo sem valor, refletindo uma mentalidade que prejudica a valorização da cultura e do artesanato indígena. Laura compartilhou que muitos compradores preferem adquirir cópias industrializadas, em vez de valorizar o trabalho autêntico e manual. Rosa relatou experiências em que ouviu que deveria vender suas peças por preços mais baixos simplesmente por ser indígena, evidenciando a discriminação enfrentada no mercado. O relato de Laura a seguir é bem ilustrativo desse contexto:

“Ah, pelo que eu me lembro, não, não sei se é tipo uma chantagem, mas muitas pessoas, falavam que não queriam comprar o nosso produto por causa que o produto é, eh, é feio e mau, se a, se a farinha não tiver bem amarela os fregueses não compram. Também se o toco de piá tá, tá, não esteja bem amarelo também o, o pessoal não compra, aí isso daí é uma, é uma discriminação, com certeza”. (Depoimento de Laura, 2024, informação verbal).

Ainda no que tange ao fato da discriminação, nosso entrevistado Lucas evidencia mais uma forma de discriminação e preconceito que se manifesta por meio da diversidade linguística, já que os moradores da Aldeia Santa Izabel têm como língua materna o *Kleoul*, sendo a língua portuguesa o segundo idioma. Nosso entrevistado Lucas, narra em português o episódio de racismo por ele sofrido por ele e o impacto causado por esse fato, tudo pelo motivo de não dominar totalmente a língua portuguesa:

“É.. tive bastante por causa que eu não sabia, era as minhas, as minhas primeiras, bem, primeiro contato, né? É, o primeiro contato com... com a língua para conversar com uma outra pessoa que não seja indígena. Aí basicamente a pessoa, eu me sentia envergonhado para falar, para falar a verdade. Tinha muita dificuldade de falar. Por mais que eu saiba um pouco falar português, não aquele português bem, mas conversar com um estranho, tipo, do nada e ainda é para vender, aí eu tive muita essa dificuldade por conta que dava que a pessoa não me entendesse”. (Depoimento de Lucas, 2024, informação verbal).

Esses desafios apontam para a necessidade de políticas públicas mais eficazes e inclusivas que promovam o empreendedorismo indígena e a superação dessa visão deturpada sobre os produtos comercializados por indígenas e do próprio indígena em si, que sofre racismo e preconceito apenas por ter traços étnicos e culturais específicos, como, por exemplo, a questão da língua. Tal situação acrescenta um componente à mais no o já desafiador panorama de restrições e dificuldades para o desenvolvimento da atividade empreendedora.

Sem acesso a crédito, suporte técnico e oportunidades de capacitação, esses empreendedores continuam a enfrentar limitações estruturais que dificultam o desenvolvimento de seus negócios. Mariana, por exemplo, destacou que nunca teve acesso a capacitações e aprendeu tudo observando sua família, enquanto Laura e Maria reforçaram a necessidade de cursos e treinamentos para melhorar a gestão e a comercialização de seus produtos.

Apesar das adversidades, os empreendedores da aldeia demonstram uma notável resiliência e criatividade. Eles buscam alternativas para superar as barreiras, como vendas em feiras e o uso de plataformas digitais como WhatsApp e Instagram, mesmo enfrentando limitações de infraestrutura. Esses esforços refletem o compromisso com a preservação cultural e a sustentabilidade de suas práticas, além do desejo de alcançar novos mercados e fortalecer suas atividades.

Em suma, as dificuldades enfrentadas pelos empreendedores da Aldeia Santa Izabel revelam a complexidade de atuar em um contexto marcado por preconceito, desvalorização e falta de apoio governamental. No entanto, suas histórias também destacam a força e a determinação de preservar suas tradições, superar desafios e encontrar formas inovadoras de manter viva a cultura indígena enquanto geram renda para suas famílias e comunidades.

Os empreendedores da Aldeia Santa Izabel têm utilizado a tecnologia como uma aliada, embora ainda enfrentem dificuldades de infraestrutura. Maria, por exemplo, conta com o WhatsApp para divulgar e vender seus produtos, usando o aplicativo para avisar seus clientes sobre novidades. Laura também utiliza essa ferramenta, assim como Rosa, que reforça a importância das vendas realizadas por meio de encomendas e contatos digitais. Mariana se destaca no uso do Instagram, com o auxílio de sua filha, para alcançar um público mais amplo e promover seus produtos, como óleo de copaíba e sabonetes naturais. Esses exemplos demonstram o esforço dos empreendedores em adaptar suas práticas ao ambiente digital.

