



Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



NAYRA MARIA BATISTA DE MORAES

**EMPREENDEDORISMO INDÍGENA NO PANTANAL DO MATO GROSSO DO
SUL: RECONHECIMENTO, RELAÇÕES E PERSPECTIVAS**

AQUIDAUANA - MS
2024

NAYRA MARIA BATISTA DE MORAES

**EMPREENDEDEDORISMO INDÍGENA NO PANTANAL DO MATO GROSSO DO
SUL: RECONHECIMENTO, RELAÇÕES E PERSPECTIVAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência do curso de Bacharel em Administração, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, sob a orientação da Professora Doutora Mariana Aparecida Euflausino dos Santos Vieira.

AQUIDAUANA - MS
2024

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao Padre André Giuseppe Scaglia (in memorian), pois sei o quanto ele estaria feliz e orgulhoso da mulher que me tornei e por estar concluindo esta graduação.

Dedico à minha família, que foi meu porto seguro em meio as tempestades da vida, pessoas que não mediram esforços para que eu chegasse até aqui e realizasse meu sonho, em especial ao meu filho Noah, me deu forças para continuar lutando dia após dia (nem sempre em silêncio) nas muitas horas de leitura e escrita, e ao meu esposo, sendo meu alicerce e força.

Dedico à minha mãe, Fátima Moraes, pois sem ela nada disso seria possível, a minha fã número 1, a pessoa que mais dedicou sua vida para que eu obtivesse sucesso no âmbito pessoal e profissional, abdicou de si para que eu pudesse estar bem e feliz. Dedico aos meus irmãos, John Maycom e Mayra Izabelly.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus, à Ele toda honra e toda glória, agora e para sempre. Escrevo ouvindo Flowers de Samantha Ebert: “Então eu fiz uma oração desesperada: Deus, por que o Senhor está me mantendo aqui? Foi então que ele me disse: Filha eu estou plantando sementes, porque sou um bom Deus e tenho um bom plano, portanto confie que estou segurando um regador e um dia você verá que flores crescem no vale”.

Agradeço à minha orientadora Mariana Euflausino, que mesmo nas adversidades e correrias da vida sempre me deu total apoio e me mostrou que eu era capaz, com sua generosidade, paciência e constante empolgação no mundo da pesquisa e empreendedorismo, me ensinou a olhar o mundo com outros olhos e enxergar o próximo com atenção. Por fazer eu me apaixonar mais nos meus estudos e me incentivar a entrar no time Enactus UFMS que foi um divisor de águas na minha vida acadêmica, onde conheci amigos e oportunidades.

Agradeço à comunidade indígena por ser sempre solícita e disposta a me fornecer informações valiosas para esta pesquisa.

Agradeço a todos os meus professores que fizeram parte da minha jornada, pessoas que tenho muita admiração, que foram e são fonte de inspiração, em especial Professora Karol Kinoshita, Isadora Lopes, Daniela Philippi, Eduardo Corneto, Kossi Ezou. Os levarei no coração, para sempre!

Agradeço à família que me adotou como filha, Brígida Romero, Luiz Silveira, Nilza Silveira, Maria Fernanda Silveira, os quais foram essenciais para que esta etapa fosse concluída, cuidaram do Noah com muito carinho e cuidado, me deram um lar, me deram amor e paciência.

Agradeço aos meus colegas de sala e amigos que fizeram a vida acadêmica ser mais leve, me tiraram boas risadas e compartilhamos experiências. Meu grupo, meus amigos, meus irmãos, Gustavo, Ana Flávia, Priscila, Stefani, Bruna, Heber.

Agradeço ao meu time do coração Enactus UFMS Aquidauana, o qual dediquei muitas horas de descanso e abdiquei muitas vezes da minha família para transformarmos juntos a sociedade, despertar, incentivar e melhorar a vida de muitas pessoas. Em especial aos amigos que sempre me fizeram sentir muito especial e capaz, Paulo, Rose, Maria, Suelem, Jeovanna, Matheus, Léia, Guilherme.

Agradeço à Marlene Jacob, merecedora de toda minha admiração, que em meu momento de estágio foi crucial para minha formação profissional com sua alegria, paciência e empatia, sempre rindo e me ensinando como uma mãe.

Agradeço à Universidade Federal de Mato Grosso do Sul e ao governo do Estado pelas bolsas de pesquisa e suporte concedidos, onde pude me dedicar aos meus estudos.

Agradeço e dedico ao meu pai, Silvio Ferreira, que por escolha não esteve presente em nenhum momento da minha vida, mas de certa maneira despertou minha sede de vencer e mostrar que me tornei uma mulher vitoriosa, mãe e agora uma grande administradora.

“Preservar a cultura e as raízes de uma nação é preservar sua própria identidade”.

(Autor desconhecido)

RESUMO

Esta pesquisa tem por objetivo compreender as principais características representativas do empreendedorismo indígena no contexto da região do Pantanal Sul-Mato-Grossense. Como metodologia adotou-se a perspectiva indutiva com abordagem qualitativa e utilização do método de História Oral Temática. Foram considerados como dados primários entrevistas realizadas pela pesquisadora e observações in loco, no mais foram utilizados dados secundários, como entrevistas disponibilizadas pelo Time Enactus UFMS Aquidauana no qual a estudante é membro ativa e notas jornalísticas. Para o estudo foram consideradas 11 entrevistas com artesãos e artesãs indígenas da etnia Terena das aldeias: Cachoeirinha, Limão Verde, Bananal e Ipegue. Durante as análises emergiram três categorias discutidas nos resultados: a) Saber fazer indígena b) Maneira de fazer indígena c) Propósito do empreendimento indígena, que permitiram conhecer detalhes invisibilizados da arte de fazer indígena. Nota-se que apesar do empreendedorismo desempenhar um papel significativo na geração de renda, a maior relevância para os entrevistados está intimamente relacionada à perpetuação da cultura indígena, além de configurar uma prática de resistência diante os vários desafios, como barreiras de acesso ao mercado, falta de valorização e conhecimento de seus artesanatos. Este trabalho contribui para a compreensão e emprego das práticas empreendedoras aos indígenas Terena, de uma maneira humana e profissional, destacando a importância de olhares atentos para um tema emergente que promova o desenvolvimento sustentável das comunidades e valorização das práticas econômicas tradicionais dos povos indígenas.

Palavras-chave: Empreendedorismo de subsistência; Empreendedorismo no Pantanal; Empreendedorismo indígena; Prática Empreendedora

ABSTRACT

The objective of this research is to understand the main representative characteristics of indigenous entrepreneurship in the context of the Pantanal region of Mato Grosso do Sul. The methodology adopted was an inductive perspective with a qualitative approach and the use of the Thematic Oral History method. The primary data used was interviews conducted by the researcher and on-site observations. Secondary data was also used, such as interviews provided by the Enactus UFMS Aquidauana Team, of which the student is an active member, and journalistic notes. The study considered 11 interviews with indigenous craftsmen and women from the Terena ethnic group in the villages of: Cachoeirinha, Limão Verde, Bananal and Ipegue. During the analysis, three categories emerged, which are discussed in the results: a) Indigenous know-how b) Indigenous way of doing c) Purpose of the indigenous enterprise, which allowed us to learn about invisible details of the indigenous way of doing things. It can be seen that although entrepreneurship plays a significant role in generating income, the greatest relevance for the interviewees is closely related to the perpetuation of indigenous culture, as well as being a practice of resistance in the face of various challenges, such as barriers to market access, lack of appreciation and knowledge of their crafts. This work contributes to the understanding and use of entrepreneurial practices by the Terena indigenous people, in a humane and professional way, highlighting the importance of attention to an emerging issue that promotes the sustainable development of communities and the valorization of the traditional economic practices of indigenous peoples.

Keywords: Subsistence Entrepreneurship; Pantanal Entrepreneurship; Indigenous Entrepreneurship; Entrepreneurial practice

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 EMPREENDEDORISMO INDÍGENA.....	10
2.1 EMPREENDEDORISMO INDÍGENA, DE SUBSISTÊNCIA E SOCIAL.....	12
2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO INDÍGENA.....	13
3 METODOLOGIA.....	15
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	18
4.1 O SABER FAZER INDÍGENA	18
4.2 A MANEIRA DE FAZER INDÍGENA	19
4.3 PROPÓSITO DO EMPREENDIMENTO INDÍGENA	22
4.4 DISCUSSÕES: OPORTUNIDADES, RISCOS E DISTANCIAMENTOS DE PERCEPÇÕES	23
5 CONCLUSÃO.....	27
REFERÊNCIAS	29

1 INTRODUÇÃO

De acordo com os dados do World Bank (2023), no mundo estima-se 476 milhões de indígenas, e eles correspondem a aproximadamente 6% da população mundial, estão espalhados em 90 países e representam 5 mil culturas diferentes. No Brasil, segundo o Censo Demográfico há 1.693.535 indígenas, o que corresponde a 0,83% da população total (IBGE, 2022). O empreendedorismo indígena, embora incipiente, tem sido fomentado por pesquisadores de modo a se estabelecer como campo legítimo na pesquisa acadêmica. Neste sentido, não havia, até pouco mais de duas décadas atrás, um conceito de empreendedorismo indígena na literatura de empreendedorismo ou de disciplinas correlatas (Hindle e Moroz, 2007; 2010).