Apesar desses avanços, a tecnologia ainda enfrenta barreiras significativas na aldeia, conforme já apontado anteriormente. A instabilidade do sinal de internet é um dos principais desafios apontados, dificultando o uso pleno das plataformas digitais. Laura e Rosa relataram suas dificuldades em vender online devido à falta de conectividade estável. Mariana destacou que gostaria de ampliar suas vendas pela internet, mas reconheceu a necessidade de ajuda e suporte para isso. Esses relatos evidenciam a importância de melhorias na infraestrutura tecnológica para que os empreendedores possam explorar todo o potencial das redes sociais e outras ferramentas digitais.

Além do uso da tecnologia, a capacitação é outro ponto central na trajetória dos empreendedores. No entanto, muitos revelam que nunca tiveram acesso a treinamentos formais. Maria, por exemplo, aprendeu tudo observando sua família e praticando ao longo do tempo. Laura e Mariana ressaltaram que seria muito útil ter acesso a cursos e oficinas para melhorar a gestão e as práticas comerciais. Rosa mencionou que participou de uma oficina de artesanato, mas destacou que a oferta de capacitações na aldeia ainda é limitada.

A falta de capacitação formal é um obstáculo, mas não impede os empreendedores de buscar alternativas e aprender de maneira autodidata. Grande parte do conhecimento é transmitida de geração em geração, como é o caso de Maria, que aprendeu a cestaria com sua mãe. Isso reforça a relevância da tradição na formação dos empreendedores, embora indique a necessidade de políticas públicas voltadas para capacitação e suporte técnico.

Em suma, o uso de tecnologia e a capacitação são ferramentas essenciais para o fortalecimento do empreendedorismo na Aldeia Santa Izabel. Enquanto os empreendedores demonstram resiliência e criatividade, a superação das barreiras tecnológicas e a ampliação das oportunidades de treinamento são fundamentais para o crescimento sustentável de suas atividades.

A comunidade indígena da Aldeia Santa Izabel desempenha um papel importante no incentivo ao empreendedorismo, além de adotar práticas sustentáveis que respeitam o meio ambiente e os recursos naturais. O apoio comunitário é percebido de diferentes formas pelos empreendedores. Maria, por exemplo, destacou que os mais velhos incentivam os jovens a empreenderem, promovendo um ambiente de suporte e inspiração dentro da aldeia. Laura e Rosa também mencionaram a ajuda dos parentes, que contribuem comprando os produtos e divulgando o trabalho artesanal, fortalecendo as redes de apoio locais.

Mariana ressaltou o valor do empreendedorismo para a aldeia como um todo, afirmando que ele gera renda e benefícios para a comunidade. Além disso, o aprendizado compartilhado entre gerações é um ponto marcante no apoio comunitário. Os mais velhos não

apenas ensinam habilidades práticas, como a cestaria e a produção de alimentos, mas também reforçam a importância de preservar e valorizar a cultura indígena. Esse apoio mútuo cria um senso de pertencimento e responsabilidade coletiva, fortalecendo o empreendedorismo como um meio de sustento e resistência cultural.

A produção artesanal e agrícola da aldeia também reflete um compromisso com a sustentabilidade e o respeito ao meio ambiente. Maria, por exemplo, destacou que utiliza apenas materiais naturais e respeita os ciclos da natureza em sua cestaria. Laura mencionou que a coleta de sementes e fibras segue práticas que minimizam o impacto ambiental. Mariana e Lucas reforçaram que sua produção respeita os recursos naturais da região, contribuindo para a preservação da floresta e do ecossistema local.

Rosa exemplificou essa abordagem sustentável ao afirmar que utiliza apenas madeira caída para criar suas esculturas, além de reaproveitar materiais sempre que possível. Essa prática demonstra o cuidado dos empreendedores com o uso responsável dos recursos, alinhando suas atividades econômicas aos princípios de sustentabilidade.

A Aldeia Santa Izabel combina o apoio comunitário ao empreendedorismo com uma profunda conexão com a natureza. O incentivo dos mais velhos, o suporte dos parentes e a transmissão de conhecimentos entre gerações desempenham um papel essencial no fortalecimento dos negócios locais. Ao mesmo tempo, a adoção de práticas sustentáveis na produção garante que as atividades respeitem o meio ambiente, preservando os recursos naturais e a identidade cultural da aldeia. Esses fatores, juntos, são fundamentais para a construção de um futuro próspero e harmonioso para a comunidade.

Os empreendedores da Aldeia Santa Izabel apontam várias mudanças e melhorias necessárias para fortalecer o empreendedorismo indígena, além de compartilharem o impacto da pandemia e suas expectativas para o futuro. As respostas revelam uma combinação de desafios e esperanças, refletindo a resiliência e o compromisso com a preservação cultural.

Entre as principais melhorias desejadas, destaca-se a criação de um espaço fixo para venda na cidade. Maria e Laura mencionaram que essa estrutura seria essencial para aumentar a visibilidade dos produtos e facilitar o acesso dos consumidores. Rosa reforçou que a falta de locais adequados limita a exposição das esculturas em madeira, enquanto Lucas e Mariana apontaram a necessidade de mais transporte para levar os produtos às áreas urbanas. Além disso, há uma demanda por maior apoio governamental e institucional, como mencionado por Mariana, que destacou a necessidade de suporte técnico para estruturar melhor os negócios.

A divulgação dos produtos também surge como uma prioridade. Rosa acredita que maior investimento em publicidade dos produtos indígenas ajudaria a expandir a clientela e

fortalecer o mercado. Essa visão é compartilhada por Maria e Laura, que observam o potencial de maior reconhecimento e valorização da cultura indígena por meio de campanhas informativas.

O impacto da pandemia de COVID-19 foi significativo e trouxe desafios inesperados. As feiras, principais pontos de venda, fecharam, resultando em uma queda drástica nas vendas, conforme relatado por Maria e Mariana. Laura mencionou que o isolamento dificultou ainda mais o acesso aos clientes, enquanto Rosa destacou que a redução das vendas forçou os empreendedores a encontrarem novas formas de comercialização. Apesar das dificuldades, muitos aprenderam a adaptar suas práticas, como o uso do WhatsApp e do Instagram para alcançar clientes de maneira digital.

Quanto às expectativas para o futuro, os empreendedores demonstram otimismo e ambição. Maria e Lucas expressaram o desejo de expandir as vendas para outras cidades, buscando novos mercados e oportunidades de crescimento. Mariana destacou a importância de melhorar a qualidade da produção e diversificar os produtos, enquanto Laura vê a possibilidade de ensinar os jovens da aldeia a empreenderem, garantindo a continuidade do conhecimento cultural e das práticas comerciais.

Rosa tem planos de abrir uma pequena loja própria, um passo que representa o fortalecimento da independência econômica e da autonomia dos negócios indígenas. Esses sonhos refletem o desejo de garantir não apenas a subsistência, mas também a valorização da cultura e das tradições indígenas. O empreendedorismo aparece como uma ferramenta poderosa para manter viva a identidade da comunidade, como mencionado por Maria e Lucas, que enxergam nele um meio de preservar e compartilhar a arte e os costumes locais com o mundo.

A análise qualitativa dessas respostas revela padrões e tendências importantes. Primeiro, o impacto da pandemia reforça a necessidade de diversificar os canais de venda e investir na infraestrutura digital. Segundo a falta de apoio institucional e governamental aparece como um tema recorrente, evidenciando a importância de políticas públicas direcionadas para fortalecer o empreendedorismo indígena. Por fim, há um consenso sobre o papel essencial do empreendedorismo na manutenção da cultura e na geração de renda para a comunidade.

Em termos de apresentação dos resultados, é possível organizar os dados por categorias como "melhorias desejadas", "impacto da pandemia" e "expectativas para o futuro". Dentro de cada categoria, os pontos comuns podem ser destacados, como a necessidade de estrutura física para vendas e o uso de tecnologia, enquanto aspectos

específicos, como os planos individuais dos empreendedores, podem ser analisados com maior profundidade. Essa abordagem não apenas oferece uma visão ampla dos desafios e oportunidades, mas também destaca o potencial transformador do empreendedorismo na Aldeia Santa Izabel.

3.3 Oportunidades para o fortalecimento do empreendedorismo indígena na Aldeia Santa Izabel

Embora os empreendedores indígenas da Aldeia Santa Izabel enfrentem uma série de desafios, como descrito no item anterior, também há oportunidades significativas que podem contribuir para o fortalecimento do empreendedorismo na comunidade. Essas oportunidades podem ser exploradas com o apoio de políticas públicas, iniciativas privadas e a mobilização da própria comunidade, visando ao desenvolvimento sustentável e à valorização da cultura indígena.

Uma das principais brechas identificadas pelos entrevistados foi o fortalecimento da identidade cultural por meio da produção e comercialização de artefatos e produtos típicos da aldeia. Os relatos dos empreendedores indicam que muitos iniciaram seus negócios por desejo de manter viva a tradição e a cultura indígena. Como apontado por Laura, uma de nossas entrevistadas, "Sim, pois valoriza nossa arte e costumes." Este ponto está alinhado com o que Mendes e Belizario (2024) afirmam sobre o artesanato indígena: além de ser uma fonte de renda, ele é um mecanismo de preservação cultural. O mercado de produtos artesanais e culturais, especialmente com o crescente interesse por itens autênticos e originais, pode ser uma via importante para propiciar a sustentabilidade dos negócios locais.