Para Hindle e Moroz (2005), o empreendedorismo indígena expressa a busca de oportunidades para criar bens e serviços que promovam o desenvolvimento econômico e que tenham potencialidade de corrigir questões de injustiça sofridas pelos povos indígenas. Nota-se assim que, para compreendermos o que de fato é o empreendedorismo indígena, é necessário um distanciamento do estereótipo e teorias que conhecemos, como a de um espírito empreendedor, pois é importante analisar o tema como um campo separado, buscando abranger a história e os valores culturais dos povos originários. Assim, vale lembrar que parte desta população, gere pequenos empreendimentos como complementaridade de renda e que sua gestão está intimamente ligada ao cotidiano opondo-se ao *mainstream* da Administração (Mika *et al.*, 2018; Dana, 2015; Hindle e Moroz, 2010; Euflausino e Ichikawa, 2022).

Portanto, as discussões do empreendedorismo indígena, neste estudo, têm como plano de fundo o aporte teórico do empreendedorismo de subsistência que se distancia das teorias tradicionais do empreendedorismo. O empreendedorismo de subsistência se refere às práticas empreendedoras voltadas para a garantia das necessidades básicas das comunidades, como alimentação, habitação e vestuário (Viswanathan *et al.*, 2014), exercendo um papel fundamental na vida das comunidades indígenas, proporcionando-lhes autonomia e fortalecendo sua identidade cultural.

Analisando artigos internacionais onde o campo de estudo do empreendedorismo indígena é avançado, países como Canadá, Austrália, Nova Zelândia e Estados Unidos são os que desenvolvem mais estudos sobre o tema (Silva e Gomes, 2022). No Brasil, este campo de estudo ainda aparece de forma seminal, sobretudo quanto a região do Pantanal do Mato Grosso do Sul, havendo lacunas quanto a pesquisas que façam esse debate na área (Silva e Gomes, 2022; Xavier, Passos e Tavares, 2022). A Região Pantaneira do Mato Grosso do Sul é habitada

por muitos povos indígenas, sendo a maioria de etnia Terena, Kinikinau e Kadiwéu. No Mato Grosso do Sul, mais de 37 mil indígenas foram estimados no censo de 2022. A região de Aquidauana possui uma das maiores populações indígenas do estado em domicílio urbano, segundo dados do IBGE, por outro lado, cidades como Miranda está entre as cidades com maior concentração de indígenas na em domicílio rural (IBGE, 2023; CNN, 2023).

Deste modo, é de extrema importância agregar ao contexto brasileiro, mais precisamente, ao contexto do Pantanal, o entendimento e discussões levantadas por autores de grande impacto e reconhecimento em todo o mundo: Mika, Croce, Dana, Falzensztejn, Henry, entre outros. Assim, buscando compreender a relevância sobre as relações do empreendedorismo indígena no Pantanal, os dados do IBGE (2022) destacam que a região Centro-Oeste possui a terceira maior população indígena do Brasil com 11,80% (199.912 pessoas indígenas), sendo Mato Grosso do Sul apresentando o terceiro maior quantitativo, com 116.346 mil pessoas indígenas, ficando atrás somente dos estados do Amazonas e Bahia.

Por sua vez, as regiões do Pantanal Sul-Mato-Grossense, como Aquidauana e Miranda possuem 9.428 e 8.866 indígenas, respectivamente (IBGE, 2022). Deste modo, a pergunta que guia este estudo é: como pode ser compreendida as principais características do empreendedorismo indígena no Pantanal Sul-mato-grossense? Nesse contexto, a presente pesquisa tem como objetivo compreender as principais características representativas empreendedorismo indígena no contexto da região do Pantanal Sul-Mato-Grossense.

Portanto, esta pesquisa justifica-se pela possibilidade de que os resultados e as informações obtidas pelo estudo possam servir como ponto de partida para o desenvolvimento de novos estudos que promovam o empreendedorismo indígena no Pantanal de forma adequada com suas peculiaridades, buscando preencher uma lacuna na literatura brasileira, uma vez que há poucos estudos sobre o tema na região do Pantanal de Mato Grosso do Sul, possibilitando destacar um movimento incipiente do povos originários da região na perspectiva do empreendedorismo indígena o que pode trazer contribuições para o desenvolvimento econômico regional e a redução das desigualdades socioeconômicas, a partir da análise das experiências dos povos indígenas. Diante do exposto, este estudo, além desta introdução, divide-se em cinco seções. A seguir são apresentadas reflexão bibliográfica com enfoque teórico no empreendedorismo indígena. Na sequência, aborda-se o percurso metodológico, por conseguinte os resultados e discussões e considerações finais.

2 EMPREENDEDORISMO INDÍGENA

O empreendedorismo indígena pode ser compreendido como uma prática de resistência. Partindo da compreensão de Hindle e Moroz (2015), os povos indígenas são cidadãos minoritários desfavorecidos que vivem imersos a uma política dominante ditada por meio do sucesso da invasão física e cultural, que passou a dominá-los em terras que antes controlavam ou ainda pela opressão de desterritorialização de suas terras. Nestes sentidos, o empreendedorismo indígena surge como “uma atividade voltada para a criação de novos empreendimentos ou para a busca de oportunidades econômicas, ou ambos, com o objetivo de diminuir a desvantagem indígena por meio da criação de riqueza culturalmente viável” (Hindle e Moroz, 2005, p.7). Na mesma linha de raciocínio, é possível destacar que o empreendedorismo indígena é a disseminação da cultura indígena, onde comercializam produtos agrícolas e artesanatos como fonte de subsistência para muitos povos originários, além de preservar e fortalecer a sua cultura e identidade (Silva e Almeida 2022 apud Silva e Almeida, 2019).

Uma das preocupações evidenciada nos textos dos autores Dana (2015), Croce (2019), Hindle e Moroz (2005), Welter (2011) que iniciaram os estudos sobre o conceito de empreendedorismo indígena refere-se ao cuidado de evitar generalizações. A diversidade das tribos indígenas em todo o mundo é impressionante do ponto de vista cultural, socioeconômico e estrutural, e esses aspectos são apresentados nas discussões que tratam o empreendedorismo indígena a partir dos estudos seminais de Hindle e Moroz (2005) e Dana e Anderson (2007). Por outro lado, os povos indígenas compartilham muitos problemas em comum, incluindo discriminação, desapropriação de terras, marginalização, barreiras linguísticas, pobreza, baixo nível de escolaridade e aceitação da sua identidade (United Nations, 2009; 2013; Croce, 2019). Neste contexto, ressaltar a importância da cultura nas características empreendedoras é de extrema relevância, uma vez que os indígenas possuem suas singularidades que são repassadas de geração em geração (Silva e Gomes, 2022).

Contudo, vale destacar que Dana (2015) alerta que no contexto empresarial dos povos indígenas, uma parcela significativa das atividades não se insere nos mercados da economia moderna. Em algumas situações, essas atividades são voltadas para a subsistência interna e ocorrem sem a presença de mercados de câmbio, mercados ocidentais comuns. Em outras palavras, embora existam mercados, em outros locais do mundo eles seguem um modelo tradicional de produzir para subsistência ou produção para a comunidade onde está inserido.

O autor Ensign (2023) descreve que os principais elementos que impactam o empreendedorismo indígena, abrange o micro e o macro ambiente e depende de fatores internos como, etnia, identidade cultural, família e fatores externos como, governo e instituições financeiras. Ele argumenta que o meio onde o empreendedor está inserido possui impacto significativo nos seus negócios, baseando-se nos trabalhos de Spiegel (2017), Croce (2017), Stam e van de Ven (2021) e Mika *et al.* (2022).

Conforme demonstrado no Quadro 1, o contexto geográfico e sociocultural exerce uma influência profunda sobre o empreendedorismo indígena. As diferenças entre as diversas comunidades indígenas, em termos de valores, tradições e recursos, moldam de forma única seus negócios. O ecossistema empreendedor indígena é altamente contextualizado, sendo influenciado por fatores locais e históricos. A diversidade cultural, as relações sociais e as mudanças ao longo do tempo contribuem para a formação de modelos de negócios específicos e adaptados a cada realidade. Essa dinâmica é marcada por processos de assimilação e de resistência, que moldam as práticas empreendedoras e as relações com o mercado (Ensign, 2023; Croce, 2017; Dana, 2015).