Apesar das limitações tecnológicas enfrentadas pela comunidade, o uso de plataformas digitais, como o WhatsApp e o Instagram, tem sido uma estratégia adotada por alguns empreendedores para alcançar novos consumidores. A crescente demanda por produtos artesanais e naturais, especialmente entre consumidores urbanos e turistas, pode ser aproveitada por meio de plataformas online. A criação de cursos e oficinas para ensinar o uso de ferramentas digitais poderia permitir que mais empreendedores se beneficiassem dessa oportunidade.

A ausência de políticas públicas de apoio tem sido um grande obstáculo para o desenvolvimento dos negócios, mas, se adicionadas ações concretas, como incentivos fiscais, acesso a crédito e programas de capacitação empresarial, seria possível aumentar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos indígenas. Por exemplo, a criação

de feiras ou eventos de artesanato específicos para a cultura indígena poderia proporcionar aos empreendedores a visibilidade necessária para alcançar um público maior e mais diversificado.

A cooperação comunitária é outro ponto que se mostrou relevante para o fortalecimento do empreendedorismo. Vários entrevistados falaram sobre a importância do apoio dentro da própria comunidade, seja através de compras coletivas, apoio mútuo na divulgação ou cooperação para o transporte de mercadorias. O que demonstra que o empreendedorismo indígena como uma prática que fortalece a rede de apoio dentro da aldeia. Segundo Santos Silva (2018), essa consolidação das relações comunitárias cria um ambiente de confiança e colaboração que pode facilitar o sucesso dos empreendedores.

O aumento do fluxo de turistas interessados em conhecer as tradições culturais e a natureza da região pode abrir novas portas para os empreendedores indígenas como oferta de serviços como turismo de experiência. A criação de parcerias com agências de turismo e a promoção de pacotes turísticos que envolvem a vivência de práticas culturais e o consumo de produtos locais pode gerar novas fontes de renda.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo na Aldeia Santa Izabel, é marcado por uma série de desafios que dificultam o pleno desenvolvimento das iniciativas empresariais. A partir de entrevistas realizadas com empreendedores locais, foi possível identificar obstáculos que impactam a capacidade desses indivíduos de ampliar e sustentar seus negócios, estando em sintonia com a literatura científica analisada. Entre os principais desafios, destacam-se a desvalorização dos produtos indígenas, a falta de infraestrutura e transporte adequado, a escassez de apoio institucional e governamental, as limitações tecnológicas e a necessidade de capacitação específica para o empreendedorismo.

A desvalorização dos produtos indígenas é uma das maiores mazelas enfrentadas pelos empreendedores da aldeia. Muitos entrevistados relataram que seus produtos, tipicamente artesanais e reflexos da cultura local, frequentemente não recebem a valorização adequada nos mercados urbanos. O preconceito cultural ainda presente em muitas esferas da sociedade contribui para essa percepção negativa, levando à conclusão de que esses produtos não possuem o mesmo valor que os industrializados. Este cenário dificulta a inserção dos empreendedores indígenas em mercados maiores e limita suas possibilidades de aumento de receita.

Outro desafio significativo é a falta de infraestrutura e transporte adequado para a comercialização dos produtos. A dificuldade de acesso à cidade e a ausência de espaços fixos de vendas na aldeia limitam as opções para escoamento da produção. Muitos empreendedores dependem de meios improvisados para levar seus produtos para fora da aldeia, o que nem sempre é viável, especialmente quando se trata de mercadorias perecíveis ou de maior volume. Essa precariedade no transporte torna o comércio ainda mais desafiador e compromete a sustentabilidade dos negócios.

Os empreendedores indígenas da aldeia também enfrentam uma carência alarmante de apoio institucional. A ausência de políticas públicas voltadas para o fortalecimento do empreendedorismo indígena contribui para a marginalização das iniciativas empresariais. Não há incentivos financeiros, programas de capacitação ou assistência técnica adequados que possam melhorar a gestão dos negócios. Essa situação dificulta o acesso ao crédito e aos recursos necessários para o crescimento das atividades econômicas. Além disso, embora existam potencialidades para expandir as vendas através de plataformas digitais, muitos empreendedores relatam que a conexão precária à internet e a falta de conhecimentos sobre o

uso dessas tecnologias os impedem de explorar novos mercados. A ausência de cursos e treinamentos específicos em tecnologia e empreendedorismo digital representa uma barreira significativa para o crescimento das iniciativas empreendedoras indígenas.

Apesar das dificuldades enfrentadas, os indígenas da Aldeia Santa Izabel demonstram forte determinação em expandir suas atividades econômicas. A produção artesanal e agrícola continua sendo a base econômica local, e muitos veem o empreendedorismo como uma forma não apenas de geração de renda, mas também como um meio essencial para preservar suas tradições e identidade cultural. A transmissão de saberes entre as gerações fortalece esse movimento, garantindo a continuidade das práticas ancestrais. Nesse contexto, torna-se essencial criar políticas que incentivem a atividade empreendedora indígena. Isso pode incluir acesso facilitado a financiamentos, treinamentos específicos em gestão empresarial e inclusão tecnológica.

A implementação de espaços físicos e virtuais dedicados à venda dos produtos pode impulsionar significativamente sua comercialização. Além disso, promover a valorização cultural é fundamental; conscientizar o público sobre a relevância e autenticidade dos artigos produzidos pelas comunidades indígenas pode ajudar na construção do respeito e do reconhecimento necessário.

A valorização do turismo de experiência pode representar uma excelente oportunidade para os empreendedores indígenas da aldeia. Investir em experiências imersivas que envolvem oficinas culturais, práticas tradicionais e gastronomia local poderia atrair turistas interessados na cultura indígena. Estabelecer parcerias com agências de turismo e promover pacotes turísticos que incluam a visita à aldeia e a compra de produtos artesanais seria uma forma eficaz de diversificar as fontes de renda, ao mesmo tempo em que promove a cultura local. Diante da análise realizada, pode-se concluir que o empreendedorismo indígena na Aldeia Santa Izabel representa uma forma de resistência cultural e uma ferramenta crucial para a geração de renda.

A fim de fortalecer o empreendedorismo na Aldeia Santa Izabel, é necessário o desenvolvimento de políticas públicas específicas que ofereçam apoio efetivo aos empreendedores indígenas. Tais políticas devem incluir incentivos fiscais, facilitação do acesso a crédito e a implementação de programas de capacitação empresarial que atendam às necessidades locais. Além disso, a criação de feiras e eventos culturais voltados para o artesanato indígena pode proporcionar uma visibilidade maior para os produtos e ampliar as oportunidades de comercialização. O acesso facilitado a financiamentos e apoio financeiro

também é essencial para impulsionar os pequenos negócios da aldeia e garantir sua sustentabilidade.

Considerando as limitações tecnológicas enfrentadas pela comunidade, é imprescindível oferecer cursos que contemplem desde a gestão financeira até o marketing digital. Programas voltados para o uso de plataformas online e o aprimoramento do acesso à internet permitirão que os empreendedores expandam suas vendas e alcancem novos mercados. A criação de pontos fixos de venda nas cidades próximas e o apoio para feiras itinerantes são medidas que podem ampliar as possibilidades de escoamento dos produtos. A dificuldade de transporte, uma das maiores barreiras apontadas pelos empreendedores, poderia ser minimizada com parcerias que visem melhorar o acesso às cidades e o transporte dos produtos, especialmente aqueles perecíveis ou de maior volume.

Sendo assim, o presente estudo buscou contribuir, ainda que de forma modesta, com a geração de conhecimento sobre a temática do empreendedorismo indígena ao demonstrar a importância e a especificidade do empreendedorismo indígena desenvolvido por membros da Aldeia Santa Izabel. Pesquisas futuras podem expandir essa análise para outras aldeias e investigar diferentes estratégias de apoio ao empreendedorismo indígena. O impacto do uso de tecnologias na comercialização e o turismo cultural como fonte complementar de renda são áreas que merecem atenção especial. Essas abordagens podem oferecer percepções valiosas para fortalecer ainda mais a atuação empreendedora dos povos indígenas no Brasil.

REFERÊNCIAS

ANGROSINO, M. **Etnografia e observação participante**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BATISTA, Cristiane Henrique; COSTA, Simone Teles da Silva; AMORIM, Dênia Aparecida de. O crescimento do empreendedorismo motivado pela pandemia COVID-19. **Getec**, Minas Gerais, v. 14, n. 1, p. 77-94, jan. 2024. Disponível em: <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/getec/article/view/3289#:~:text=Devido%20%C3%A0%20dr>. Acesso em: 18 jun. 2024.

CAMPETELA, Cilene *et al.* Documentação linguística, pesquisa e ensino: revitalização no contexto indígena do norte do Amapá. **Revista Linguística**, v. 13, n. 1, p. 151-167, 2017. Disponível em: <https://encurtador.com.br/OipbI>. Acesso em 22 ago. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo demográfico 2022: população indígena no Brasil**. Brasília, 2022. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 18 jun. 2024.

MENDES, Jennifer Laís da Silva Samuel; BELIZARIO, Nilzalina Raimundo. **Empreendedorismo indígena: o artesanato como valorização cultural e geração de renda, nos municípios de Aquidauana e Miranda/ms**. 2024. Disponível em: <chromeextension://efaidnbmnibpajpcglclefindmkaj/https://repositorio.ufms.br/retrieve/a0c563d8-85ec-4b25-b410-4ff4d362730c/21522.pdf>. Acesso em 07 out 20024.