Quadro 1 – Fatores que influenciam e impactam o empreendedorismo indígena

<i>Elementos primários</i>	<i>Descrição</i>	<i>Atributos</i>
Localização geográfica	Densidade populacional, proximidade com outros	Remoto, rural ou urbano
<i>Contexto sociocultural:</i>		
Cultura	Identidade cultural do grupo; Ancestralidade e herança	Costumes e crenças únicos; idioma
Comunidade e família	Unidade social; lar; filiação	Atitudes semelhantes; valores e comportamento
<i>Estruturas econômicas:</i>		
Governo e jurídico	Sistema que exerce autoridade; Sistema de regulamentos	Eleitos ou nomeados oficialmente; Tribunais, leis aplicações etc.
Monetário e financeiro	Estrutura da moeda; Sistema necessário para realizar negócios	Dinheiro; Instituições financeiras (bancos)
Mercado e comércio	Compras e vendas de mercadorias; Todas as atividades e trocas de mercadorias	Oportunidades; Lugares para comprar e vender
Serviços de suporte	Organizações designadas para assistência ao empreendedorismo	Capital de investimento e empréstimos; Desenvolvimento empreendedor (treinamento, mentoria etc.)

Fonte: Ensign (2023, p.154, tradução própria)

O autor Ensign (2023) destaca aspectos que delinea este presente trabalho, fatores socioculturais como etnia, linguagem, crenças, normas sociais, atitudes relacionadas à

utilização de recursos naturais e visão do mundo, entendendo que muitas aldeias podem estar em uma mesma localidade, mas muitas vezes não compartilham de regras e saberes iguais.

2.1 EMPREENDEDORISMO INDÍGENA, DE SUBSISTÊNCIA E SOCIAL

O empreendedorismo por necessidade é, em sua essência, uma estratégia de sobrevivência, tanto para o indivíduo quanto para sua família (Ballesta *et al.*, 2020).

Indivíduos em situação de subsistência, com recursos limitados, frequentemente iniciam pequenos negócios como forma de complementar a renda e garantir a subsistência familiar. Embora os objetivos de curto prazo sejam comuns nesse contexto, a busca por uma vida mais estável e por oportunidades de crescimento a longo prazo também pode estar presente. Conforme apontado por Ratten (2014), os empreendedores de subsistência frequentemente operam em contextos marcados por desigualdades sociais, o que os torna mais vulneráveis. Essa realidade exige que adotem estratégias e perspectivas distintas daquelas encontradas em outros tipos de empreendedorismo. O cenário único desses empreendedores demanda uma análise aprofundada do contexto, com foco em questões de sustentabilidade e impacto social (Ratten *et al.*, 2019; Dana e Ratten, 2017).

Assim, compreendendo e ligando os tópicos transcritos é importante ressaltar que a população indígena no mundo corresponde a 6%, porém também estão classificados em 19% de extrema pobreza, o que está estritamente conectado na compreensão de autores internacionais citados acima (World Bank, 2023).

Dentro do Empreendedorismo Indígena o ato de empreender pode ser considerado como um impulso para o desenvolvimento econômico. Além dessa perspectiva, ainda se encontra a concomitância entre Empreendedorismo Indígena e Empreendedorismo Social, uma vez que diferem do Empreendedorismo comercial, pois enquanto os empreendedores sociais buscam um objetivo financeiro, o indígena e social buscam além dessas possibilidades. O Empreendedorismo Indígena (EI) é uma intersecção entre empreendedorismo social e econômico (Croce, 2019).

Outro aspecto levantado por Briedis e Lenzi (2021) é que além de todos os desafios do empreendedorismo existe um complexo de inferioridade cultural, tanto dos brancos como antagonistas, quanto dos povos originários sobre eles mesmos, afetando a honradez da cultura indígena. Isto impede uma visão confiante e otimista diante da capacidade e potencial produtivo para sua subsistência proveniente de seus conhecimentos tradicionais. A produção indígena busca equilibrar a criação artesanal com a preservação de suas tradições e a produção de itens

comercializáveis, visando proteger sua cultura. Esse equilíbrio é essencial para evitar a homogeneidade cultural, a redução da diversidade interna e a dominação de uma única cultura e civilização no mundo.

Diante dos desafios globais como a escassez de recursos naturais, o aumento da desigualdade e a intensificação da pobreza, o empreendedorismo tem sido apontado como uma possível via para construir um futuro mais sustentável. Pesquisadores como Gaiotto (2016) destacam a importância de fomentar iniciativas empreendedoras que visem não apenas o lucro, mas também o bem-estar social e ambiental. No entanto, é fundamental reconhecer a diversidade de formas de empreender, desde o empreendedorismo social, que busca gerar impacto positivo, até o empreendedorismo de subsistência, que visa garantir a sobrevivência. Além disso, é preciso considerar as desigualdades existentes e o papel do Estado e da sociedade na criação de um ambiente propício para que o empreendedorismo possa contribuir de forma efetiva para a construção de um futuro mais justo e sustentável.

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO INDÍGENA

Um aspecto adicional de reflexão ao tratar o empreendedorismo indígena feminino refere-se a inclusão de todas essas dificuldades adicionadas à categoria de gênero. A mulher indígena sofre com diversos tipos de violência, como sexual, psicológica e física, não somente na sociedade principal, mas em suas próprias comunidades indígenas, onde o sexismo é predominante. Enquanto elas representam uma das populações mais marginalizadas do mundo, o empreendedorismo tem sido proposto como uma força muito importante para o empoderamento e desenvolvimento socioeconômico de mulheres em situação de pobreza (Moyle e Dollard, 2008; Croce, 2019).

Ainda neste sentido, segundo Burman (2016) é necessário dizer que existe uma enorme diversidade social e cultural entre os diferentes povos indígenas pelo mundo, portanto é problemático falar de “mulheres indígenas” como se todas partilhassem das mesmas dificuldades, experiências e condições. As mulheres Saami na Suécia, as mulheres Aymara na Bolívia evidentemente vivem contextos históricos e condições diferentes à realidade das mulheres indígenas brasileiras em suas diversidades de etnias.

Como já referido os povos indígenas sofrem dupla discriminação, por serem indígenas e muitas vezes em situação de pobreza. Porém, as indígenas tendem a sofrer tripla discriminação pelo fato adicional do gênero feminino. Para estes povos o empreendedorismo cultural tem uma abordagem de discurso simbólico, pois trata-se da preservação da cultura com o contexto para

empreender (Davel e Corá, 2016). Para Silva e Almeida (2019) a inserção no mercado de trabalho promove também a preservação da cultura que é um patrimônio nacional.

A pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que fornece dados de empreendedorismo do mundo, destaca a situação da mulher quanto às práticas de empreendedorismo. De modo específico, segundo dados da pesquisa, a mulher brasileira é historicamente uma das que mais empreende no mundo, entre os 59 países que participaram da pesquisa no ano de 2010. A pesquisa ainda evidenciou, na ocasião, estimativas em proximidade de homens e mulheres na dimensão de empreendedores iniciais nacionais que totalizavam 50,7% homens e 49,3% mulheres, onde a participação foi de 21,1 milhões de empreendedores brasileiros (GEM, 2010). Neste contexto podemos observar que a colaboração e o posicionamento da mulher na economia ganham cada vez mais destaque.

Para a GEM (2010, p. 45)

[...] As mulheres investem no empreendedorismo pela mesma razão que os homens, ou seja, visando o sustento de si mesmas e de suas famílias, o enriquecimento de suas vidas com uma carreira e pela independência financeira. É importante ressaltar o fato que a participação feminina no empreendedorismo varia de maneira significativa no mundo, porém geralmente é inferior à masculina.

As mulheres buscam alternativas de empreendedorismo para complementar a renda familiar, considerando que nos últimos anos elas vêm se tornando chefes de família, e cada vez mais assumindo o sustento do seu lar (GEM, 2010).

Por outro lado, um estudo elaborado pela Organização Internacional do Trabalho (OIT, 2018) revelou que dentro do mercado formal as mulheres ocupam menor participação, tendo chances de estarem desempregadas ou em serviços não formais, sendo que para cada 10 homens empregados, 6 mulheres estão empregadas (GEM, 2019). Mesmo com as posições que elas vêm alcançando, ocupando 42% das vagas no ramo de atividades trabalhistas, ainda recebem, em média, 35% a menos do que os homens e levam mais tempo para ser promovidas, encarando desvantagens pelo gênero, principalmente ao acesso de recursos financeiros (GEM, Centro Oeste, 2014).

No empreendedorismo em estágio inicial pode-se notar um nível maior de abandono de mulheres do que de homens. Outras características referem-se ao quesito motivação, com maior participação de empreendedorismo por necessidade, associados a empreendimentos menos longevos, desafios e obstáculos que foram identificados por Gomes, Santana e Silva (2005) tais como 1. falta de apoio afetivo e social, 2. dificuldade para atuar no mercado internacional, 3. dificuldade de financiamento, 4. ausência de modelos de referência de empreendedoras, 5.

dificuldade em conciliar trabalho e família, 6. abandono por aspectos socioculturais, como as obrigações domésticas. Segundo o IBGE (2018), o sexo feminino destina em média 21,3 horas por semana aos afazeres domésticos, mesmo que elas trabalhem fora ainda dedicam cerca de 8,2 horas a mais que os homens também ocupados.

Os resultados do GEM vêm de encontro com os estudos de Burman (2016), que salientam que as mulheres indígenas são consideradas mães, trabalhadoras qualificadas e gestoras do seu lar e seus familiares, mas também consideradas como "guardiãs das tradições". Nas maiorias das sociedades indígenas rurais, os homens vão à procura de empregos sazonais, serviço militar, educação e comércio e ficam períodos longos fora de suas aldeias, sendo que para a mulher indígena o alcance tende a ser menor quando o assunto é emprego. Sendo assim, enquanto os homens desenvolvem competências culturais e linguísticas com a sociedade dominante, as mulheres são as que preservam a competência cultural tradicional, os trajes, canções, mitos, língua, conhecimento das plantas e animais selvagens, passando este conhecimento para as gerações mais jovens. Levando em consideração a questão de ser "guardiã da tradição" pode-se dizer que dentro da sua própria sociedade indígena é visto como um prestígio, mas na sociedade dominante se torna um estigma ainda maior sobre a identidade dessas mulheres indígenas, podendo excluí-las das posições da política "moderna", onde atualmente se discute reivindicações, legislações nacionais, sendo de um intelecto mais elevado do que o conhecimento indígena "tradicional" (Burman, 2016).

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa adota uma perspectiva qualitativa consiste no reconhecimento e na análise de diferentes perspectivas, sendo as reflexões dos pesquisadores através de suas próprias pesquisas como parte do processo de produção de conhecimento (Flick, 2009). Para Zanella (2011), o conhecimento empírico pode ser adquirido de forma não sistemática, trata-se do nível mais básico de conhecimento, que se baseia em observações da vida cotidiana e é fundamentado em experiências pessoais que são vivenciadas e transmitidas de pessoa para pessoa. Esse tipo de conhecimento é subjetivo, pois é construído com base em experiências subjetivas.

Para De Paula (2024), é essencial que os contextos dos fenômenos investigados sejam levados em consideração, pois assim permite-se uma melhor compreensão sobre a realidade vivida socialmente, haja vista diferenças entre representações, significados, crenças, valores, descrevendo o não explícito das relações sociais. Dentre as várias possibilidades de

metodologias inseridas, a História Oral (HO) permite que o sujeito-ator seja protagonista de sua própria história e que assim possa contar sua realidade a partir de suas vivências.

Segundo Gil (2022), a história oral trata da exploração de depoimentos de indivíduos que contam suas histórias e modos de vida, caracterizando-se por contar vivências particulares de interesse da pesquisa.

Com o propósito de conhecer e compreender o empreendedorismo indígena, a partir do viés de como e com qual objetivo de se fazer o artesanato foram realizadas análises em dados secundários e primários. Com dados secundários, foram utilizadas notas jornalísticas e vídeos de depoimentos disponibilizados por meio do time Enactus UFMS Aquidauana, gravados durante a II Feira de Empreendedorismo Indígena do Pantanal, realizada em maio de 2024. Como dados primários foram realizadas entrevistas gravadas em vídeo de artesãos parceiros do projeto, realizadas nos anos de 2023 e 2024 nas aldeias da região de Aquidauana e Miranda (que ficam há uma distância de aproximadamente 60 a 90 km), tendo a pesquisadora participado destas visitas e observações in loco, de modo a realizar também observações. De modo, a complementar algumas informações também foram realizadas entrevistas através do aplicativo WhatsApp.

Foi analisado diversos artigos internacionais com maior impacto mundial sobre o empreendedorismo indígena através do Google Scholar, através da narrativa dos autores buscou investigar possíveis semelhanças ou diferenças com o tema em outros países e no Pantanal do Mato Grosso do Sul.

A pesquisa teve como recorte empreendedores indígenas que participaram do Evento no dia 11 de maio de 2024 em Aquidauana e empreendedores que possuem parceria com o projeto “Itukéti” desenvolvido pelo Time Enactus UFMS Aquidauana desde abril de 2023. O intuito da análise foi identificar as principais categorias que se destacaram na narrativa dos pesquisados ao relataram suas histórias. Assim, o roteiro (semiestruturado) das entrevistas buscavam compreender os significados de sua arte de fazer. Então foi pedido para que os artesãos pudessem narrar suas histórias no início da trajetória, com as perguntas do roteiro sendo: Qual foi sua motivação para começar a fazer artesanatos? Quem te ensinou a fazer? Conte sua história de vida; Qual sua maior dificuldade como artesão indígena? O seu artesanato é sua fonte de renda? Ou é renda complementar? Você consegue sobreviver com os valores que ganha sendo artesão indígena? Você recebe algum tipo de apoio para vender seus produtos? Se sim, qual tipo de apoio? Questionamentos esses que foram conduzidos de forma simples, respeitosa e aberta para que o empreendedor indígena pudesse estar confortável em responder durante as entrevistas.

É importante salientar que durante o processo as entrevistas, imersões nas aldeias e observações, principalmente em casos que a pesquisadora encontrou barreiras linguísticas que dificultaram a comunicação, demonstrando nuances que na maioria das vezes não estão aparentes nos artigos científicos. Buscou-se adaptar e comparar as pesquisas teóricas desenvolvidas em outros países por autores pioneiros do empreendedorismo indígena com a região do Pantanal.

Para tal, o Quadro 2 irá apresentar dados sociodemográficos dos artesãos indígenas entrevistados, assim, foi solicitado dados como: nome, idade, escolaridade e aldeia à qual pertence, para facilitar durante as discussões, o termo “A” e o número serão correspondentes à identificação indicada, todos os pesquisados autorizaram a sua identificação por seus nomes reais.

Quadro 2 – Dados sociodemográficos dos artesãos indígenas entrevistados

Participante	Sexo	Idade	Escolaridade	Aldeia	Tipo de artesanato
A1	masculino	39	Cursando ensino superior	Limão Verde	Pinturas em tela e biojóias
A2	feminino	23	Cursando ensino superior	Cachoeirinha	Grafismo indígena
A3	feminino	55	Ensino fundamental incompleto	Cachoeirinha	Cerâmicas
A4	Masculino	30	Ensino superior completo	Ipegue	Biojóias e moda
A5	Feminino	59	Ensino fundamental incompleto	Bananal	Abanicos e cestarias
A6	Feminino	33	Cursando ensino superior	Bananal	Biojóias
A7	Masculino	30	Ensino médio completo	Bananal	Biojóias e cocares
A8	Feminino	...	Ensino médio completo	Bananal	Abanicos
A9	Feminino	60	Ensino fundamental	Bananal	Anéis de coco
A10	Feminino	37	Ensino superior completo	Limão Verde	Biojóias, cocares, tecelagem
A11	Masculino	32	Ensino superior completo	Limão Verde	Biojóias e moda

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Em suma, no tópico subsequente serão apresentados os resultados.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Seguindo a metodologia, foram entrevistados 11 artesãos parceiros do time Enactus UFMS Aquidauana. Após análise, foram identificadas a emersão de 3 categorias apresentadas a seguir.

4.1 O SABER FAZER INDÍGENA

Este tópico apresenta a categoria do saber fazer. Isso refere-se a compreensão do conhecimento indígena, sua aprendizagem sobre a temática que hora configura-se arte, hora trabalho, hora expressão material de sua cultura.

Ao considerar o relato do entrevistado A1 é nítido que a maneira ancestral e única dos povos originários é algo que perpetua durante gerações e traz o significado de suas ações como empreendedores:

[...] O **aprendizado vem sempre repassado de geração em geração**. Seja ele coletivo ou individual. **Desde criança cresci participando dos movimentos culturais** como dança, apresentações e **sempre busco aprender com os próprios companheiros que nos ensinam a trabalhar a arte** e assim vamos praticando a fazer mais e mais artesanatos (Entrevistado A1, agosto de 2024).

Nota-se que embora ao longo da história as configurações sociais possam ter impactado as comunidades, há um movimento de resistência, a partir de movimentos locais que buscam desde a infância apresentar os traços culturais legítimos de sua cultura. Como pontua Piaia (2021) o mundo social indígena se transformou nas relações com o mundo não indígena, porém mantendo a sua própria forma e características sociais dentro das aldeias na transmissão de seus saberes.

Seguindo trechos das entrevistas artesãs A2, que atualmente trabalha com grafismo indígena na área de vestuário e A6 no segmento de biojóias:

A minha família toda é artesã, então foi algo **passado de geração em geração**. Aprendi a fazer um pouco de tudo **com a minha tia**, que me ensinou sobre a produção de artesanatos indígenas. Na minha família, cada um é **especialista em algo**, meu primo é responsável pela produção de brincos, então ele se encarrega de **passar suas técnicas e conhecimentos para as mulheres** da associação (Entrevistada A2, agosto de 2024).

Quem me ensinou a fazer foi meu esposo (A7), até hoje ele me ensina a fazer algumas coisas, como brincos, colares, pulseiras [...] **A partir de quando eu vi ele fazendo eu me interessei muito, então o que ele tá aprendendo ele tá passando pra mim e a partir disso eu quero também repassar pras outras pessoas, pra nossa cultura ela não ficar só comigo, porque se ela ficar só comigo ela vai morrer comigo, então eu quero preservar esses nossos artesanatos** (Entrevistada A6, agosto de 2024).