MINAYO, M. C. de S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 9. ed. São Paulo: Hucitec, 2001.

OLIVEIRA, Simone Soares. **Rodovias em terras indígenas: entre o dano ambiental e a (im) possível reparação**. 2024. Disponível em: <http://www.realp.unb.br/jspui/handle/10482/51066>. Acesso em 26 set 2024.

SANTOS SILVA, Luiz Wallac Oliveira dos. **A relação entre as fontes de renda e as atividades produtivas na aldeia Santa Izabel, Terra Indígena Uaçá, no município de Oiapoque**. Orientadora: Evilânia Bento da Cunha. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Amapá. Curso de Licenciatura Intercultural Indígena. Oiapoque, 2018. Disponível em: chrome-extension://efaidnbmnibpajpcglclefindmkaj/https://www2.unifap.br/indigena/files/2021/04/2011_Luiz-Wallac-Santos-e-Daniel-Silva_REL%C3%87%C3%83O-ENTRE-AS-FONTES-DE-RENDAS-E-AS-ATIVIDADES-PRODUTIVAS-NA-ALDEIA-SANTA-IZABEL-TERRA-IND%C3%8DGENA-UA%C3%87%C3%81.pdf. Acesso em: 22 ago 2024.

SEBRAE. **Dia dos Povos Indígenas: empreendedorismo como ferramenta de empoderamento**. 2023. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/cultura->

empreendedora/dia-dos-povos-indigenasempreendedorismo-como-ferramenta-de-empoderamento/. Acesso em: 18 jun. 2024

SEBRAE. **Empreendedorismo indígena: desafios e oportunidades**. Brasília: SEBRAE, 2023.

SILVA, Midiã Naama Conceição da *et al.* **Análise do perfil gerencial e empreendedor na Organização de Mulheres Indígenas de Roraima – OMIR**: elaboração de um manual de operação técnica. 2022. Disponível em: <http://repositorio.ufr.br:8080/jspui/handle/prefix/822>. Acesso em 12 ago. 2024.

SILVA, Midiã Naama Conceição da; GOMES, Francisco Edson. Empreendedorismo indígena: uma revisão de literatura. **Rev. Empreendedorismo, Negócios e Inovação, S. B. Campos**, v. 7, n. 1, p. 4-25, jan. 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufabc.edu.br/index.php/reni/article/view/647>. Acesso em: 18 jun. 2024.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

1. Você pode nos contar um pouco sobre como começou a empreender dentro da aldeia?
2. Quais são os principais produtos que você comercializa? Eles são produzidos exclusivamente por você ou envolvem outras pessoas da comunidade?
3. O que motivou você a iniciar um negócio próprio? Foi por necessidade financeira, tradição ou outra razão?
4. Quais são os principais desafios que você enfrenta para vender seus produtos?
5. A falta de apoio institucional e governamental impacta no crescimento do seu negócio? Como?
6. Você sente que há preconceito ou desvalorização do trabalho indígena no mercado? Pode compartilhar alguma experiência?
7. Como você divulga e vende seus produtos? Há alguma plataforma digital envolvida, ou as vendas ocorrem apenas presencialmente?
8. A tecnologia tem sido uma aliada no seu negócio? Você utiliza redes sociais ou outros meios digitais para promover suas vendas?
9. Você recebe algum tipo de capacitação ou treinamento para melhorar suas práticas empreendedoras? Se sim, de onde vem esse suporte?
10. A comunidade indígena da Aldeia Santa Isabel apoia e incentiva o empreendedorismo? Como você percebe esse apoio?
11. A produção artesanal ou agrícola da aldeia é sustentável? Como você garante que suas práticas respeitam o meio ambiente e os recursos naturais?

12. Quais mudanças ou melhorias você gostaria que fossem implementadas para fortalecer o empreendedorismo indígena na sua aldeia?

13. Você acredita que o empreendedorismo indígena pode ser uma ferramenta para manter viva a cultura e as tradições da sua comunidade? Como?

14. Como a pandemia da COVID-19 afetou suas atividades empreendedoras? Houve impacto positivo ou negativo?

15. Quais são suas expectativas para o futuro do seu negócio? Você tem planos de expandir ou diversificar sua produção?

ANEXO A – RELATO DOS EMPREENDEDORES INDÍGENAS ENTREVISTADOS.