O relato dos entrevistados A1, A2 e A6 evidenciam a importância da transmissão do conhecimento, sendo fundamental para a manutenção da identidade cultural indígena e garantia

da perpetuação das técnicas e saberes ancestrais. Em contrapartida, nem todos os entrevistados aprenderam com seus pais, avós ou parentes, eles tiveram a iniciativa de buscar o conhecimento e buscaram desenvolver seu aprendizado de forma mais autônoma, aprimorando suas técnicas durante o tempo, como nas falas de A4, A7 e A11, respectivamente:

Aprendi sozinho, me interessei muito em fazer algo pra mudar a realidade da arte indígena em minha comunidade, ao decorrer do tempo fui aperfeiçoando as técnicas, utilizando sementes, penas, ossos e outros materiais para embelezar os acessórios. **Ao longo do tempo fui fazendo outros tipos de acessórios** como: cocares, brincos de penas, chocalhos, braceletes de penas, max colares, colares com sementes e dentes, trajes de sementes usada pelas mulheres para participar de concursos de beleza indígena, traje kipaé feitas com penas de ema usadas pelos homens na dança tradicional e também usada em desfiles (Entrevistado A4, agosto de 2024).

Na verdade ninguém me ensinou né eu que procurei aprender a fazer o artesanato né, eu comecei pelo colar que era mais simples pra mim né, **porque quando não tem quem que ensina você é mais difícil** né, aí eu procurei na internet mas não achei nada, porque eu também procurei aqui na região pra pessoal que faz né, mas não obtive sucesso [...] **Aí eu procurei praticar, mesmo sem rumo, sem aonde começar, porque no início era mais complicado** né, mas que nem o ditado popular fala né a prática leva ao bom “êxito” do seu trabalho né. Aí procurei pratica, pratica, aí no início dava mais errado do que certo, mas isso é normal (Entrevistado A7, agosto de 2024).

Vi na Escola uma Professora ensinando a tirar fibra de burití. Mas não aprendi, pois chegando em casa, fui atrás da Matéria Prima e enseguida **comecei a praticar e fabricar peças** (Entrevistado A11, agosto de 2024).

Nota-se que o saber-fazer, mesmo quando não ensinado propositalmente, emerge no anseio por aquele conhecimento, que aparenta estar adormecido e quando despertado mesmo que involuntariamente, passa a ser incorporado pela prática, como um “saber não sabido” como comentam Certeau (2012) e Euflausino e Ichikawa (2022).

A análise das narrativas permitiu identificar duas subcategorias de análises: a) ensino-aprendizagem geracional, servindo de exemplo A1, A2 e A6 e b) aprendizagem autônoma, sendo A4, A7 e A11.

Outro ponto que pode ser destacado são elementos como os relatados pelo entrevistado A7, que ao mencionar sua aprendizagem com seus cônjuges, demonstra disposição para aprender dentro da comunidade e transmitir o conhecimento para as gerações futuras, e isso enfatiza a importância da preservação do patrimônio cultural. Os artesãos veem suas habilidades como uma responsabilidade coletiva, não apenas talentos individuais.

4.2 A MANEIRA DE FAZER INDÍGENA

Neste tópico será apresentado a maneira de fazer indígena, sendo o intuito revelar processos realizados pelo artesão indígena para confeccionar seus produtos. No decorrer da pesquisa, as observações participativas e imersões nas comunidades foram imprescindíveis para

identificar e conhecer as técnicas de produção desenvolvidas pelos artesãos, assim como suas condições e qualidade de vida. Momento este que, até a presente experiência, passa-se despercebido pela comunidade não indígena. Logo, torna-se oportuno apresentar elementos que contribuam para percepção da necessidade de revelar a possibilidade de maior entendimento de valor agregado aos produtos exclusivos, feitos por artesãos indígenas.

A maior parte dos entrevistados trabalham com diferentes tipos de artesanato, como exemplo cita-se A5, a qual produz abanicos e cestarias. Em sua entrevista gravada durante a visita à aldeia, ela contou a maneira como produz seus artesanatos, alertando e frisando quão trabalhoso é a maneira de fazer indígena, que por muitas vezes não recebe a valorização necessária e a precificação correta dos produtos:

[...] Pra fazer abanico a gente passa por um processo, **a gente vai lá no mato, tem que enfrentar o mato, se deslocar daqui pra poder tira essas folha** que tá comigo. Aqui é a **folha de Carandá**, aí tirando a gente chegando aqui tem que limpar eles tudinho pra poder **pôr no sol pra poder secar**. Aí pra começar tem que esperar secar tem que tá assim, esse já tá seco, então **demora 3 dias pra poder secar as folhas** pra poder começar a trabalhar com os abanicos. Então nessas folha nada é em vão, **a gente não joga nada fora**, [...] essas folhas aqui ó que a gente **aproveita pra fazer a cestaria**, vários tipo de cesta que eu faço, então esses aqui já fica pro abanico, **tem que ser 2, tem que ser par**, e como eu falei pra vocês, **não é fácil ir lá buscar volta e é pesado né** [...] **ele passa um processo demorado e por dia eu faço 4 abanico**, por dia **eu não fazendo nada né tendo a minha filha mexendo as coisas pra mim, fazendo almoço, essas coisas** [...] (Entrevistada A5, junho de 2024).

A maneira de fazer indígena carrega consigo informações e saberes que não são de conhecimento da comunidade não indígena. Como percebemos no trecho de fala da entrevistada A5, além da necessidade do conhecimento fundamental para reconhecer qual planta e qual folha são utilizadas na fabricação de abanicos, também é indispensável saber a época e o lugar onde elas estão. Ademais, enfatizando a necessidade de ir até a mata, a entrevistada precisa se locomover até onde estão situadas as plantas, para isso busca ajuda do seu atual esposo para retirar as folhas do carandá, que são pesadas. O processo é demorado, desde a retirada da matéria prima, a separação dos materiais, a secagem, o corte em par das folhas e o trançado para confeccionar os abanicos, outrora as cestarias com as folhas remanescentes. Encontra-se uma perspectiva feminina conjunta com a pesquisa, uma vez que em adição a produção de artesanatos, a entrevistada possui outros afazeres, como domésticos, maternal, familiar e social, acarretando sobrecarga feminina (GEM, 2010). É crucial citar o fato da invisibilidade do trabalho feminino diante da contribuição das mulheres indígenas para a economia local, uma vez que participam não somente com artesanatos, mas também da agricultura, tal como mandioca, feijão, milho, quiabo, maxixe, entre vários outros produtos que produzem em suas

aldeias, tendo seus pontos de comercialização em Aquidauana precários e invisibilizados, como evidenciado nos estudos de Moraes e Euflausino (2022).

Em outros vídeos gravados na aldeia Cachoeirinha, a entrevistada A3 nos fornece informações sobre suas dificuldades relacionadas à confecção de seus artesanatos:

Essa aqui é a argila que a gente pra fazer as peças, **e que a gente pega longe daqui, a gente carrega na lata “memo” na cabeça.** Aí colocamos aqui pra ficar bem assim sequinho pra tirar esses raizada aqui pra não estraga as peças [...] a gente seca bem e depois a gente molha de novo pra tirar tudo essa sujeira aqui [...] **eu faço sozinha, as vezes minhas netinha me ajuda, minhas filha me ajuda** pra limpar esse barro aqui [...] Depois que a gente molda vamo espera depende tempo também né, **se o tempo bom assim deixa 10 minutos ou 15 minutos pode mexer de novo a peça** que nós levantamo pra molda, **pra modela com aquela pedra liso né, tem pedra específica** [...] **depois de pintar com barro vermelho, alisa aí fica 3 dias no sol pra ficar bem sequinho depois desenha com barro branco, depois a gente queima no forno, no buraco, não é forno elétrico é no buraco mesmo com lenha** [...] (Entrevistada A3, maio de 2023).

Já a entrevistada A10, esteve presente na II FEIP e deu um depoimento para o SEBRAE expondo que além de todas as dificuldades de obtenção da matéria prima ainda possuem dificuldades com precificação de seus produtos:

Nosso artesanato tem processos, envolve passar por murrarias, passar por matas, algumas vezes machucamos o dedo, é um trabalho que dedicamos e deve ter um preço justo (Entrevistada A10 pelo SEBRAE, 2024)

Outro aspecto que vale ser considerado relaciona-se à maneira de utilização dos recursos naturais pelos povos originários. A produção realizada por indígena é usualmente resultante de um conhecimento adquirido na prática, sendo um recurso sustentável, visto que todos os materiais são retirados da natureza, até mesmo as pinturas desenhadas nos vasos de cerâmica não são feitas com tintas industrializadas, são com argilas de diferentes cores, que no caso da A3 e em sua aldeia especificamente, as mulheres artesãs necessitam ir até outra aldeia em busca da argila branca e vermelha para realizarem o trabalho manual das pinturas. Assim, como tratado por Dana (2015, p. 166) “o empreendedorismo indígena é geralmente ambientalmente sustentável; isto muitas vezes permite que os povos indígenas dependam de recursos imediatamente disponíveis”, recursos estes que são de muita riqueza para os povos originários.