A. “(...) Pode contar um pouco sobre como começou a empreender lá dentro? Fazer vendas? Eu, eu trabalhava com artesanatos, aí eu fazia e vendia. Com tudo da miçanga e também de semente. E os principais produtos eram o artesanato que eu vendia lá. O que foi que motivou você iniciar um negócio próprio? Foi a necessidade financeira, tradição ou outra razão? Tradição. Foi tradição. E você teve alguma falta de apoio? você sentiu alguma falta de apoio institucional, do governo? Sentia. E nas tuas vendas, você sentia preconceito no teu trabalho? Sentia às vezes. Como é que é que, como é que era? você pode contar um pouco a respeito? É porque quando eu vendia às vezes, aí tinha umas pessoas que, que falavam, né, pra que eu vou usar um, uma coisa dessa que, ai, como eu posso dizer? Artesanato? Sim. Tipo, porque quando, às vezes eu saía pra vender, e outras pessoas compravam, né? Tipo, parentes, e outras pessoas já passavam e falavam: "É, pra que eu vou comprar uma coisa dessa que, acho que isso aqui não serve pra usar." Tipo, eles achavam assim, nada a ver, os artesanatos, sim. Sim (...) E, eh, como foi a questão do, do empreendedorismo antes e depois da, da, da pandemia? Tu pode relatar um pouco? Sentiu algum impacto? É que tipo, o impacto foi grande, né, que a gente viu muitas coisas, a gente não podia sair pra vender nossos produtos, a gente ficava só isolado naquele local lá, a gente não podia, né, aí o que acontece? A gente ficava só naquele local lá, a gente ficava lá, porque muitas vezes a gente depende das nossas coisas, né? Pra comprar nossos alimentos. E foi atingido também quanto as pessoas e também a nossa roça que chegou também aquele, aquela pandemia, que foi atingindo as roças. Sobre a praga de mandioca (...) como foi? Afetou por conta que, como eu falei, muita gente dependia disso, né. De vender essa farinha pra comprar esses alimentos. E agora, agora não, a gente não tem mais isso, a gente já compra farinha pra levar pra aldeia. E as crianças também, eles sentem falta de tomar o xibé, comer o biju (...) E a tecnologia tem sido uma aliada no teu negócio? Pra promover as tuas vendas? Sim (...) quais mudanças ou melhorias que você gostaria que fossem implementadas pra fortalecer o empreendedorismo indígena na aldeia? (...) Não sei o que que eu falo (...) É. Aí tu achas que precisa de ajuda mais do governo, como tu falou pra nós, né? Tipo, como são de longe, é mais complicado também. Porque é um gasto de vir de lá até aqui. E também os materiais são caras. Aí também por isso que eu parei também, né? De fazer, que são caras os materiais. E tem muita gente que não, que não, não quer dar o valor que é pra, eh, que é, que na verdade é, né? Sim. Aí fica isso. É, você trabalhou na feira, né? Sim. Como é que foi a experiência? Na feira dos povos indígenas? Ah, foi, foi satisfatória porque teve apoio da Combustível, pagar os carros. Qual o nome do órgão que ajudava lá? Que apoiava lá? É, iepé que ajudava. Teve algum preconceito ou chantagem com os produtos? Ah, pelo que eu me lembro, não, não sei se é tipo uma chantagem, mas muitas

peessoas, falavam que não queriam comprar o nosso produto por causa que o produto é, eh, é feio e mau, se a, se a farinha não tiver bem amarela os fregueses não compram. Também se o toco de piá tá, tá, não esteja bem amarelo também o, o pessoal não compra, aí isso daí é uma, é uma discriminação, com certeza. E o impacto assim de tu, de tu falar uma língua? Aí aqui no meio a própria língua portuguesa. E tem a Viviana, que é aqui do lado, que é a francesa. Como é que foi esse impacto de ter línguas pra ti? (...) Agora o português também, eu na frente, eu tenho a dificuldade de falar direito. Porque nem todas as palavras eu sei muito bem falar, isso aqui, eu falo o que eu sei, né? (...) É, eu cheguei a perceber assim, tipo, tem aqueles momentos que eles chegam e ficam falando, às vezes ficam rindo, né? Aí dá de sentir algo nisso. E tu ficou constrangida? Sim. Porque, eh, eh, realmente a gente vê assim, a gente vê que realmente, eh, percebeu que os indígenas têm muito, muita dificuldade na questão de falar, eh, ou vergonha. (...). (Depoimento de Laura, 2024, informação verbal).