Em síntese, os relatos demonstram como os povos indígenas possuem um conhecimento profundo sobre a natureza e seus recursos, mostrando a importância de valorizar seus fazeres e saberes. O tópico auxilia a reconhecer a necessidade de valorização do artesanato indígena, mostrando suas dificuldades e trabalho por trás da arte. A seguir, será tratado como pode ser compreendido o reconhecimento do propósito dos empreendimentos indígenas.

4.3 PROPÓSITO DO EMPREENDIMENTO INDÍGENA

Este tópico tem como propósito salientar o propósito, o motivo pelo qual o artesão indígena (re)significa sua arte de fazer indígena. Busca-se reconhecer seu intuito inicial o que o leva a começar e dar continuidade ao seu negócio, mesmo que muitos tenham citado dificuldades e barreiras, como falta de visibilidade, espaço e respeito.

Em 2019, minha família criou uma pequena associação, porque **notamos que muitas mulheres indígenas passavam por muitas dificuldades econômicas por não ter uma renda**. Foi a partir de então que começamos a **produzir artesanatos e ensinar as pessoas** (Entrevistada A2, agosto 2024).

[...] O artesanato é uma **forma de expressão, de arte e pra mostrar um pouco da nossa identidade terena**, está nas penas, nas sementes, **em tudo que a gente vai usar tem um significado** pra gente seja de fortalecimento de força (Entrevistado A4, junho de 2024).

[...] para que seja a **nossas geração onde renda**, as peças de cerâmica Terena **para que seja valorizado**. Nunca **ninguém lembra de nós** na nossa aldeia, principalmente na região de Miranda onde **muitos turista passa ali** (Entrevistada A3, maio de 2024).

[...] Eu tô fazendo esse artesanato pra **continuar a nossa cultura Terena** [...] (Entrevistado A9, junho de 2024).

As falas das entrevistadas permitem considerar quatro motivos integrados à prática de empreender indígena: cultura, renda, identidade e valorização.

As narrativas demonstram que parte do intuito do empreendedorismo indígena é a fonte de renda. Infelizmente, a maioria dos entrevistados não conseguem sobreviver apenas do artesanato, nos dando a entender que apesar do seu potencial, enfrenta uma série de desafios que impedem que se torne fonte principal de renda para a maioria das comunidades.

Neste sentido, nota-se que a produção de artesanatos, além de ser uma forma de expressão cultural, tornou-se uma estratégia fundamental para a sobrevivência econômica de muitas comunidades indígenas. Ao gerar renda, os artesãos garantem sua autonomia e a de suas famílias, resistindo à dependência e à marginalização. No mesmo raciocínio, Ratten *et al* (2019) relaciona que o empreendedorismo de subsistência, frequentemente observado em países em desenvolvimento, surge como uma resposta às necessidades básicas da população. Ao oferecer produtos e serviços adaptados às realidades locais, os empreendedores de subsistência não apenas garantem sua própria sobrevivência, mas também contribuem para o desenvolvimento econômico e social de suas comunidades.

Algumas mulheres indígenas começaram a produzir seus artesanatos como formas de sobrevivência na sociedade, assim como A5 conta sua história de vida

[...] No começo é eu consegui formar minha filha mais velha que é a minha filha Altamira. Com esse dinheiro do abanico eu comecei fazer, lutar pela minha filha, eu fiz a mesma coisa com minha segunda filha [...] (Entrevistada A5, julho de 2024).

A passagem do trecho sobre a A5 reforça a importância econômica do artesanato. Ele serve como fonte de renda e empodera os artesãos para sustentar suas famílias. O fato de ter

perdido seu marido quando sua filha tinha 15 anos, transformou-se em chefe de sua própria família e tornou seu empreendimento com abanicos e cestarias a sua principal fonte de renda.

É interessante criarmos uma ligação entre gestão dos empreendimentos com a realidade dos negócios indígenas. Como referenciado, as comunidades indígenas em Aquidauana e região se encontram em condições de vulnerabilidade econômica (seus negócios são na maioria dos casos informais, dificuldade de acesso a crédito, falta de infraestrutura, etc) social (sofrem com discriminação e preconceitos, perda dos seus conhecimentos tradicionais), e ambiental (pressão sobre seus territórios, falta de conhecimento técnico, escassez de matéria prima). Sendo assim, uma das principais funções que contribuem para a geração de renda nas comunidades são os artesanatos que possuem um grande potencial econômico (geração de emprego e renda, mercado potencial), cultural (preservação da sua cultura, fortalecer as comunidades) e socioambiental (sustentabilidade, conservação ambiental).

Quanto à resistência cultural, ao produzir e comercializar os seus artesanatos, os indígenas estão resistindo à homogeneização cultural e à perda de suas próprias identidades, se transformando em uma ferramenta de afirmação cultural e de valorização da diversidade. Fica claro em vários depoimentos de artesãos que o saber está intrinsecamente conectado à identidade destes povos, expressando valores, crenças e significados.

4.4 DISCUSSÕES: OPORTUNIDADES, RISCOS E DISTANCIAMENTOS DE PERCEPÇÕES

Quando estudado sobre administrar o próprio negócio é sabido que existem várias ferramentas para delinear o empreendimento, como CANVAS, Sistema de gestão, Análise SWOT, entre outras análises que podem ser inseridas de acordo com a necessidade do mercado. No entanto, com os resultados apresentados, podemos observar que os povos indígenas, em sua grande maioria, apesar de empreenderem por necessidade desde muito novos com seus familiares, não utilizam de formatos de modelos e estruturação de negócio, o que demonstra o distanciamento de sua prática de gestão aos padrões comuns da administração, o que pode ser considerada uma gestão comum do cotidiano como tratam Euflausino e Ichikawa (2022).

A gestão de empreendimentos indígenas demanda uma abordagem holística, que leve em consideração não apenas os aspectos econômicos, mas também os aspectos culturais, sociais e ambientais. A adaptação de ferramentas de gestão tradicionais, exemplo o Canvas, pode ser um ponto de partida, mas é fundamental que essas ferramentas sejam adaptadas à realidade

específica de cada comunidade. Além disso, é crucial investir em capacitações que permitam aos artesãos indígenas desenvolver habilidades de gestão, marketing e negociação, fortalecendo assim seus negócios, garantindo a sustentabilidade da produção artesanal e empoderamento.

Outro ponto a ser considerado, são os riscos envolvidos no processo de expansão desses negócios. O propósito do “empreender indígena” carrega consigo muitas variáveis que necessitam de atenção, como a seguinte questão: “O aumento de demanda do mercado gerará consequências de escassez ou prejuízos aos recursos naturais disponíveis no território das comunidades?” Embora não seja possível responder a tal questionamento, por momento, é indiscutível que a tradição indígena exerce papel fundamental na manutenção da biodiversidade e preservação das florestas, reconhecendo a terra como “mãe”, pois através dela sobreviveram e sobrevivem até hoje. O conhecimento ancestral indígena permite que eles construam, cacem e cultivem de forma que não prejudique a natureza (Alves, 2022).

Nota-se que os artesãos indígenas não possuem, por momento, o propósito de desenvolver produtos que atendam às exigências do mercado consumidor, suas peças são usualmente comprometidas com a sua identidade cultural. Nota-se, contudo, esforços e movimentos que buscam unir a proposta de atender demandas do mercado, como o pedido de peças voltadas a funcionalidade de pousadas da região, como por exemplo, cestas flutuantes de café da manhã ou peças de cerâmicas sem que se perca a essência cultural

Neste sentido, Dana (2015), reflete que indivíduos de origens étnico-culturais diferentes quando expostas a estímulos semelhantes não agem da mesma maneira, pois a percepção de oportunidades e medição de sucesso são distintas para cada povo e sua cultura.

Ao referir-se sobre o comportamento empreendedor é notável citar os autores Greatti e Previdelli (2003), os quais enfatizam que o empreendedorismo é liderado por indivíduos perspicazes que identificam oportunidades, combinam recursos de forma inovadora, gerenciam eficazmente seus empreendimentos e promovem relações positivas com colaboradores e o mercado. Todas as características que personificam um empreendedor, seja ela natural ou adquirida, é sabido, no entanto como citam os autores, há ambientes que favorecem o seu desenvolvimento e é denominado como ambiente cultural, pois é a partir dele que o empreendedor terá uma base e um modelo a ser seguido. Os conceitos de Greatti e Previdelli (2003) podem se aproximar do perfil do empreendedorismo indígena em sua perspicaz, criatividade e inovação, mas enfrentam barreiras superiores para encontrar relações positivas com potenciais colaboradores e conhecimento dos mecanismos do mercado. encaixam na pesquisa uma vez que os indígenas, em sua grande maioria. As habilidades de planejar e gerir são peculiares ao seu contexto comum de gestão cotidiana, que podem diferir aos conceitos da

administração, que ainda relacionam-se a necessidade de resistência devido a desigualdade social, como acesso a recursos, educação, tecnologia. Isto vem de encontro com Mika *et al.* (2018) e Welter (2011), os quais citam que o empreendedorismo é influenciado pelo contexto. De fato, assim como trouxe Ensign (2023), o ambiente é uma influência para o molde do empreendedorismo local, e o ambiente do empreendedorismo indígena é particularmente peculiar.