- B. “Tu pode relatar pra gente sobre quando tu começou a empreender? Ah, sobre o que era o negócio que Basicamente, a gente vive da farinha. Aí, eu comecei com meus 15 anos. A gente começava a fazer, a gente faz o produto da farinha, a gente trazia aqui para Iauaretê pra vender ou mesmo vendendo lá no, lá na própria aldeia. (...) te ensinaram algum empreendedorismo bem antes que tu entre, da sua mãe e tal, quando era menor? Eu, flechas, flechas tipo arco. Espera, mas criança, né? É o, é o que “Eu aprendi, que um jovem indígena aprende primeiro a fazer, flechas, zarabatana. O que seria a flecha, zarabatana? Ah, é o, é um instrumento de pesca que a gente utiliza para... para nossa... para o nosso próprio sustento. Com os meus 15 anos a gente faz o processo da farinha, a gente começa a lavar e trazer aqui para Iapó para vender, ou mesmo vendendo lá na, lá na própria aldeia, Ah, é o, é um instrumento de pesca que a gente utiliza para, para nossa, para o nosso próprio sustento E como era essa questão da gestão, a logística de lá pra cá? Como é que vocês, assim, pra trazer de lá pra cá? Para vir vender a farinha aqui tinha que ter muito trabalho, é né? Isso que.. grande quantidade. Seis sacos de farinha para poder vir vender. Mas por causa que a farinha era muito barata e o frete era muito caro, você pensa, tu vai ter que gastar com gasolina, gastar com aluguel do, do motor de popa. Ainda tem que pagar o frete. E o frete era mais ou menos o que, R\$ 520 pra, pra rodar bem. E que é, só pra rodar pra poder trazer a farinha, era de, o que, seis, sete, oito sacas, às vezes 15 sacas. Ah, vocês conseguiam vender tudo. É. Muito tempo, antes da pandemia, a farinha era muito barata aqui na, na, aqui no Iauaretê. Uhum. Um, um quilo de farinha vendia um quilo de farinha por R\$ 4, às vezes R\$ 3. O valor mais alto que vendia era só de, era R\$ 7. Mais alto também, né. E depois? Depois, aí com, depois da pandemia, a gente começou a ter quedas, né, não ia pra trazer a, a farinha pra cá, porque tinha, tinha todo aquele processo de, como é que se chama isso? De logística? É. Tinha a questão também, posso falar, tipo, por causa que não podíamos ir trazer a farinha pra cá pra vender. Devido às, às, a alta, né, da Covid, e eles, É, a gente teve que

ter mais ordem, tipo, aquelas leis que teve durante a pandemia, que não podia sair das comunidades. É, tinha que não deixar, não podia sair. É, foi política. É. É. Tinha algumas regras. (...) Então, compensava? Na venda da farinha compensava? Tu, vocês conseguiam arrecadar um valor que, Pra, pra vender a farinha aqui, tinha que ser muito trabalho. Quer dizer, o que, sete, sete sacas de farinha pra poder vir vender. Quase, mas, por causa que a farinha era muito barata e o frete era muito caro. Já pensou, tu vai ter que gastar com gasolina, gastar com o aluguel do, do motor de popa. Ainda tem que pagar o frete. Aí, pra vir pra cá tinha que ser uma quantidade grande de farinha pra poder vender. E também, exigia muito esforço físico, pra pessoa que faz a farinha (...) como é que ficou a situação da venda da farinha depois que chegou a praga da mandioca? Depois que a praga da mandioca começou, até agora, até hoje ninguém conseguiu revender farinha mais aqui no Oiapoque. É mais consumo mesmo lá. É. Tem, agora sim, com, com a ajuda do governo, por causa das manivas, tem que limpar as manivas, que eles mandavam, agora que parou (...) quais são os principais produtos que vocês comercializam? (...) Ah, que eu, que eu vendia mais era a, a, o arco e a flecha, a farinha, o, a banana, o que mais, era a, cará, mas isso aqui a gente vende mais lá na aldeia, que o consumo é mais lá (...) É. tive bastante por causa que eu não sabia, era as minhas, as minhas primeiras, bem, primeiro contato, né? É, o primeiro contato com... com a língua para conversar com uma outra pessoa que não seja indígena. Aí basicamente a pessoa, eu me sentia envergonhado para falar, para falar a verdade. Tinha muita dificuldade de falar. Por mais que eu saiba um pouco falar português, não aquele português bem, mas conversar com um estranho, tipo, do nada e ainda é para vender, aí eu tive muita essa dificuldade por conta que dava que a pessoa não me entendesse. Então, era essa minha dificuldade (...) Tu sofreu, já tenha sofrido algum racismo? Isso sim, o pessoal onde a gente vende a farinha, fica com aquele olhar dizendo, é, dizendo, nossa, esse indígena chegou pra vender essa farinha aí, tá bom. Já vai nos encher o saco (...) tu tem alguma, algum apoio da tua família, dos teus pais? Sim, basicamente eu tenho por causa que, da roça deles que eu tiro a farinha. Então, vocês trabalham em equipe, né? Como é trabalhar em equipe? Ah, trabalhar em equipe é uma forma de de trabalhar mais rápido (...). (Depoimento de Lucas, 2024, informação verbal).