Em contraposição aos resultados de Ensign (2023), a comunidade artesã indígena no Pantanal, ainda é incipiente em aspectos relacionados ao cooperativismo como no Canadá, que fortalecem os laços comunitários, econômicos inclusive no intelecto dos trabalhadores. Assim, o autor traz aspectos até mesmo da Indonésia onde grupo de empreendedoras recebem apoio do Banco para receberem consultorias, formação, espaço, oportunidades de marketing e entre outros benefícios. No entanto, o movimento realizado por mulheres apresentado pela entrevistada A2, demonstra um movimento inicial na vertente grupos organizacionais, na configuração de associações.

Uma ação importante para o Empreendedorismo Indígena na região do Pantanal foi criada pelo Time Enactus UFMS Aquidauana, com o projeto intitulado como “Itukéti”. O time tem a iniciativa de promover, fortalecer e valorizar a cultura indígena dos povos originários na região do Pantanal Sul-Mato-Grossense através de uma rede de apoio ao empreendedorismo indígena, onde fazem a ponte entre os artesãos e stakeholders, fomentando parcerias estratégicas com hotéis, pousadas, restaurantes, bares na região de Aquidauana e instituições como SEBRAE e SENAC. Além dos artesanatos, tem sido fomentado discussões sobre as possibilidades de empreendedorismo a partir do turismo de base comunitária (UFMS, 2024).

A palestra realizada pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) segue o mesmo sentido que Dana aplicou acima. A palestra foi realizada na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul no dia 11 de maio de 2024, promovida e organizada pelo Time Enactus UFMS Aquidauana. Durante o evento o palestrante Fábio Lapuente ministrou sobre “O preço do meu artesanato está certo?”, o que gerou vários questionamentos aos artesãos parceiros que estiveram presentes, e a resposta de alguns membros presentes foi justamente sobre a variável não econômica, reforçando sobre resistência e a necessidade de não permitir que valores e técnicas culturais se percam com o passar dos anos. A palestra teve o intuito de intrigar os artesãos, demonstrando suas principais potencialidades e desafios que eles enfrentam, ressaltando a importância da transmissão da história e cultura na hora da venda, vindo de encontro com os tópicos subsequentes deste trabalho, demonstrar o trabalho e o modo de fazer dos produtos. Ainda o SEBRAE conta com

o selo “Made In Pantanal”, que busca o objetivo de dar visibilidade aos empreendedores da economia criativa com produtos feitos no bioma e com insumos pantaneiros (SEBRAE, 2024).

Por fim, vale mencionar que em parceria com o Time Enactus UFMS Aquidauana tem se buscado oportunizar capacitações que auxiliam o desenvolvimento do empreendedorismo indígena na região, viabilizadas pelos membros dos projetos e com parcerias com SEBRAE e SENAC para oportunizar capacitações, e outras ações que possam auxiliar o acesso ao mercado, assim apoiando o desenvolvimento do empreendedorismo indígena na região.

Este movimento tem sido enfatizado pelo setor público a partir do projeto EMPRETEC em parceria com SEBRAE e tem a intenção de promover e resgatar a identidade e a cultura das diferentes comunidades. O acordo com o governo do Estado de Mato Grosso do Sul aconteceu em 2024, o crescimento deste tema emergente. É espantoso notar que apenas este ano as políticas públicas notaram que há diferença entre empreendedores indígenas e não indígenas, dado que grandes autores citaram que o empreendedorismo é impactado devido às variáveis de localidade, cultura, crenças e oportunidades (Dana, 2015; Ensign, 2023; Croce, 2019). Isto demonstra o quão invisibilizado são os povos indígenas no Brasil e no mundo.

Uma ação importante para o Empreendedorismo Indígena na região do Pantanal foi criada pelo Time Enactus UFMS Aquidauana, com o projeto intitulado como “Itukéti”. O time tem a iniciativa de promover, fortalecer e valorizar a cultura indígena dos povos originários na região do Pantanal Sul-Mato-Grossense através de uma rede de apoio ao empreendedorismo indígena, onde fazem a ponte entre os artesãos e stakeholders, fomentando parcerias estratégicas com hotéis, pousadas, restaurantes, bares na região de Aquidauana e instituições como SEBRAE e SENAC. Além dos artesanatos, tem sido fomentado discussões sobre as possibilidades de empreendedorismo a partir do turismo de base comunitária (UFMS, 2024).

A palestra realizada pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) segue o mesmo sentido que Dana aplicou acima. A palestra foi realizada na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul no dia 11 de maio de 2024, promovida e organizada pelo Time Enactus UFMS Aquidauana. Durante o evento o palestrante Fábio Lapuente ministrou sobre “O preço do meu artesanato está certo?”, o que gerou vários questionamentos aos artesãos parceiros que estiveram presentes, e a resposta de alguns membros presentes foi justamente sobre a variável não econômica, reforçando sobre resistência e a necessidade de não permitir que valores e técnicas culturais se percam com o passar dos anos. A palestra teve o intuito de intrigar os artesãos, demonstrando suas principais potencialidades e desafios que eles enfrentam, ressaltando a importância da transmissão da história e cultura na hora da venda, vindo de encontro com os tópicos subsequentes deste

trabalho, demonstrar o trabalho e o modo de fazer dos produtos. Ainda o SEBRAE conta com o selo “Made In Pantanal”, que busca o objetivo de dar visibilidade aos empreendedores da economia criativa com produtos feitos no bioma e com insumos pantaneiros (SEBRAE, 2024).

No estudo de Bajaña (2024) apresenta um estudo feito no Equador sobre o impacto das ideias externas aos indígenas na região estudada, e isso traz grande indagação relacionada a cautela que órgãos públicos devem adotar para transformar o cenário e o modo em que os indígenas adotam. Durante todo este trabalho foi mencionada a relevância da cultura e do saber ancestral que é repassado durante as gerações, e na pesquisa de Bajaña foi revelado que para o comércio atual está muito mais ligado ao dinheiro propriamente dito do que a maneira de fazer indígena e a valorização da cultura, optando por abandonar estes conhecimentos tradicionais para adotar práticas ocidentais onde o custo é menor e o produto final é parecido com o feito por um indígena. Trazendo estes aspectos para a realidade do Pantanal, é necessário reforçar aos empreendedores e a sociedade que o diferencial está justamente no saber e fazer dos povos originários, sendo indispensáveis as reflexões para proteger a identidade cultural. A seguir, são tecidas as considerações finais.

5 CONCLUSÃO

Esta pesquisa teve por intuito compreender o empreendedorismo indígena no contexto da região do Pantanal Sul-Mato-Grossense, para tanto, buscou-se identificar suas significações e o modo incipiente que vem se desenvolvendo. Foi possível identificar que o saber fazer indígena revela uma rica e complexa relação entre cultura, identidade e empreendedorismo. A transmissão de conhecimentos ancestrais garante a perpetuação de técnicas que definem a identidade dos povos indígenas, como significados de peças de artesanatos, simbologias, crenças, linguagem, entre outros. A produção de artesanatos não se limita à criação de produtos, mas envolve um profundo conhecimento sobre materiais naturais, saberes ancestrais e significados culturais.

O objetivo da pesquisa permitiu e evidenciou que a diversidade de formas de aprendizagem, desde a transmissão familiar até a autoaprendizagem e a experiência de tentativas e erros. Essa flexibilidade demonstra a capacidade de adaptação dos artesãos indígenas às mudanças sociais e econômicas, sem perder de vista suas raízes culturais.

Além da dimensão cultural, o artesanato indígena desempenha um papel na economia das comunidades, gerando renda e promovendo a autonomia individual e comunitária, no entanto, os artesãos enfrentam diversos desafios, como a valorização inadequada de seus

produtos, a falta de espaço, a dificuldade de acesso a mercados mais amplos e a concorrência com produtos industrializados.

Os Terenas possuem uma grande preocupação relacionada aos mais jovens na perpetuação de sua cultura, pois com a facilidade e banalidade das compras no universo capitalista no qual estamos inseridos, muitos fatores acabam desmotivando e favorecendo com que a identidade se perca com o passar dos anos.

De certo modo, é evidente que mais aspectos impactam o empreendedorismo indígena, não somente no Pantanal, mas em cada ponto geográfico com sua singularidade nas aldeias. Para futuras pesquisas é interessante buscar aprofundar políticas públicas necessárias e adequadas aos artesãos indígenas, políticas essas que garantam o apoio à diversidade, que fomentem a economia, buscar o impacto do turismo na produção, comercialização de artesanatos indígenas e principalmente na comunidade, “como o turismo pode impactar positivamente e negativamente?”. É importante com o novo mercado surgindo analisar e discutir os impactos do turismo cultural, por hora pode valorizar o artesanato indígena, mas também podendo levar a pontos negativos.

Com este estudo espera-se que seja um ponto de partida ao tratarmos de Empreendedorismo Indígena no Pantanal, buscando fomentar aspectos da Administração à realidade e singularidade de cada comunidade, estar no ambiente e compreender suas dificuldades, transformando vidas e a economia local. Que os estudos futuros possam tratar cada etnia com olhares específicos.

REFERÊNCIAS

Anais do Integra UFMS são publicados e reúnem mais de 1,6 mil trabalhos – UFMS.

Disponível em: <<https://www.ufms.br/anais-do-integra-ufms-sao-publicados-e-reunem-mais-de-16-mil-trabalhos/>>. Acesso em: 03 ago. 2024.

ALVES, Douglas Júnior de Souza. Etnociência indígena e preservação da floresta: aspectos culturais na perspectiva de egressos indígenas da Licenciatura Intercultural da Amazônia. 2022.

BAJAÑA, Bryan Solorzano. Iron Cage for Indigenous Entrepreneurs? Understanding the Movement and Impact of External Ideas on Indigenous Entrepreneurship in Ecuador.

BALLESTA, José Antonio Camacho; ROSALES, Bladimir José de la Hoz; TORRES, Ignacio Tamayo. Empreendedorismo e desenvolvimento humano: uma análise internacional. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 22, p. 781-798, 2020.

CAIO JUNQUEIRA. **População indígena quase dobra em dez anos, aponta IBGE.**

Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/populacao-indigena-quase-dobra-em-dez-anos-aponta-ibge/>>. Acesso em: 10 jun.. 2024.

CROCE, Francesca. Contextualized indigenous entrepreneurial models: A systematic review of indigenous entrepreneurship literature. **Journal of Management & Organization**, v. 23, n. 6, p. 886-906, 2017.

CROCE, Francesca. Indigenous women entrepreneurship: analysis of a promising research theme at the intersection of indigenous entrepreneurship and women entrepreneurship. **Ethnic and Racial Studies**, v. 43, n. 6, p. 1013-1031, 2020.

DANA, Léo–Paul. Indigenous entrepreneurship: An emerging field of research.

International Journal of Business and Globalisation, v. 14, n. 2, p. 158-169, 2015.

DE CERTEAU, Michel. A invenção do cotidiano: artes de fazer.

DANA, Léo-Paul; DANA, Teresa E.; ANDERSON, Robert B. 29 A theory-based empirical study of entrepreneurship in Iqaluit, Nunavut (formerly Frobisher Bay, Northwest Territories). **International Handbook of Research on Indigenous Entrepreneurship**, p. 366, 2007.

DANA, Léo–Paul. Indigenous entrepreneurship: An emerging field of research.

International Journal of Business and Globalisation, v. 14, n. 2, p. 158-169, 2015.

DANA, Léo-Paul; RATTEN, Vanessa. International entrepreneurship in resource-rich landlocked African countries. **Journal of International Entrepreneurship**, v. 15, p. 416-435, 2017.

DAVEL, Eduardo Paes Barreto; CORA, Maria Amélia Jundurian. Empreendedorismo cultural: cultura como discurso, criação e consumo simbólico. 2016.

DA SILVA, Midiã Naama Conceição et al. Empreendedorismo indígena: uma revisão de literatura. **Revista de Empreendedorismo, Negócios e Inovação**, v. 7, n. 1, p. 04-25, 2022.

DE CARVALHO BRIEDIS, Franciele; LENZI, Giane Gonçalves. A Produção Artesanal Indígena: Percepções Econômica, Financeira e Produtiva.

DE PAULA, Letícia; ANDRADE, Silva. Metodologia da História Oral: Desafios e possibilidades de uma prática contra hegemônica. **HUMANIDADES E TECNOLOGIA (FINOM)**, v. 46, n. 1, p. 147-164, 2024.

ENSIGN, Prescott C. Contextual impact on indigenous entrepreneurs around the world: geographic location, socio-cultural context and economic structure. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 49, n. 1, p. 150-186, 2023.

ESTIVAL, Katianny Gomes Santana et al. Dos projetos sociais aos negócios sociais: um estudo da Rede Indígena Solidária de Arte e de Artesanato no Brasil (RISADA). **Revista Caribeña de Ciencias Sociales**. Março, 2017.

EUFLAUSINO, Mariana Aparecida; ICHIKAWA, Elisa Yoshie. Subspecies of Symbolic Capital within Ordinary Management. **Organizações & Sociedade**, v. 29, n. 102, p. 569-593, 2022.

GAIOTTO, Sergio Augusto Vallim. Empreendedorismo social: estudo bibliométrico sobre a produção nacional e internacional. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 5, n. 2, p. 101-123, 2016.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. SEBRAE. **Pesquisa GEM**. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/pesquisa-gem/>>. Acesso em: 10 mai. 2024.

GREATTI, Ligia; PREVIDELLI, José de Jesus. Ambiente cultural como elemento fundamental na formação do perfil empreendedor. **Encontro De Estudos Sobre Empreendedorismo E Gestão De Pequenas Empresas**, v. 3, 2003.

HINDLE, Kevin. 38 The renaissance of Indigenous entrepreneurship in Australia. **International handbook of research on Indigenous entrepreneurship**, p. 485, 2005.

HINDLE, Kevin; MOROZ, Peter. Defining indigenous entrepreneurship as a research field: discovering and critiquing the emerging canon. 2007.

HINDLE, Kevin; MOROZ, Peter. Indigenous entrepreneurship as a research field: developing a definitional framework from the emerging canon. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 6, p. 357-385, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo Demográfico Brasileiro de 2022. Brasil: **IBGE**, 2022. Acesso em:

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE) - Os Indígenas no Censo 2022. **IBGE - EDUCA**, 2022.

MIKA, Jason P. et al. Perspectives on indigenous entrepreneurship, innovation and enterprise. **Journal of Management & Organization**, v. 23, n. 6, p. 767-773, 2017.

MORAES, Nayra M. Batista de; EUFLAUSINO, Mariana Aparecida. Empreendedorismo de subsistência indígena: Desafios e caminhos para a inclusão financeira. **Anais IntegraUFMS**, 2023. Acesso em: <https://integra.ufms.br/anais-2023/>. (Acesso em 10 julho de 2024).

MOYLE, Tracey L.; DOLLARD, Maureen F. Rural Indian and Indigenous Australian women working towards empowerment: A proposed cross-cultural study. **International Journal of Rural Management**, v. 4, n. 1-2, p. 153-168, 2008.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS [s.d.]. 10 curiosidades sobre povos indígenas. ONU News. Acesso em: <https://news.un.org/pt/gallery/168991>. (Acesso em 20 de maio de 2024).

PIAIA, Eliana. Territorialidades acionadas pelo saber-fazer artesanal de mulheres Kaingang da terra indígena Manguairinha. 2021.

RABINOVICI, Andrea. Turismo indígena: entenda os impactos positivos e negativos. JANELAS ABERTAS, Luisa Ferreira. 2020. Acesso em: <https://janelasabertas.com/2020/09/14/turismo-indigena/>

RATTEN, Vanessa et al. **Subsistence entrepreneurship: The role of collaborative innovation, sustainability and social goals**. Springer International Publishing, 2019.

SEBRAE. **Economia criativa de povos indígenas é incentivada com ações do Sebrae | ASN Mato Grosso do Sul - Agência Sebrae de Notícias**. Disponível em: <<https://ms.agenciasebrae.com.br/cultura-empresendedora/economia-criativa-de-povos-indigenas-e-incentivada-com-acoes-do-sebrae/>>. Acesso em: 05 ago. 2024.

SEBRAE. **Polo Sebrae de Ecoturismo**. Disponível em: <<https://ecoturismo.sebrae.com.br/noticias/222-i-feira-de-empresendedorismo-indigena-do-pantanal-acontece-no-estado>>. Acesso em: 05 ago. 2024.

SI, Steven et al. Business, Entrepreneurship and Innovation Toward Poverty Reduction: Papers for the Special Issue, deadline September 15, 2018. 2018.

SI, Steven et al. Introduction: Business, entrepreneurship and innovation toward poverty reduction. In: **Business, entrepreneurship and innovation toward poverty reduction**. Routledge, 2021. p. 1-20.

STAM, Erik; VAN DE VEN, Andrew. Entrepreneurial ecosystem elements. **Small business economics**, v. 56, n. 2, p. 809-832, 2021.

UNITED NATION. **Indigenous People**. Acesso em: 20 jan 2024.

VISWANATHAN, Madhu et al. Subsistence entrepreneurship, value creation, and community exchange systems: A social capital explanation. **Journal of Macromarketing**, v. 34, n. 2, p. 213-226, 2014.

WELTER, Friederike. Contextualizing entrepreneurship—conceptual challenges and ways forward. **Entrepreneurship theory and Practice**, v. 35, n. 1, p. 165-184, 2011.

World Bank (2023) Indigenous Peoples', last Update Apr 6, 2023 Disponível em: <<https://www.worldbank.org/en/topic/indigenouspeoples>>. Acesso em: 20 maio 2024.

XAVIER, Antônio Roberto; PASSOS, Stefanny Jerônimo; DE ANDRADE TAVARES, Rosalina Semedo. Mulheres indígenas e o empreendedorismo na etnia Kanindé, Aratuba, Ceará: Indigenous women and entrepreneurship in the Kanindé ethnic group, Aratuba, Ceará. **Revista Cocar**, v. 16, n. 34, 2022.